



# MISSIE, VISIE EN WAARDEN

  **herd**



*In een snel evoluerende context met wisselende verwachtingen is het voor organisaties belangrijk om een eigen identiteit te hebben die duidelijk is voor zowel medewerker als klant of burger. Vandaaruit ontstaat vervolgens een visie, eventueel aangevuld met de kernwaarden van de organisatie. Zijn de missie en visie voor uw organisatie nog niet (meer) helemaal duidelijk? Herd helpt hierbij.*

## **WAT**

Herd begeleidt lokale besturen en socialprofitorganisaties bij het opstellen of herbepalen van een gedragen missie (waar staan we voor?) en visie (waar gaan we voor?). Samen met de medewerkers gaan we bovendien op zoek naar de kernwaarden (wie willen we zijn?) binnen de werking. Deze strategische visitekaartjes vormen vervolgens het kompas waarlangs organisaties hun werking organiseren.

## **AANLEIDING**

Publieke organisaties worden geconfronteerd met een maatschappelijke context die constant in beweging is en steeds wisselende verwachtingen heeft van de organisatie. Voor lokale besturen lijkt hun bestaansrecht op het eerste gezicht misschien duidelijk, maar voor heel wat medewerkers en burgers is het dat misschien toch niet. En om goed beleid te kunnen voeren is het belangrijk om ook een sterke visie te ontwikkelen en deze consequent te blijven volgen. Ook voor socialprofitorganisaties is het op papier zetten van de missie, visie en waarden die de actuele doelstellingen, dromen en overtuigingen van de organisatie weergeven, essentieel om de eigenheid te kunnen bewaren.

## **DOELSTELLING**

De missie, visie en waarden van de organisatie zijn duidelijk bepaald. Organisaties hebben vat op een cruciaal onderdeel van hun strategiebepaling en vormen een sterke eigen identiteit.

## **HOE**

Samen met enkele stakeholders van de organisatie gaat Herd op zoek naar een visie die strookt met de identiteit van de organisatie. Via een participatief traject wordt de strategische nota opgebouwd.

## **STAPPENPLAN**

### **Stap 1: Documentanalyse**

We verzamelen in de eerste plaats alle relevante documenten die de organisatie ter beschikking heeft (visieteksten, beleidsdocumenten, omgevingsanalyses, ...) en halen daar de cruciale informatie uit. Daarnaast nemen we ook beleidsdocumenten mee van eventuele hogere instanties die een invloed kunnen hebben op de organisatie (vb. Vlaamse overheid).



## Stap 2: Diepte-interviews

Aan de hand van een intakegesprek worden enkele stakeholders bepaald, met wie we gesprekken voeren. Samen met enkele cruciale personen binnen de organisatie (bestuur, directie, ...) gaan we zoek naar de gezamenlijke visie op de organisatie.

## Stap 3: Brainstormsessie

Met de informatie uit de documentanalyse en de diepte-interviews gaan we aan de slag in een of meerdere werkgroepen. De focus ligt daarbij niet alleen op de missie en visie, maar vooral ook op het tot stand komen van de kernwaarden: wie willen we zijn? Tegelijkertijd zorgen we voor gedragenheid binnen de hele organisatie.

## Stap 4: Opmaken missie, visie en waarden

Aan de hand van de informatie verkregen uit de documentanalyse, diepte-interviews en brainstormsessie bereiden we een strategische nota voor, die wordt afgetoetst met de stakeholders. Nadien ontstaat een definitieve versie.

## EINDPRODUCT

We maken een nota op waarin de missie, visie en kernwaarden van de organisatie zijn opgenomen. Dit document vormt de basis voor de organisatie om aan de slag te gaan met strategiebepaling.

## KOSTPRIJS

Vraag uw offerte aan [sander@herd-advies.be](mailto:sander@herd-advies.be).

*Herd helpt u ook graag verder met het bepalen van de strategie voor uw organisatie, die voortvloeit uit de missie en visie, en die om te zetten in concrete doelstellingen. We maken daarvoor graag een offerte op maat.*