

SWOT – ANALYSE

Sterktes
(Strengths)

Zwaktes
(Weaknesses)

Kansen
(Opportunities)

Risico's
(Threats)

Wat is een SWOT-Analyse

Iedereen van ons heeft een bepaald idee over waar je in de toekomst naartoe wil en wat je wil bereiken in je leven. Als werknemer, student, zelfstandige, opdrachtgever, leidinggevende, zaakvoerder, ... heb je een bepaalde betrokkenheid en verantwoordelijkheid naar anderen toe en ben je gebonden aan bepaalde doelstellingen die mee je toekomst bepalen.

Door middel van de SWOT-analyse (Strengths – Weaknesses – Opportunities - Threats) proberen we deze doelstellingen concreet te maken zodat ze meer haalbaar zijn op korte en lange termijn.

Binnen een SWOT-analyse, houden we er rekening mee dat deze doelstellingen een dynamisch gegeven zijn en veranderen over tijd. Het is daarom zinvol om over een bepaalde tijd, onze vooropgestelde doelstellingen te evalueren om te herbekijken of ze nog wel relevant zijn voor het toekomstbeeld dat jij voor ogen hebt. Zo kan men steeds inspelen op nieuwe tendensen en opportuniteiten in onze snel veranderende hedendaagse samenleving.

Een belangrijke eerste vraag om meer duidelijkheid te krijgen over waar je naartoe wilt, is wat dat in eerste instantie maakt dat je aan iets begonnen bent of wil beginnen. Je **visie** zegt iets over hoe jij je plan, je mogelijkheden en de samenleving inschat. Dit is een noodzakelijke stap voor het opstellen van een Business plan. Jouw visie zegt iets over waar je naartoe wil groeien en waar je jezelf ziet over een aantal jaar. Meestal vertrekt men vanuit meetbare doelstellingen, zodat er op deze manier richting gegeven kan worden aan dat wat je wenst te bereiken.

Naast een visie is een **missie** essentieel voor de strategiebepaling van je plan. Een missie definieert de reden van bestaan van jouw idee, functie of bedrijf. Het is een vast gegeven in die zin dat het niet voortdurend wijzigt. Waar wil je met voor staan in wat je onderneemt? Voor wat staat dat wat je doet, enz.

Om je visie en missie te realiseren, heb je een bepaalde **strategie** nodig. Dit is een plan dat je helpt om te visie en missie waar te maken. De strategie zegt iets over waar je naartoe wil werken en welke tussentijdse doelen je graag zou behalen.

Ideeën voor projecten

Om visie, missie en strategie te bepalen is het zinvol om doelgericht aan de slag te gaan. Goede ideeën blijven immers goede ideeën als ze niet omgezet worden tot een actieplan.

Schrijf hieronder een aantal ideeën op over projecten die jij in de toekomst graag zou opstarten. Momenteel moeten deze ideeën nog niet concreet of haalbaar zijn. Het is vooral belangrijk dat je vrijuit kan opschrijven wat je nog graag zou doen in je leven.

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

Een project of business idee kiezen

Kies nu een project of business idee uit dat je het meest aanspreekt en pas de SWOT-analyse hierop toe:

Jouw idee:

SWOT-ANALYSE

Sterktes

- wat zijn de sterktes van jezelf
- wat maakt je of je idee beter dan anderen
- Welk resources kunnen in je voordeel werken?
 - Wat is je USP?

Zwaktes

- Wat zijn werkpunten en kan nog beter?
- Wat zijn je zwaktes t.o.v. anderen?

Kansen

- Welke kansen bestaan er in ons huidig sociaal-economisch landschap?
- Ben je je bewust van mogelijke trends en verschuivingen?

Risico's

- Welke risico's bestaan er?
- Wat zijn je schulden of financiële risico's?
- Kan je de kwaliteitsstandaard behalen?



Visie, missie en strategie

De missie: de reden van bestaan van je project of onderneming

De visie: de uiteindelijke doelstelling op lange termijn

De strategie: de manier om tot je visie te komen

Visie

Wat is jouw visie?

Wat is jouw visie en waar wil je naartoe groeien? Waar zie je jezelf binnen x aantal jaar? Meestal wordt een tijdspanne voor ogen gesteld van 3 of 5 jaar. Een visie is dus steeds een meetbare doelstelling en speelt voor een individu of onderneming een cruciale rol: richting geven.

Je visie omschrijft dus wat je wil bereiken:

Missie

Wat is jouw missie?

Een missie definieert de reden van bestaan van jouw project. Het is een vast gegeven in die zin dat het niet voortdurend wijzigt. Waar wil je met je project onderneming voor staan? Waarom bestaat je project of onderneming?

Formuleer hieronder de reden van het bestaan van jouw project of jouw bedrijf, dit is je missie:

Strategie

Je strategie

De bedrijfsstrategie beschrijft hoe je jouw reden van bestaan gaat handhaven, hoe je jouw doelen zal bereiken. De strategie van je bedrijf bepaalt hoe je die visie zal waarmaken.

Noteer hieronder de strategie van jouw bedrijf:

Troeven of Unique Selling Point (USP)

Noteer hieronder minstens 2 troeven die jouw project of onderneming voordeel geven, bijvoorbeeld om meer klanten aan te trekken en je te onderscheiden van concurrentie:

Benoem je Unique Selling Point (USP), wat maakt jouw project of onderneming uniek, wat maakt dat klanten voor jou zouden kiezen:

Concretiseren van je strategie

Je hebt je bedrijfsmissie en visie weergegeven. Nu zal je jouw strategie moeten omschrijven. Deze bepaalt hoe je jouw positie in de markt zal innemen. Een goede strategie moet aan 4 criteria voldoen:

- Duidelijk
- Meetbaar
- Middelen (welke middelen heb je nodig?)
- Passen binnen de missie van de onderneming en leiden tot de visie

Acties op korte termijn (specificeer de termijn)

-
-
-
-
-

Acties op middellange en lange termijn (specifieer de termijn)

-
-
-
-
-
-
-
-

Evaluatie

Na het bepalen van je strategie is het ook belangrijk om te evalueren of de vooropgestelde doelstellingen behaald zijn, deels behaald zijn, niet behaald zijn er wat de redenen hiervoor zijn. Bouw op regelmatige basis evaluatiemomenten in (na 6 maanden, na 1 jaar, na meerdere jaren).

Hoe verloopt het momenteel met de vooropgestelde strategie en doelstellingen?

Datum:

-

-

-

-

-