Visie & Strategie

Leeswijzer: de tekst hieronder komt van deze site (visie-strategie.nl), alleen deze bestaat niet meer. Voor de hyperlinks zijn zo en kwaad alternatieve hyperlinks ingevoegd.

Bron: <http://www.visie-strategie.nl/>

Goede alternatieven zijn:

https://www.frankvanormondt.nl

<https://www.strategischmarketingplan.com/marketingstrategieen/missie-visie-en-strategie/>

<http://www.missieenvisie.nl/voorbeelde/> (let op **geen** “n” aan “voorbeelde” toevoegen)

<https://www.marketing-en-management.nl/modellen/wat-is-strategie/>

<https://www.managementgoeroes.nl/management-modellen/>

<https://www.intemarketing.nl/marketing-kennisbank>

<http://www.carrieretijger.nl/functioneren/professionele-vaardigheden/visie-ontwikkelen/organisatie>

**Kansen zien en keuzes maken.** ﻿

**"De visie is het doel en de missie de weg naar dat doel." K. Grint**

## Wat is strategie?

Strategie is kortgezegd de manier waarop middelen worden ingezet om doelen te bereiken. Deze doelen bepaal je door naar buiten te kijken en vooruit te kijken. Wiki zegt er dit over [strategie](http://nl.wikipedia.org/wiki/Strategische_planning). In de jaren 70 werd strategie het middelpunt van managementaandacht en dit werd gestimuleerd door de [Boston Consulting Group](https://nl.wikipedia.org/wiki/Boston_Consulting_Group). BCG is nog steeds heel succesvol en heeft nu 70 kantoren over de hele wereld. Door de publicatie van het boek Competitive Strategy (1980) van marketinggoeroe [Michael Porter](https://www.marketing-en-management.nl/michael-porter/) werd de aandacht voor strategie alleen maar groter.

Volgens Michael Porter omvat strategie een selectie van activiteiten waarin een organisatie zal uitblinken en zich dus zal onderscheiden in de markt. [Kaplan en Norton](http://www.bscdesigner.com/various-bsc-based-models.htm) ([balanced](https://nl.wikipedia.org/wiki/Balanced_scorecard) [scorecard](https://www.managementgoeroes.nl/management-modellen/balanced-scorecard/)) stellen dat strategie geen losstaand managementproces is. Het is een enkele stap in een lange reeks die begint bij de missie en eindigt bij het uitvoerende werk van de werknemers in je organisatie. Ik zou zelfs zo ver willen gaan dat het eindigt bij positieve klantwaardering.

Met een goeie strategie kan een organisatie dus een onderscheidende positie innemen ten opzichte van haar concurrenten in een competitieve omgeving. Vind een duurzaam voordeel ten opzichte van je concurrenten die aansluit bij externe trends en ontwikkelingen en bij de sterkten en zwakten binnen je eigen organisatie. Een strategische planning is richtinggevend voor alle beslissingen die een organisatie neemt voor de komende jaren.

Om een goeie strategie te bepalen heb je eerst de volgende input nodig:

1. [Missie](https://www.frankvanormondt.nl/advies/innovatie/wiki/missie-visie/)
2. [Visie](https://www.frankvanormondt.nl/advies/innovatie/wiki/missie-visie/)
3. [Doelstellingen](https://www.frankvanormondt.nl/advies/innovatie/wiki/missie-visie/)
4. [Strategisch plan](https://www.strategischmarketingplan.com/marketingstrategieen/missie-visie-en-strategie/)

[Of alle punten op de volgende site van deze hyperlink](https://www.strategischmarketingplan.com/marketingstrategieen/missie-visie-en-strategie/)

## Missie

Missie wordt door sommige bedrijven ook wel mission statement genoemd. Een missie definieert het bestaansrecht en identiteit van een organisatie. Door middel van je missie geef je aan wie je bent, wat je doet en wat je wil bereiken. Je missie is tijdloos, maar wel toe te passen op dit moment. Een missie staat dus, in tegenstelling tot een visie, niet voortdurend ter discussie. ﻿﻿

De missie van een organisatie bestaat over het algemeen uit de volgende vier onderdelen: ﻿﻿

1. Werkterrein
2. Bestaansrecht
3. Betekenis voor belanghebbenden
4. Normen, waarden en overtuigingen

### Werkterrein, Bestaansrecht, Betekenis voor belanghebbenden

De hamvraag bij de missie is ‘What business are we in?’. Je bepaalt wat je business scope is. Je kan dit doen door het [PMC-model van Abell](http://www.intemarketing.nl/marketing/modellen/abell-model) in te vullen. Ook kan je door dit model in te vullen zien waar je kansen liggen en dus inzicht krijgen in je business domain. De volgende drie vragen moeten dan worden beantwoord:

1. **Markt:** Op wie richten we ons? Dus welke klantgroepen ga je aanspreken.
2. **Product:** Wat bieden we aan? Dus in welke behoefte voorzie je.
3. **Competentie:** Hoe maken we dit waar? Dus waarin onderscheid je je.

### Normen, Waarden en Overtuigingen

Welke normen, waarden en overtuigingen staan centraal in ons handelen? Voorbeelden zijn integriteit, professionaliteit, servicegerichtheid, onafhankelijkheid. ﻿﻿

### Goede voorbeelden van een missie

* [Zappos](https://www.managementsite.nl/zappos-kernwaarden-bedrijfscultuur)**:** Wij zijn een bedrijf dat de beste customer service biedt en schoenen verkoopt.
* [Apple:](https://www.marketingfacts.nl/berichten/apple-verkoopt-dromen-geen-producten) Wij willen werken makkelijker maken.
* [9292ov](https://www.9292.nl/over-9292/missie-visie-en-kernwaarden)**:** ﻿﻿Mensen prettig en efficiënt de weg wijzen van-deur-tot-deur.
* [McDonald’s](https://www.mcdonalds.nl/over-mcdonalds/missie-visie)Ondernemen met oog voor de omgeving vinden we daarom bijzonder belangrijk en we nemen graag onze verantwoordelijkheid ten opzichte van de maatschappij.

### Slecht voorbeeld van een missie

Voldoen aan onze klantenbehoeften voor persoonlijk entertainment en informatie door middel van totale klanttevredenheid.

### Valkuilen bij het definiëren van een missie

* Een goede missie moet beknopt zijn en een link leggen naar de doelstellingen van de organisatie. Ook wordt aangegeven op welke betrokkenen (klanten, medewerkers of andere belanghebbenden) de organisatie zich richt.
* Holle frasen. Termen als ‘maximale aandeelhouderswaarde’, ‘tevreden medewerkers’ of ‘beste in de sector’ zijn te weinig meetbaar. Het zijn missies waar je medewerkers hun schouders over ophalen. Zorg voor een concrete en aansprekende missie.
* Het bestaansrecht van de organisatie ligt in de buitenwereld. Geen enkele organisatie of afdeling werkt voor zichzelf. Geef in de missie duidelijk aan wat je voor die buitenwereld wilt betekenen en hoe.
* Een goede missie geeft aan waaróm de onderneming haar activiteiten ontplooit. Het volstaat niet om alleen te zeggen wat de organisatie doet. Motiveer het waarom.
* Houd het kort en memorabel. Medewerkers, klanten en andere belanghebbenden moeten de missie makkelijk kunnen onthouden. Geen epistels van meer dan een A4-tje. Een missie bestaat niet uit details, maar uit grote lijnen. Kort en krachtig dus.
* Vermijd jargon en afkortingen. Ga er niet vanuit dat iedereen binnen de organisatie alle afkortingen en jargon snapt. Als je eigen medewerkers het al niet begrijpen, dan begrijpen de mensen buiten de organisatie er waarschijnlijk al helemaal niets van.

## 

## Visie

Een visie is inspirerend. Een visie geeft een visionaire en ambitieus beeld van wat een organisatie wil zijn. In de definitie van de visie kijk je naar de wereld van nu en de kansen in de toekomst en beschrijf je de gewenste droomsituatie. Om een visie voor je onderneming te formuleren kan je jezelf de volgende vragen stellen:

1. Welke ontwikkelingen (economisch, sociologisch, technisch, politiek) zijn belangrijk voor onze organisatie?
2. Hoe ziet onze toekomst eruit en die van onze concurrenten?
3. Welke ambities hebben wij op langere termijn?
4. Welke ‘core competence’ moeten we voor de toekomst gaan ontwikkelen?

Een visie geeft altijd een beeld van de plaats en positie van je eigen organisatie in die verre toekomst en moet aansluiten bij het ingevulde [PMC model](http://www.intemarketing.nl/marketing/modellen/abell-model), zoals gebruikt voor het bepalen van de missie.

### Goede voorbeelden van een visie

* **Nokia:** ﻿﻿'Connecting people' is mensen in contact brengen met de dingen die ertoe doen, wat dat voor iedereen persoonlijk ook is, en ze de mogelijkheid bieden het beste te halen uit ieder moment, altijd en overal.
* **Microsoft:** ﻿﻿Er staat een personal computer op elk bureau met Microsoft-software.

### Slecht voorbeeld van een visie

Wij willen onze klanten optimaal bedienen door meer producten aan te bieden dan onze concurrenten.

### Valkuilen bij het definiëren van een visie

Veel valkuilen komen overeen zoals beschreven bij de valkuilen van een missie. Hieronder nog een aantal specifieke valkuilen die gelden voor een visie.

* Niet creatief naar de toekomst
* Niet te vertalen in gedrag en beleid
* Te weinig specifiek voor de organisatie in kwestie
* Saaie, nietszeggende, nauwelijks inspirerende, vooral beschrijvende feitelijkheden
* Te weinig inhoudelijke keuzes in de angst iets uit te sluiten
* Gericht op optimalisatie en niet op innovatie

## Doelstellingen

De doelen die je wilt bereiken worden afgeleid van je missie en visie. Van hier uit ga je een strategie bedenken om deze tot een goed eind te brengen. Doelstellingen zijn tastbare resultaten die je nastreeft om de missie, visie en strategie van de organisatie te verwezenlijken. Om doelstellingen te kunnen halen moet je ze SMART maken.

Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden. Sommigen voegen daar nog Inspirerend aan toe (smarti).

Bij het opstellen van deze doelstellingen kun je de volgende vragen in acht nemen:

1. Wanneer heeft onze onderneming succes geboekt?
2. Wat maakt onze onderneming uniek?
3. Welke factoren zijn voor onze onderneming doorslaggevend voor het hebben van succes?
4. Welke factoren in de visie zijn van belang voor het voortbestaan van onze organisatie?
5. Welke meetbare resultaten wens je te bereiken?
6. Binnen welke termijn wil je deze resultaten bereiken?
7. Volgens welke schaal worden deze resultaten gemeten?
8. Welk meetinstrument gaan wij hiervoor gebruiken?
9. Middels welke frequentie gaan we die meten?

Er kan op verschillende manieren gemeten worden. Het kan ook voorkomen dat een doelstelling niet direct meetbaar is op kosten of omzet, maar bijvoorbeeld op leads, traffic of klanttevredenheid.

### Goed voorbeeld van een doelstelling

We willen dit jaar 10% meer bezoek op onze website ten opzichte van vorig jaar.

### Slecht voorbeeld van een doelstelling

We willen de beste worden in de markt.

## ﻿Strategisch plan

Het strategisch plan beschrijft hoe de in de visie gestelde inzichten en doelstellingen bereikt gaan worden en geeft een samenhangende reeks stappen aan voor het handhaven van de continuïteit op langere termijn. Op de eenmaal genomen beslissing kan je niet eenvoudig terugkomen. Een strategisch plan heeft veel voordelen, zoals een betere coördinatie en resultaatnormen voor controle, het voorzien van veranderingen en het is overdraagbaar. Meestal worden bedrijfsmatige strategische plannen vastgelegd in een jaarplan. Denk hier dus goed over na, praat erover met belanghebbenden, leg het vast en blijf de beschreven stappen constant toetsen aan de missie, visie en doelstellingen.

De volgende vragen kunnen helpen bij het formuleren van een strategie?

* Hoe gaan we onze resultaten te bereiken?
* Op welke manieren is het mogelijke onze doelen te realiseren?
* Welke maatregelen moeten we nemen?
* Op welke manier willen wij dit uitdragen?
* Hoe zorgen we ervoor dat wij voortdurend leren?

Een methode om de strategische planning te bepalen is **OGSM**. Een kader dat een top-down benadering gebruikt om te definiëren wat de Objectives, Goals, Strategies en Measures (OGSM) zijn van je organisatie. De output is een helder, eenvoudig en beknopt (een pagina) strategisch plan. De OGSM methode maakt een duidelijk onderscheid tussen de 'business' en de 'organisatie'.  
Meer informatie hierover vind je op deze [website](https://raoul.io/blog/uitleg-over-ogsm-methode/).

Het gehele proces om een strategisch plan succesvol te kunnen implementeren is te verdelen in vier stappen.

1. Strategische ideeën moeten worden vertaald naar kenmerken (maatstaven). Je moet nu een focus kiezen en dus keuzes gaan maken. Waar ga je je als eerst op richten, wat is de belangrijkste stap die je als eerste gaat zetten?
2. Operationaliseer de ideeën om de strategische doelen te kunnen realiseren. Daarbij maak je een financiële- en capaciteitsbegrotingen.
3. Monitor en leer. Als de strategie eenmaal geïmplementeerd is, moeten de prestaties gevolgd worden.
4. Om competitief te blijven, moet de strategie van tijd tot tijd geëvalueerd worden en zo nodig aangepast. Indien nodig moet er een nieuwe of aangepaste strategie worden bepaald.

### Valkuilen bij het schrijven van een (bedrijfs)strategisch plan﻿﻿

Vaak is het niet de strategie die faalt, maar de realisatie van de onderliggende doelen. Het verschil tussen strategie versus tactiek moet helder blijven. Organisaties zijn lang niet altijd in staat hun visie goed te vertalen naar hun medewerkers. Gevolg is dat medewerkers niet precies weten waarvoor ze werken en daardoor een eigen invulling gaan geven aan de gestelde doelen. Strategie en doelen vergen heel heldere formuleringen. Niets mag voor tweeërlei uitleg vatbaar zijn.

### Marketingstrategie

De marketingstrategie overlapt de bedrijfsstrategie. Marketing is gericht op het beantwoorden van de behoeften van consument en voorziet daarin door middel van de aangeboden producten en/of diensten. Variabelen zijn marktaandeel, marktontwikkeling, groei. Elke bedrijfsfunctie redeneert vanuit een ander perspectief (publieksgroep, activiteit). Marketing gaat eerst voor de klant, daarnaast voor product, prijs, promotie en distributie. Marketing heeft ook als taak andere afdelingen klantgericht maken.

### Onderdelen van een marketingstrategie﻿﻿﻿﻿

Bij het bepalen van de marketingstrategie baken je als eerste de markt af en verdeel je deze in segmenten. Het gekozen segment wordt je doelgroep. Dit proces kan je als volgt onderverdelen:

1. Onderzoek als eerste heel goed wie je klant is. Zoek daarna uit wat de consumentenvraag of behoefte is en stel een prognoses op.
2. Onderzoek de markt waarin je je begeeft. Schat de grootte van toekomstige markt in en de marktgroei.
3. Marktsegmentatie (bij gunstige vraagprognose). Welke segmenten zouden de beste bijdrage leveren bij het bereiken van de doelstelling. Indeling door geografie, demografie, psychologie, gedrag.
4. Vind het onderscheidend voordeel ten opzichte van je concurrent op:  
   a. Product/Dienst: kwaliteit, uniciteit, noviteit  
   b. Positie: merk, visuele identiteit, communicatie  
   c. Waardeketen: meer factoren in eigen hand  
   d. Organisatie, snelheid en flexibiliteit  
   e. Financiën
5. Doelgroepkeuze, segmenten, beoordelen op aantrekkelijkheid. Kies er eerst één en breid dat later eventueel uit.
6. Positionering: de plaats die product/dienst inneemt t.o.v. de concurrenten in de ogen van de consument. Geef het een duidelijke, wenselijke en kenmerkende plaats. Wat is je meerwaarde en welke belofte hoort daarbij?

### Competenties binnen een strategische functie

Een [strateeg](http://nl.wikipedia.org/wiki/Strateeg) (afgeleid van het Oud-Griekse woord strategos) is iemand die bepaalt welke strategie (gebaseerd op de missie en visie) er gevolgd wordt, rekening houdend met de verre toekomst.

Een veel voorkomende valkuil is dat binnen veel functies medewerkers niet alleen strategisch maar ook tactisch verantwoordelijk zijn, en door de dagelijkse pragmatische beslissingen de strategische lijn vergeten. Een strategie is niet iets wat je één keer per jaar kan bekijken en bijschaven. De wereld veranderd constant, dus moet je als organisatie ook constant bewust bezig zijn met je strategische plan. Verander niet alleen op tactisch niveau constant mee, maar blijf ook alert op strategisch niveau, zodat deze twee niet van elkaar vervreemden. Moeten en willen liggen binnen organisaties vaak ver uit elkaar. Blijf als strateeg dicht bij jezelf, bij jouw visie, bij wat jij wil. Laat het systeem, de regels, etc voor wat ze zijn. Het is jouw taak om vrij te denken en handelen om zo nieuwe kansen en mogelijkheden te ontdekken. Dat klinkt heel logisch, maar wordt helaas vaak vergeten of niet gedurfd. Zorg dat je je gevoel niet laat weg-analyseren door je verstand. Durf visionaire te zijn.

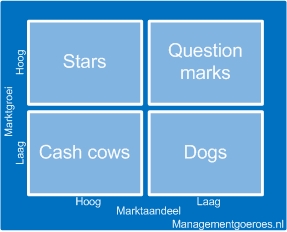
Binnen een strategische functie bekleed je meerdere rollen. Veelvoorkomende zijn:

* **Vernieuwer:** je ontwikkelt een visie op de markt en bedenkt daarbij nieuwe producten/diensten die passen bij die visie.
* **Strateeg:** je verzamelt steun (uit onderzoek b.v.) voor je idee zodat je je plan kan uitvoeren.
* **Detective:** je houdt steeds in de gaten wat je concurrenten doen en wat je doelgroep wil.

### Belangrijke competenties

* het kunnen analyseren en doorlichten van je organisatie om de huidige en toekomstige positie te bepalen
* het kunnen analyseren van de markt en het bepalen van de behoeften en kansen in de markt
* het kunnen interpreteren van marktonderzoeks- en branche informatie om daarmee het strategisch en tactisch beleid te kunnen uitzetten
* de strategie van het eigen bedrijf kunnen uitzetten, vooral bij gewijzigde marktomstandigheden, bedrijfsopvolging, internationalisering en samenwerking
* in staat zijn het marketingbeleid te operationaliseren met behulp van de marketingmix
* het kunnen opstellen en beoordelen van een ondernemingsplan of marketingplan

[BCG- Matrix](https://www.managementgoeroes.nl/marketing-modellen/bcg-matrix/) (BCG =BostonConsulting group)



## Strategie & Visie bronnen

### Modellen:

[12manage.nl](http://www.12manage.nl)[quick mba](http://www.quickmba.com/entre/business-model/)[﻿﻿](http://www.12manage.nl)  
[proven models](http://www.provenmodels.com/)﻿﻿

### Boeken:

Strategie slaat terug!  
Henry Mintzberg, Bruce Ahlstrand, Joseph Lampel

Praktijkboek strategie  
Effectief plannen en uitvoeren  
Aimé Heene, Johan Vanhaverbeke, Simonne Vermeylen

Van strategie naar uitvoering  
Execution Premium  
Robert S. Kaplan, David Norton

Strategisch denken   
Op zoek naar nieuwe heldenRene ten Bos

### Onderzoeksgegevens:

[Stir.nl](http://www.Stir.nl)  
[GFK](http://www.gfk.nl)  
[Forrester](http://www.forrester.com)  
[Mediascope](http://www.Mediascope.nl)  
[Digg](http://digg.com/news/business/media/recent)

### Onderzoeksresultaten databases:

[Marketing Research Database](http://www.marketingresearchbase.nl/)

### Opleiding:

[ISCB](http://www.icsb.nl/nl/strategie-planning/)   
[Lectric](http://internetopleidingen.lectric.nl/nextacademy.aspx)

### Platform voor een door professionals:

[Managementsite](http://www.managementsite.nl/5634/strategie-bestuur/visie-missie-6-tips.html)  
[123management](http://123management.nl/0/010_strategie/a120_strategie_01_missie_visie_strategie.html)  
[Managersonline](http://www.managersonline.nl/weblog/334/visie,-missie-en-nog-wat-meer.html%20)

### Aanbevolen sites visie & strategie:

[Seth Godin](http://sethgodin.typepad.com/)  
[Strategy Business](http://www.strategy-business.com/%20)

### Aanbevolen websites trends:

[Trendwatching](http://www.trendwatching.com)[Secondsight](http://www.secondsight.nl/)[Springwise](http://www.springwise.com/)  
[Trendslog](http://www.trendslog.nl)

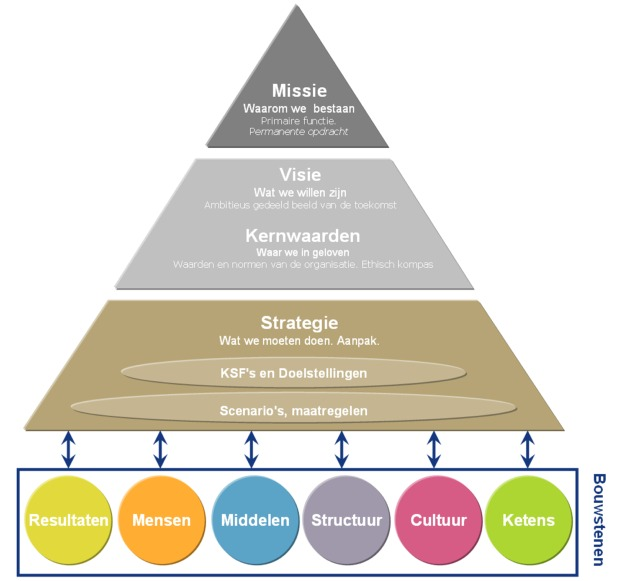
### Aanbevolen video's en presentaties:

[TED](http://www.TED.com)[Slideshare](http://www.slideshare.net)﻿﻿

* [Home](http://www.visie-strategie.nl/)
* [Strategie Guru's en Quotes](http://www.visie-strategie.nl/strategie-guru-quotes/item9)
* [Links](http://www.visie-strategie.nl/links/item15)
* |[Webdesignbureau Insyde](http://www.insyde.nl)

© 2011 Visie & Strategie

Bronnen: <http://www.missieenvisie.nl/missie/> ; [Frank van Ormondt](https://www.frankvanormondt.nl/) en [123management](http://123management.nl/0/010_strategie/a120_strategie_01_missie_visie_strategie.html)

****

[**Missie**](http://www.missieenvisie.nl/missie/)**,** [**visie**](http://www.missieenvisie.nl/visie/) **en** [**strategie**](http://www.missieenvisie.nl/strategie/)**.**

[Missie](http://www.missieenvisie.nl/missie/) en [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) zijn begrippen die niet altijd goed begrepen worden en hierom verwisseld worden. Dit is natuurlijk onterecht aangezien [missie](http://www.missieenvisie.nl/missie/) en [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) een eigen betekenis hebben.

Het beschrijven van een [missie](http://www.missieenvisie.nl/missie/) wordt ook mission statement genoemd. Een [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) wordt ook wel in een whitepaper beschreven. Het formuleren, definiëren en opstellen van een [missie](http://www.missieenvisie.nl/missie/) en een [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) is onderdeel van visievorming en valt daarom onder [strategie](http://www.missieenvisie.nl/strategie/) of strategisch management.

Om de begrippen te verduidelijken zijn op deze website [voorbeelden](http://www.missieenvisie.nl/voorbeelde/) van [missie](http://www.missieenvisie.nl/missie/) en [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) terug te vinden van bekende en minder bekende Nederlandse bedrijven.

Missie

**‘Companies whose employees understand the mission and goals enjoy 29% greater return than other firms’, (Watson Wyatt Work Study).**

Betekenis missie:

Een missie is datgene wat een organisatie wil uitdragen. Het geeft aan waarvoor de organisatie en de personen uit deze organisatie staan, wat hun identiteit en waarden zijn. Maar ook voor de leden uit de organisatie kan een missie duidelijkheid verschaffen over de waarden. Omdat een missie over zaken gaat die jaren hebben gekost om op te bouwen wordt een missie zelden veranderd.

Hoe moet een missie geformuleerd worden?

Een missie bestaat veelal uit de volgende onderdelen:

* Wat is ons werkterrein?
* Wat is ons bestaansrecht?
* Welke betekenis hebben wij voor onze stakeholders?
* Wat zijn onze normen, waarden en overtuigingen?
* Wat zijn onze intenties en ambities?

Het laatste punt is tevens onderdeel van de [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/). In sommige organisaties is de [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) zelfs een integraal onderdeel van de missie.

Visie

**‘”I have a dream”, Martin Luther King Jr. said, and what followed was a vision that changed a nation’.**

Wat is een visie?

De definitie van een visie:

Een visie is een algemene voorstelling van de (verre) toekomst van een organisatie. Omdat een visie over zaken gaat die in een verre toekomst eventueel kunnen plaatsvinden wordt een visie soms bijgesteld (in tegenstelling tot de [missie](http://www.missieenvisie.nl/missie/), kijk hiervoor ook bij [verschil](http://www.missieenvisie.nl/verschil/)).

Hoe wordt een visie geformuleerd?

Een visie omvat meestal de volgende onderdelen:

* Hoe ziet de omgeving van mijn organisatie er in de verre toekomst uit?
* Wat moet de organisatie (wil de organisatie) tegen die tijd bereikt hebben?
* Op welke manier gaan we dat doel bereiken?

Verschil

Verschil [missie](https://www.frankvanormondt.nl/advies/innovatie/wiki/missie-visie/) – [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/)

In het kort is het verschil tussen [missie](https://www.frankvanormondt.nl/advies/innovatie/wiki/missie-visie/) en [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/):

* Een [missie](http://www.missieenvisie.nl/missie/) is waarvoor we staan, een [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) is waarvoor we gaan.

De [missie](http://www.missieenvisie.nl/missie/) heeft te maken met waarden en identiteit. Wie zijn we als bedrijf, wat zijn onze waarden, hoe willen we met onze klanten en medewerkers omgaan? Een [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) geeft aan: hoe gaan wij de wereld van morgen (toekomst) beïnvloeden zodat wij succes hebben?

Strategie

Strategie:

Strategie is de wijze waarop we de [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) willen bereiken, eerst wordt dus de [visie](http://www.missieenvisie.nl/visie/) van een organisatie bepaald daarna pas de strategie.

<https://www.youtube.com/watch?v=_IrBSWFMqPo>

Missie en visie op de [Teamleiders academie](http://teamleidersacademie.nl/teamleiderschap-academie/visie/is-verschil-visie-missie-en-strategie/)

Missie en visie op de site van [Frank van Ormondt](https://www.frankvanormondt.nl/) (even naar onderen door scrollen)