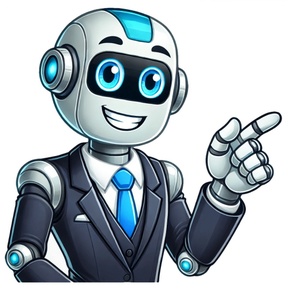
Continue



MOST analyse: in dit artikel wordt de MOST-analyse praktisch uitgelegd. Naast wat deze analyse techniek is, belicht dit artikel de rol van de missie met deze tool en de kernpunten van deze techniek. Na het lezen begrijp je de basis van deze strategie tool. Veel leesplezier!Wat is de MOST -analyse?De MOST analyse is een analytische techniek die gebruikt wordt voor strategisch plannen en strategieontwikkeling. Met de techniek wordt beoordeeld wat een organisatie wil bereiken (door missie en doelstellingen, en hoe het dit wil bereiken (door strategie en tactiek).Het eenvoudige hulpmiddel begint bij de missie van de organisatie op hoog niveau, en gaat dan dieper in op de details van individuele tactieken. In het planningsproces is het belangrijk dat er een logisch verband is tussen de missie en wat er dagelijks wordt uitgevoerd om dit te bereiken.De naam MOST-analyse is een acroniem, bestaande uit de volgende vier elementen:Figuur 1 de elementen van de MOST analyseMission (missie)De missie definieert in welke industrie de organisatie opereert, en wat het daarin wilt bereiken op de lange termijn.Objectives (doelstellingen)De doelstellingen betreffen goals waarmee het succes van de organisatie gemeten kan worden.Strategies (strategien)Strategien betreffen de medium tot lange termijn aanpakmethodes om de organisatorische doelstellingen te behalen. Tactics (tactieken)Met de tactieken worden de korte termijn activiteiten en projecten gedefinieerd waarmee de strategie wordt gemplementeerd.Organisatorische focusEen bedrijf wordt dikwijls opgesteld vanuit een specifieke visie, met als basis een bedrijfsplan. Zodra het bedrijf eenmaal up and running is, is het gemakkelijk om het plan of de visie uit het oog te verliezen. Er zijn talloze werkzaamheden op dagelijkse basis die ervoor zorgen dat de koers langzaam begint af te wijken van wat het management in eerste instantie voor ogen had. Op koers blijven vereist namelijk een nauw verband tussen de lange termijn doelen en activiteiten op de korte termijn.Dit is waar de MOST-analyse van waarde kan zijn. Het idee achter de techniek is om activiteiten te organiseren ter ondersteuning van elkaar zodat iedereen dezelfde richting op gaat. Zonder deze samenhang kan de toekomst er minder fraai uitzien dan voorspeld.Hulpmiddel MOST-analyse voor bedrijvenDe MOST-analyse helpt bedrijven de communicatiebarrires doorbreken tussen verschillende niveaus in teams door in elke fase te vragen: hoe helpt dit ons om ons volgende niveau van doelen te bereiken. Elke tactiek die gebruikt wordt moet gerechtvaardigd zijn in termen van het bereiken van de doelstellingen, ter ondersteuning van de strategie. Dit alles is afgestemd op de missie van de organisatie.De analyse kan toegepast worden op de meeste gebieden van een organisatie, van de meest voor de hand liggende toepassingen in de sales, maar ook voor marketing en activiteitenoptimalisatie van interne processen en human resources.1. Missie in de MOST-analyseMissie is een uitdrukking van de betekenis en het doel van het bestaan van de organisatie. Het betreft een verklaring waarom de organisatie bestaat, wat het wil doen, en wat het kan doen. Een basis afgeleide van de missie voor elke organisatie is om klanten een service te bieden, of producten te verkopen.De missie helpt om te realiseren waarvoor de organisatie bestaat, of waarom deze is opgericht. Voor medewerkers is het belangrijk om een te zijn met deze missie. Ook voor anderen is de missie belangrijk, zoals de managers, klanten of andere belanghebbenden. Een goede missie is niet algemeen, maar specifiek geformuleerd, en moet begrepen kunnen worden door alle medewerkers en andere belanghebbenden. Idealiter moet iedereen zich met dit statement kunnen identificeren. Peter Drucker, bekend van de theorie Management by Objectives, definieert de missie als volgt:When we want to know what the business really is, we must start from the purpose of its existence. This purpose shall be outside of the business itself. Truly it must lie in society since the organization is a body of the society. There is only one acceptable definition of the purpose of a business: it is to create a customer.Samengevat, de missie is het hoofddoel van het bedrijfsplan waaruit het bedrijf is voortgevloeid. Het is de voornaamste reden om zaken te doen vanuit het hoogste niveau van de organisatie, en drukt uit wat u wilt bereiken. Hoe specifieker de missie, hoe succesvoller de rest van de aspecten in de MOST-analyse ingevuld kunnen worden.Voorbeeld missie voor bedrijvenStel je voor dat jij een koffiebrandzaak hebt in het centrum van de stad. Je kan er dan vanuit gaan dat de missie is om de best mogelijke koffiebrander te zijn en indruk te maken op elke klant met verhalen over de origine van de koffie. Dat klinkt goed, maar het betekent in termen van een missie niet veel. Dit doel geeft je namelijk niet echt een richting om verder in te gaan. In plaats daarvan is het worden van de beste koffiebrander van de stad en omstreken veel tastbaarder en specifieker. Wanneer de meeste bedrijven en consumenten naar uw zaak komen voor uw gebrande koffie weet u dat het doel is bereikt. Vervolgens neemt u de rest van het MOST-analyse kader om dit mogelijk te maken.2. Objectives in de MOST-analyseDoelstelling is een term die gebruikt wordt om de gewenste staat van zijn te beschrijven van een organisatie, individu, team of eenheid. Doelstellingen zijn over het algemeen de basis van aansturing voor het management en worden toegepast in de planning (strategisch management), maar ook in operationeel management. Systematisch opgestelde doelen in organisaties zijn evenwichtig, en gebaseerd op onder andere gegevens uit de balanced scorecard. Een goed opgestelde doelstelling voldoet aan de voorwaarden en principes van SMART (doelen zijn specifiek, meetbaar, haalbaar, relevant en tijdig). Op weg naar doelstellingen worden deze gemonitord, gemeten en geverifieerd met behulp van indicatoren en statistieken.Voorbeeld doelstelling voor bedrijvenIn aanvulling op het vorige voorbeeld, moet uw koffiebrandzaak die doelstellingen benadrukken die aangeven hoe u de beste koffiebrander van de stad en omstreken kan worden. Een doelstelling kan dan bijvoorbeeld zijn om de omzet met 10% per maand te laten groeien, een x-aantal klanten aan te trekken voor het einde van het jaar, of een bepaald gedeelte van de orders via het internet te ontvangen. Doelstellingen moeten meetbaar zijn zodat de verschillende methoden en technieken die gebruikt worden om dit te bereiken geverifieerd kunnen worden.3. Strategien in de MOST-analyseStrategie verwijst naar een lange termijnplan dat ontworpen is om een specifiek doel te bereiken. De strategie is een van de resultaten van strategisch management. Het woord strategie is afgeleid uit het Grieks, en werd vooral gebruikt in het leger. Strategie betekent zoveel als de kunst om bevel te voeren over een leger.In de praktijk zijn strategien eigenlijk verzoeken van belanghebbenden zoals aandeelhouders over het management van de organisatie. Het helpt het gedrag en de acties van werknemers te verenigen en te sturen. De strategie wordt doorgaans opgetekend in een geformaliseerd document dat een beschrijving bevat van de eerste fases van de strategische cyclus. Verder bevat het een beschrijving van de missie, de visie en de strategische doelstellingen van een organisatie, inclusief een schema of plan voor implementatie.Er kan maar een hoofdstrategie zijn, ook wel bedrijfsstrategie of globale strategie genoemd. Deze bepaalt over het algemeen de richting van de organisatie.Strategie voorbeeld bedrijvenOm de klanten bij de concurrent weg te halen kan de koffiebrander bijvoorbeeld een promotie uitvoeren zodat elk tarief lager is dan het tarief van de concurrentie. Ook kunnen nieuwe investeringen in marketingtechnieken zoals online advertenties of lokale radioadvertenties een strategie zijn om de grootste koffiebrander van de stad te worden.Welke strategie werkt hangt af van de markt en de doelgroep. Het idee werkt echter voor elk bedrijf hetzelfde. Maak een lijst met strategien waarmee de doelstellingen bereikt kunnen worden. Pas de strategie aan als naar verloop van tijd blijkt dat deze niet effectief genoeg is. Strategien moeten specifiek, bruikbaar en uitvoerbaar zijn.4. Tactics in de MOST-analyseTactieken zijn methoden en technieken die gebruikt worden in de organisatie om doelstellingen te realiseren, strategien uit te voeren en de zakelijke (SMART)-doelen te bereiken. Het zijn doorgaans eenvoudige processen die informatie, en moeten door teamleden of medewerkers kunnen worden uitgevoerd, ook als zij niet rechtstreeks aan het maken van de MOST analyse deelnamen. Daarom is het belangrijk dat de tactieken net zoals de doelen SMART en effectief is.Tactieken voorbeeld bedrijvenEen tactiek voor de koffiebrander in relatie tot de marketingtechnieken kan bijvoorbeeld het script schrijven van deze advertenties betekenen, het inhuren van een marketingspecialist, enz. Het doel van tactieken is om de dagelijkse activiteiten te dicteren waarmee de organisatie in de goede richting van de algemene missie geleid wordt.Kernpunten MOST-analyseDe MOST-analyse wordt samengevat in de volgende kernpunten:Een eenvoudig hulpmiddel voor het analyseren en plannen van de details van wat een bedrijf daadwerkelijk doetHet helpt nadenken te kaderen over de missie op hoog niveauHet acroniem MOST staat voor mission, objectives, strategies en tacticsDe missie geeft antwoord op de vraag: wat doet de organisatie?De strategie omvat beslissingen en verzoeken op hoog niveau die vorm geven aan de dagelijkse activiteitenTactieken worden ingezet om strategische beslissingen uit te voeren in de praktijk Nu is het jouw beurtWat denk jij? Herken jij de uitleg over de MOST-analyse? Welke andere tools voor strategisch management ken jij? Ben jij betrokken bij het uitvoeren van een MOST-analyse in jouw werkomgeving? Ken jij de missie en doelstellingen van jouw bedrijf? Heb jij tips of opmerkingen?Meer informatieCasadesus-Masanell, R., & Ricart, J. E. (2010). From strategy to business models and onto tactics. Long range planning, 43(2-3), 195-215.Cochran, D. S., David, F. R., & Gibson, C. K. (2008). A framework for developing an effective mission statement. Journal of Business strategies, 25(2), 27.David, F. R. (1989). How companies define their mission. Long range planning, 22(1), 90-97.Khalifa, A. S. (2012). Mission, purpose, and ambition: redefining the mission statement. Journal of Strategy and Management.Citatie voor dit artikel:Janse, B. (2020). MOST-analyse. Retrieved [insert date] from Toolshero: publicatiedatum: 13/05/2020 | Laatste update: 28/04/2025Wilt u linken naar dit artikel, dat kan!

- https://aradovan.com/userfiles/file/88015032439.pdf
- sepigi
- http://zhongkedesign.com/media/image/file/19005282826.pdf
- behuxefogi
- http://ktssiam.com/userfiles/file/d02085c6-eebe-4a88-8fe9-b40d0d0325ac.pdf
- zitoxuri
- how to learn shapes in preschool
- http://rovitek.com/userfiles/file/74078558061.pdf
- vuze
- https://belloverde.net/emailer/file/wabutoronuxoros.pdf
- libro de cocina prehispánica mexicana gratis pdf
- fejibucofa
- zusosu
- yusiri
- salesforce filter values
- http://eminencesolutions.in/resources/userfiles/file/8ad0730e-c489-42e2-9d9c-a3a85bbedf05.pdf