

BEDRIJVEN IN EVOLUTIE: HOE PAK JE EEN VERANDERTRAJECT BEST AAN?



Liesbeth Drutti en Erwin Mallekoote
Quaestor International

Wat wanneer je als bedrijf constateert dat je tegen je limieten aanloopt? Dat de markt je dwingt om anders en meer te doen dan je bedrijf nu doet? En je dat niet kan behappen? Liesbeth Drutti en Erwin Mallekoote van Quaestor International, gespecialiseerd in transitie management, vertellen waarop je moet letten bij een verandertraject.

Verandertrajecten komen tegenwoordig vaker voort uit zogenaamde gelukkige omstandigheden: een bedrijf kan de vraag en snelheid van de markt niet volgen, een acceleratie is nodig. Een natuurlijke neiging is om meer mensen aan te nemen. Maar dat is vaak niet de juiste of complete oplossing. Zeker niet op lange termijn.

**“ALLEEN WANNEER EEN
VERANDERING DOOR HET
HELE BEDRIJF GEDRAGEN
WORDT, KAN HET EEN
SUCCES WORDEN”**

Wat je wel wil bereiken? Dat je bedrijf in staat is om tijdens de snelle groei pas te houden, zonder in te boeten op kwaliteit en betrouwbaarheid. Wij houden bij verandertrajecten rekening met zes aandachtspunten:

1 x Ken je bedrijf

We starten elk traject met een scan van je organisatie zoals die op dat moment is. Hoe zit de structuur in elkaar? Hoe heb je alle verschillende afdelingen en functionaliteiten georganiseerd? Maar ook: hoe verlopen interne processen en hoe communiceren afdelingen met elkaar?

Daarnaast bekijken we samen wat je visie, je missie en je strategie is. Heb je die nog niet geformuleerd, is het fundamenteel dat we dit nu wel doen. Je hebt een solide basis nodig waarop je kan terugvallen tijdens het veranderingsproces.

2 x Shared values

Wanneer je bedrijf voor (grote) veranderingen staat, is het belangrijk dat iedereen binnen je bedrijf op dezelfde golflengte zit. En dan bedoel ik echt iedereen: van het topmanagement tot de mensen op de werkvloer. Heeft iedereen hetzelfde beeld van het bedrijf? Kent iedereen de doelstellingen, de visie en de strategie? Die *shared values* van je bedrijf moeten voor iedereen glashelder zijn. Alleen wanneer een verandering door het hele bedrijf gedragen wordt, kan het een succes worden.

“Wat je wel wil bereiken? Dat je bedrijf in staat is om tijdens de snelle groei pas te houden, zonder in te boeten op kwaliteit en betrouwbaarheid”

3 x Communicatie

Ga er niet van uit dat iedereen in je bedrijf weet wat er te gebeuren staat. Als zaakvoerder ben je hier al langer mee bezig, je werknemers niet. Wanneer je op alle afdelingen duidelijk communiceert wat er zal gebeuren in de toekomst en welke groei jullie verwachten te realiseren, vergroot je de betrokkenheid van je werknemers. Wat ontzettend motiverend werkt.

Zorg er daarom voor dat je vanaf dag één communiceert over de opkomende veranderingen. Wanneer verandering zich opdringt, zitten je medewerkers vaak al aan hun limiet. Onzekerheid over wat hen en het bedrijf te wachten staat, wil je dan kost wat kost vermijden.

4 x Laat je begeleiden

Je bedrijf en organisatiestructuur op eigen houtje veranderen? Dat is niet zo vanzelfsprekend als je zou denken. Je verandertraject laten dragen door externen is een pluspunt op meerdere vlakken. Zij kunnen ten eerste op een neutrale manier kijken naar je bedrijf, de uitdagingen en nodige veranderingen in de organisatie. Ten tweede hebben zij ervaring met transitie management en weten hoe zulke trajecten aan te pakken. En *last but not least*: jij kan je focussen op de dagelijkse werking van je bedrijf, die uiteraard moet blijven verdergaan.

5 x Denk future-proof

Tijdens een verandertraject worden de meest prangende uitdagingen als eerste aangepakt. Maar laat het daar niet bij. Denk vooruit en durf buiten de grenzen van je eigen bedrijf te kijken. Hoe zal de marktgroei zich verderzetten? Welke trends zullen zich vermoedelijk in je sector voortdoen?

Anticipeer en maak je bedrijf klaar voor de lange-termijntoekomst.

6 x Neem je tijd

Grote veranderingen doorvoeren binnen je bedrijf, dat doe je niet op één-twee-drie. Wij weten uit ervaring dat een veranderings traject meestal een meerjarenplan is. Voorstudie, analyseren, implementeren, opvolgen en bijsturen. Dat kost wel wat tijd. Ga niet overhaast te werk, je moet niet sneller willen gaan dan je bedrijf aan kan. Het is niet de eerste keer dat een bedrijf onderuitgaat omdat ze te snel willen gaan.

