

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Welke **maatschappelijke uitdaging** drijft jou? Welke **maatschappelijke impact** wil je realiseren? | Op welk deel van het probleem focust je organisatie?Wat is de **missie** van de organisatie? | **Aanbod**Welk aanbod zet je in de markt? Wat onderscheidt jou? Wat zijn de USPs van jouw aanbod? **Klant en doelgroep** Wie wacht op jouw oplossing? Klant = doelgroep? Aan welke klantenbehoefte kom je tegemoet? **Waardecreatie**Welke types waarde creëer je? Financiële, ecologische, sociale waarde?Voor wie is die waarde nog belangrijk? Welke inkomstenbronnen of kostenbesparingen kan je aanboren?  | **Stakeholder mapping**Wie zijn je belangrijkste stakeholders? Prioritering volgens matrix **Stakeholder engagement**What’s in it for them? Wat heb jij hen te bieden? Wat wil je van je stakeholder krijgen? Op welke manier beïnvloedt elke stakeholder de maatschappelijke impact die je voor ogen hebt?  | Elk proces moet je uitdenken en organiseren. Probeer dat zo slim mogelijk te doen: zoek naar hefbomen om je maatschappelijke impact te vergroten. Zorg er alleszins voor dat je negatieve milieu-effecten of sociale effecten vermijdt of minimaliseert. **Personeelsbeleid****Aankoop****Productie****Logistiek -distributie****Marketing – verkoop****Financiële processen** **Governance - bestuur** | **Personeelssamenstelling**Welke competenties heb je nodig? Welke rol spelen doelgroep/klant/leveranciers/partners? **Juridische structuur****Vlottende activa****Vaste activa** **Financiering** |

**Grijpen de radars in elkaar?**

Personeel, vaste en vlottende activa, financiering, juridische structuur

**Versterken ze de maatschappelijke impact?**



Missie-ambities van de organisatie

Wie? Waarom? Hoe samenwerken?

Productie, logitiek, HR, marketing, aankopen, financiële processen, governance

Uitdaging - verandering

Aanbod – klant/doelgroep - waardecreatie

(naam - naam project)