

# AMBITIE

# ROUTEPLANNING

## TALENT



Zou u de zekerheid van planning meer willen oprekken en de onzekerheid van toekomstige ontwikkelingen terug willen brengen? Dan is het maken van een innovatie routeplanning een voor de hand liggende methode. U kunt hiermee helderheid krijgen over het benodigde innovatie-beleid van uw organisatie vanuit een markt- en klantgeoriënteerde aanpak.

De resultaten van de analyses worden gevisualiseerd in een overzichtelijk schema, waarbij de samenhang tussen de verschillende aspecten duidelijk wordt aangegeven. Het beeld dat daarmee ontstaat, stelt uw organisatie in staat om prioriteiten te stellen, de juiste strategische keuzes te maken en een actieplan te ontwikkelen. Vanuit individuele talenten naar collectieve ambitie.

Het traject voor het maken van een innovatie routeplanner bestaat uit vier tot zes werksessies en gaat om daadwerkelijk planning en actie. Het is dus concreter en uitgebreider dan scenarioplanning, maar kan daar wel een vervolg op zijn.

Om een innovatie routeplanner te kunnen maken moet eerst richting zijn bepaald, dit kan met een visie ontwikkelingstraject of met scenarioplanning.

### DOEL

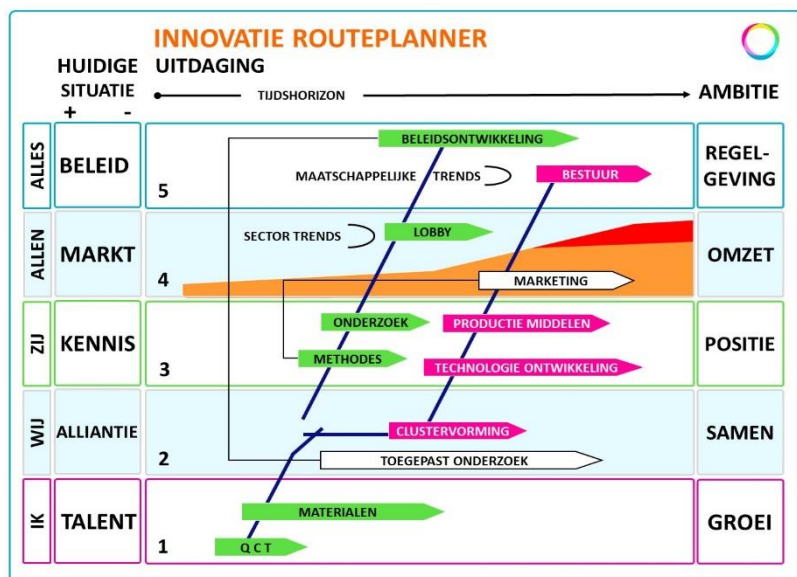
Het doel van een innovatie routeplanner is helderheid te verschaffen in vernieuwingstrajecten en ondersteuning te bieden bij het maken van strategische keuzes. Van talent naar ambitie.

### INNOVATIE ROUTEPLANNING

Via innovatie routeplanning krijgen organisaties inzicht in hun doelen op korte en middellange termijn en worden concrete acties geformuleerd om deze doelen te bereiken. Routeplanning is een in de tijd uitgezette representatie van één of meer innovatierichtingen. Het routeplannertraject ondersteunt algemene samenwerking en helpt om gestructureerd te werken.

# ONDEK SAMENHANG TUSSEN STRATEGIE VANUIT MARKTKANSEN EN EIGEN AMBITIES.

## CRÈER EEN RICHTINGEVEND BEELD DAT UITNODIGT TOT KEUZES MAKEN.



Figuur 1: visualisatiemodel routeplanning

De innovatie routeplanning kan worden gemaakt voor één bedrijf of een groep bedrijven. De tijdshorizon ligt bij enkele jaren tot meer dan vijftien jaar. Relevante strategische informatie wordt gevonden, ontwikkeld en in kaart gebracht.

### DE AANPAK

Als eerste wordt de huidige situatie geïnventariseerd door de procesleider, door middel van interviews met sleutelfiguren en analyse van strategische documenten. Zo wordt de uitgangssituatie bepaald. Strategische informatie wordt systematisch in kaart gebracht.

Tijdens creatieve werksessies wordt de routeplanning met een team opgebouwd onder leiding van de procesleider en inhoudelijke deskundigen. De volgende stappen worden doorlopen:

#### 1. Scenario's ontwikkelen

Met stakeholders en (externe) deskundigen worden op speelse wijze innovatiekansen ontwikkeld, in samenhang met de kracht, rol en positie van uw organisatie.

#### 2. Routeplanning opbouwen

De tijdshorizon wordt bepaald en de verschillende lagen zoals kennis stakeholders en markt worden in het

routeplan opgebouwd.

#### 3. Ambities formuleren

Ambities voor de verschillende lagen worden geformuleerd zoals markt-, kennis- en organisatieambitie.

#### 4. Uitdaging aangaan

Voor welke uitdaging staan we als we vanuit de huidige situatie deze ambities willen vervullen?

#### 5. Innovatierichtingen benoemen

Wat loopt er allemaal al en welke plaats krijgt het in het routeplan? Er worden vervolgens concrete acties benoemd, keuzes gemaakt en prioriteit bepaald.

### HET RESULTAAT

Het resultaat wordt na de werksessies weergegeven in een uniek en duidelijk overzicht van de samenhang tussen de eigen ambities, marktontwikkelingen, gewenste producten en diensten, benodigde organisatorische-, technologie- en kennisontwikkeling.

Door middel van de innovatie routeplanning is handelingsperspectief voor de verschillende stakeholders ontwikkeld op verschillende abstractieniveaus. Wensen en ideeën zijn omgezet naar concrete plannen.

Routeplanning is één van de werkmethoden waarmee gewerkt wordt aan toekomstverkenningen binnen de portfolio van de Windroos en maakt deel uit van de Collectieve Innovatie Methodiek

### KANSRIJKE INNOVATIE

De strategisch gekozen innovatierichtingen uit het routeplan kunnen als onderlegger dienen voor de ontwikkeling van business cases of kennis-agenda's. Hierin worden nieuwe producten en diensten in combinatie met hun markt en klantprofiel benoemd. De rol van uw organisatie wordt omschreven voor het bereiken van de gewenste marktpositie. Dan is helder met welke kennis en technologie welke producten ontwikkeld moeten worden, wie de leiding neemt en wie daar aan gaat werken.

DESIGN  
JOHN SCHRAVEN  
INNOVATIE



Bosweg 44  
6721 HN Bennekom

T 06 53 44 90 55  
E john.schraven@outlook.com