



KWARTIERMAKERSGILDE

Expertisecentrum voor kwartiermakers

Presentatie Kwartiermaken Instrumentarium

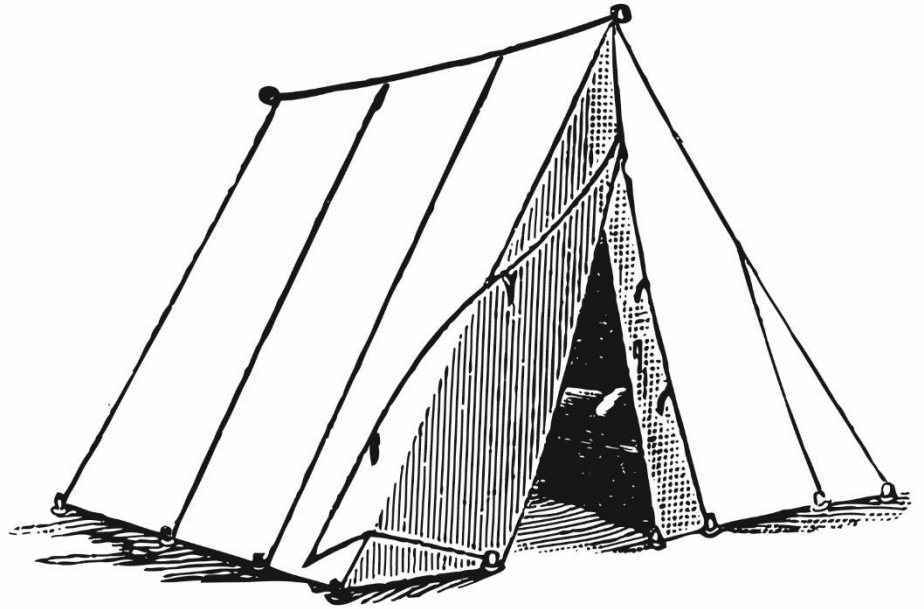
10 maart 2016

Felix Janszen en Gert-Jan Cornel



KWARTIERMAKERSGILDE

Expertisecentrum voor kwartiermakers



Wat is kwartiermaken?

Definities van kwartiermaker: uit een militair woordenboek uit 1861

- *‘Kwartiermakers zijn officieren, onderofficieren en manschappen, die bij marschen vooruitgezonden worden om de kwartieren te bestellen, over te nemen, in te deelen en ze bij aankomst der hoofdmagt aan deze aan te wijzen’.*
- In overdrachtelijke zin: iemand die belast is met de voorbereiding, de organisatie van iets geheel nieuws: voorloper, wegbereider.
- Het woord kwartier heeft onder ander de betekenis: tijdelijke verblijfplaats van militairen.

Vraag: Hoe zit dat bij de politie? Nieuwe publiek private samenwerkingen op zetten ? Of kennen jullie andere projecten?

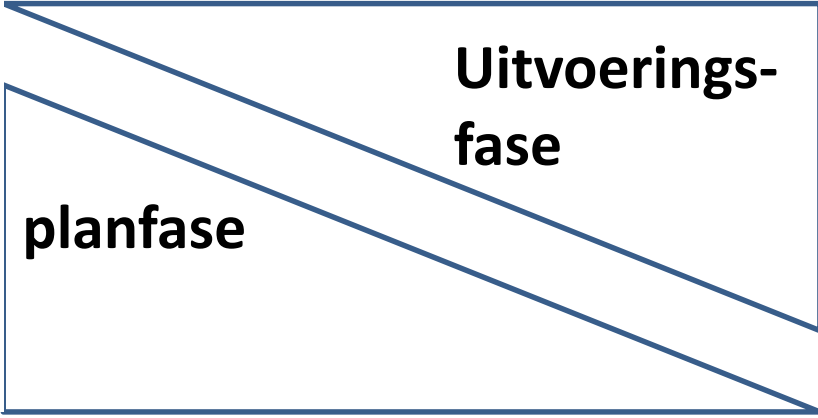


KWARTIERMAKERSGILDE
Expertisecentrum voor kwartiermakers

Kwartiermakersfase



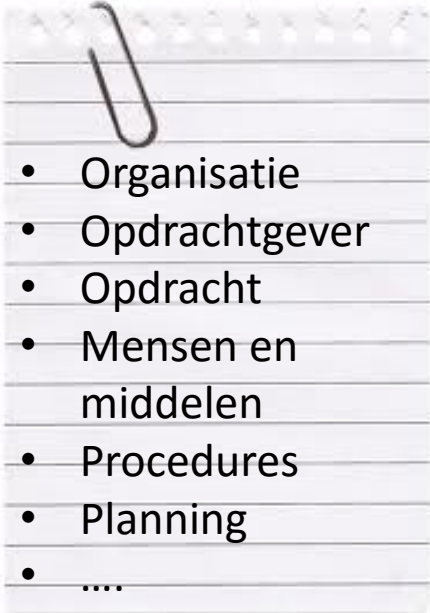
Wens, idee,
behoefte



planfase

**Uitvoerings-
fase**

**Vóórfase voor project of
regulier management**

- 
- Organisatie
 - Opdrachtgever
 - Opdracht
 - Mensen en middelen
 - Procedures
 - Planning
 -



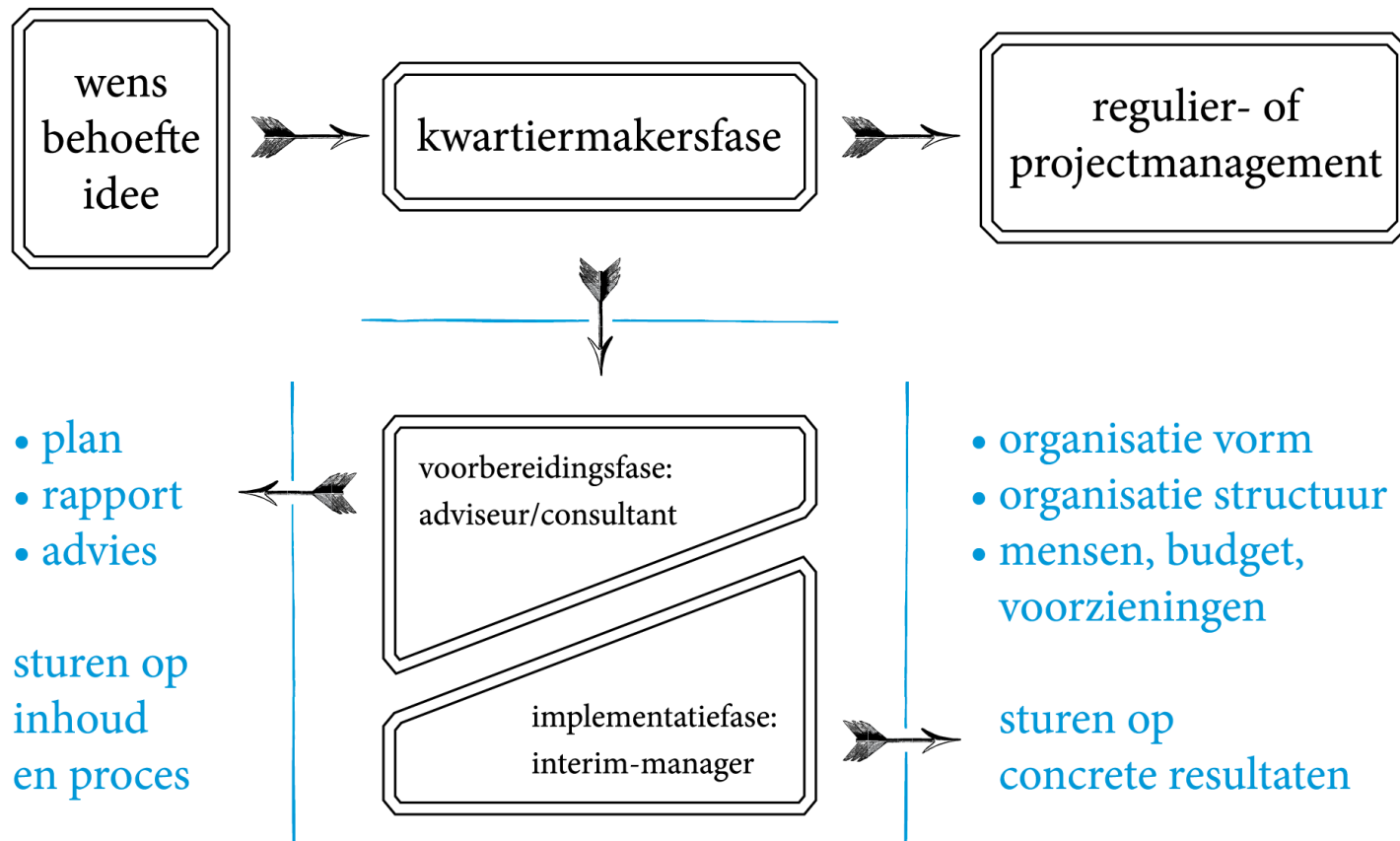
KWARTIERMAKERSGILDE
Expertisecentrum voor kwartiermakers

Wat is een kwartiermaker?

Een kwartiermaker is een voorloper/wegbereider die de voorbereiding treft om iets nieuws op te zetten binnen de organisatie, tussen organisaties of zelfstandig, waarbij hij **samen met zijn opdrachtgever** het nieuwe vormgeeft, totdat het overgedragen kan worden aan een nieuw(e) organisatie(onderdeel).



De Kwartiermaker





KWARTIERMAKERSGILDE
Expertisecentrum voor kwartiermakers

Waarom kwartiermakersgilde?

“Kwartiermaken is een vak” (process management)

Het expertisecentrum Kwartiermaken

“Kwartiermaken is een ambacht” (het instrumentarium)

De gilde-activiteiten voor het kwartiermakerschap



KWARTIERMAKERSGILDE

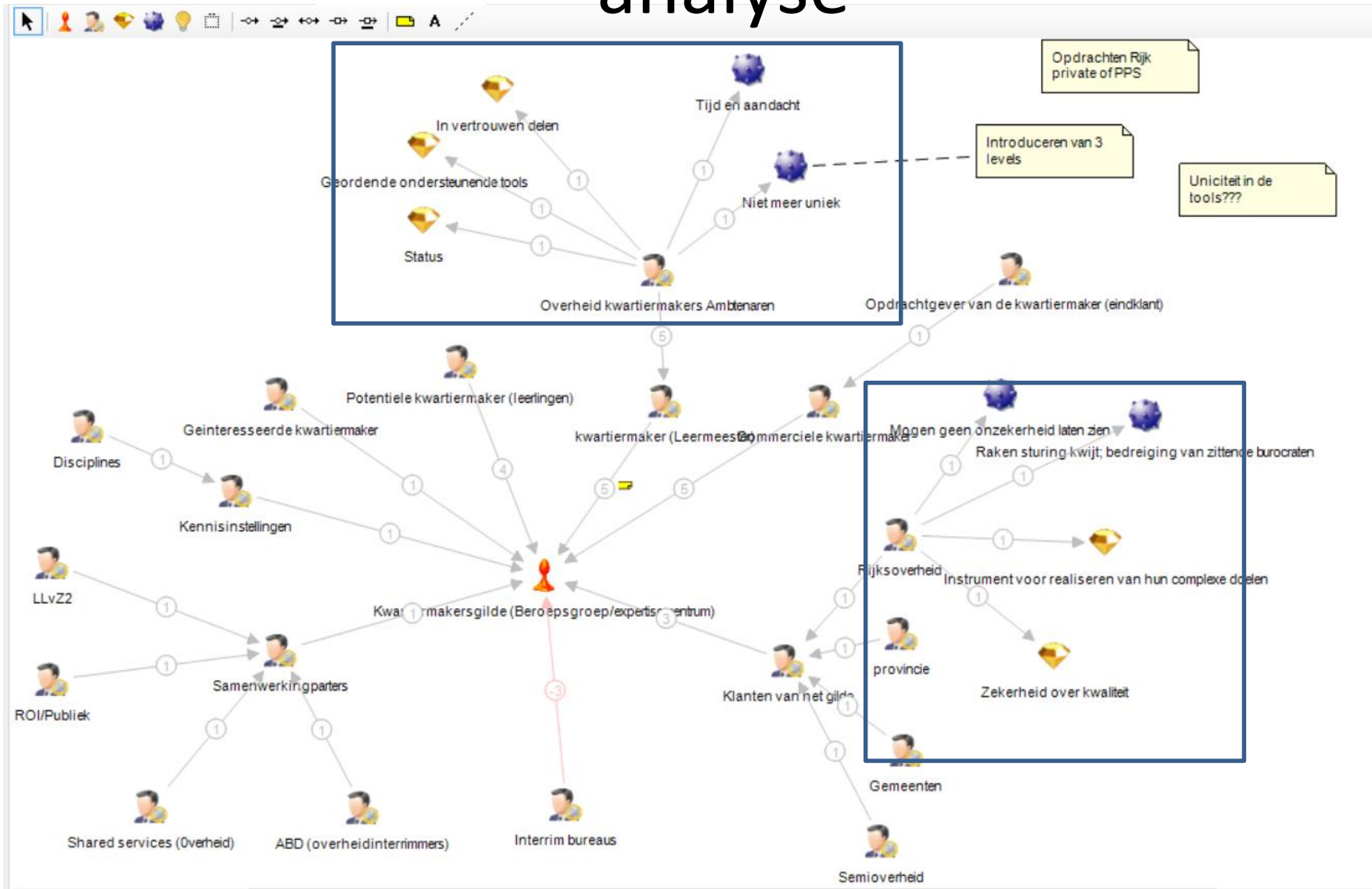
Expertisecentrum voor kwartiermakers

Symposium: De instrumenten van de Kwartiermaker

Inpaqt: stakeholderanalyse, pain & gain analyse,
creeren van richting en betrokkenheid en omgaan
met onzekerheden.

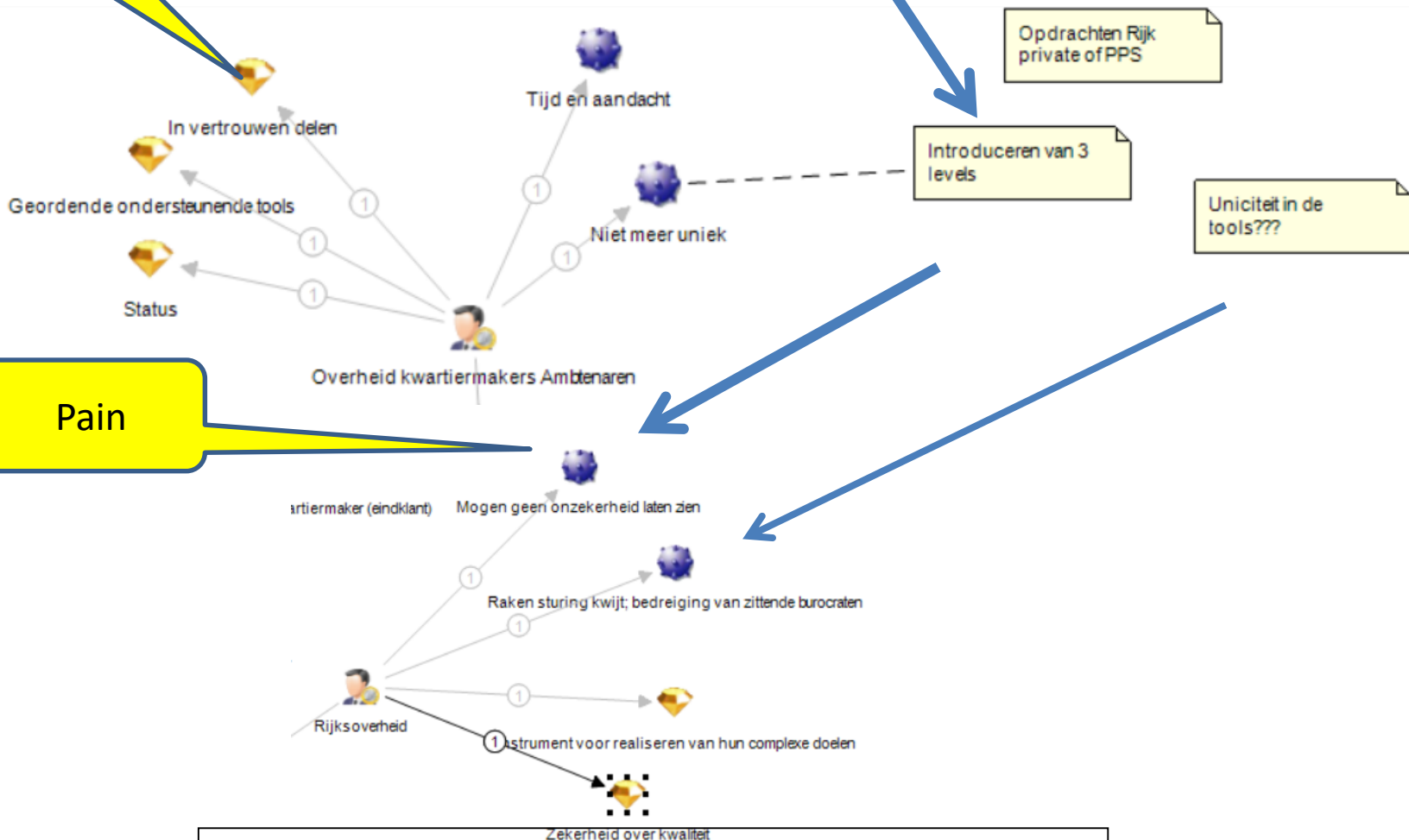
Ant Brandenburg: inrichten van processen

Stakeholder analyse: Pains en Gains analyse



Hoe kan het Kwartiermakersgilde interessanter worden voor potentiële leden: Verlagen/wegnemen van de pains

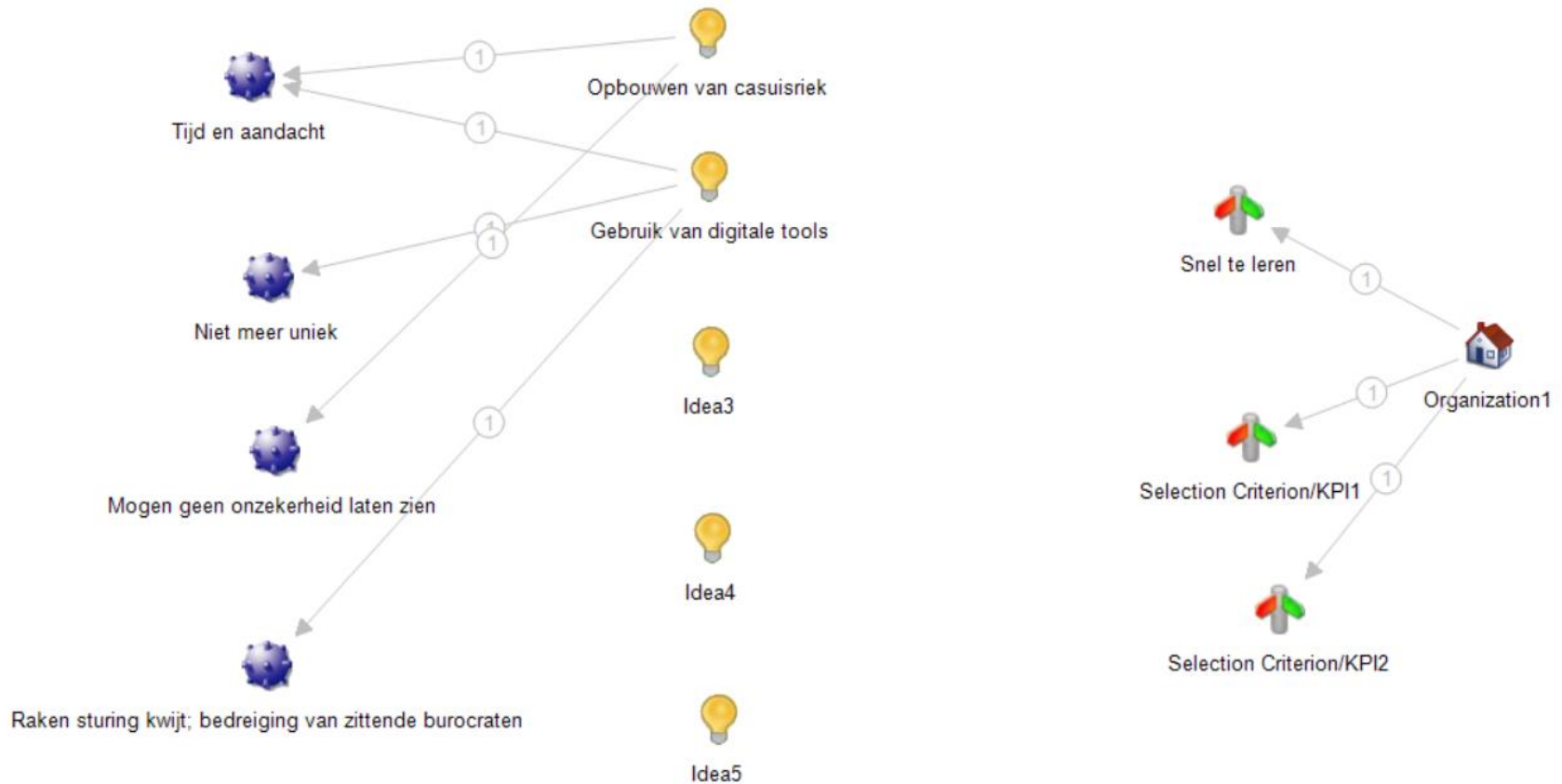
Gain



Pain

Voorstel: brainstorming hoe de pains te verzachten.

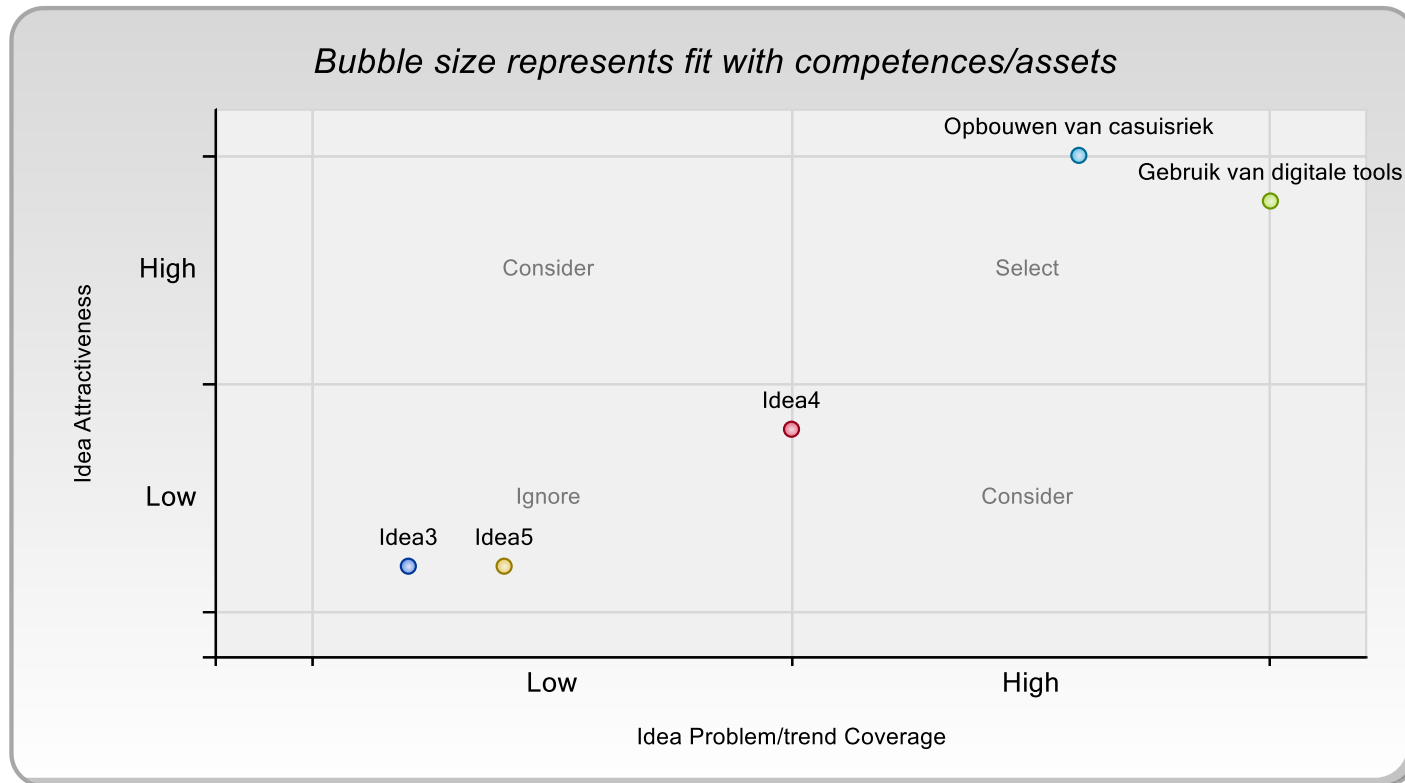
Idee generatie



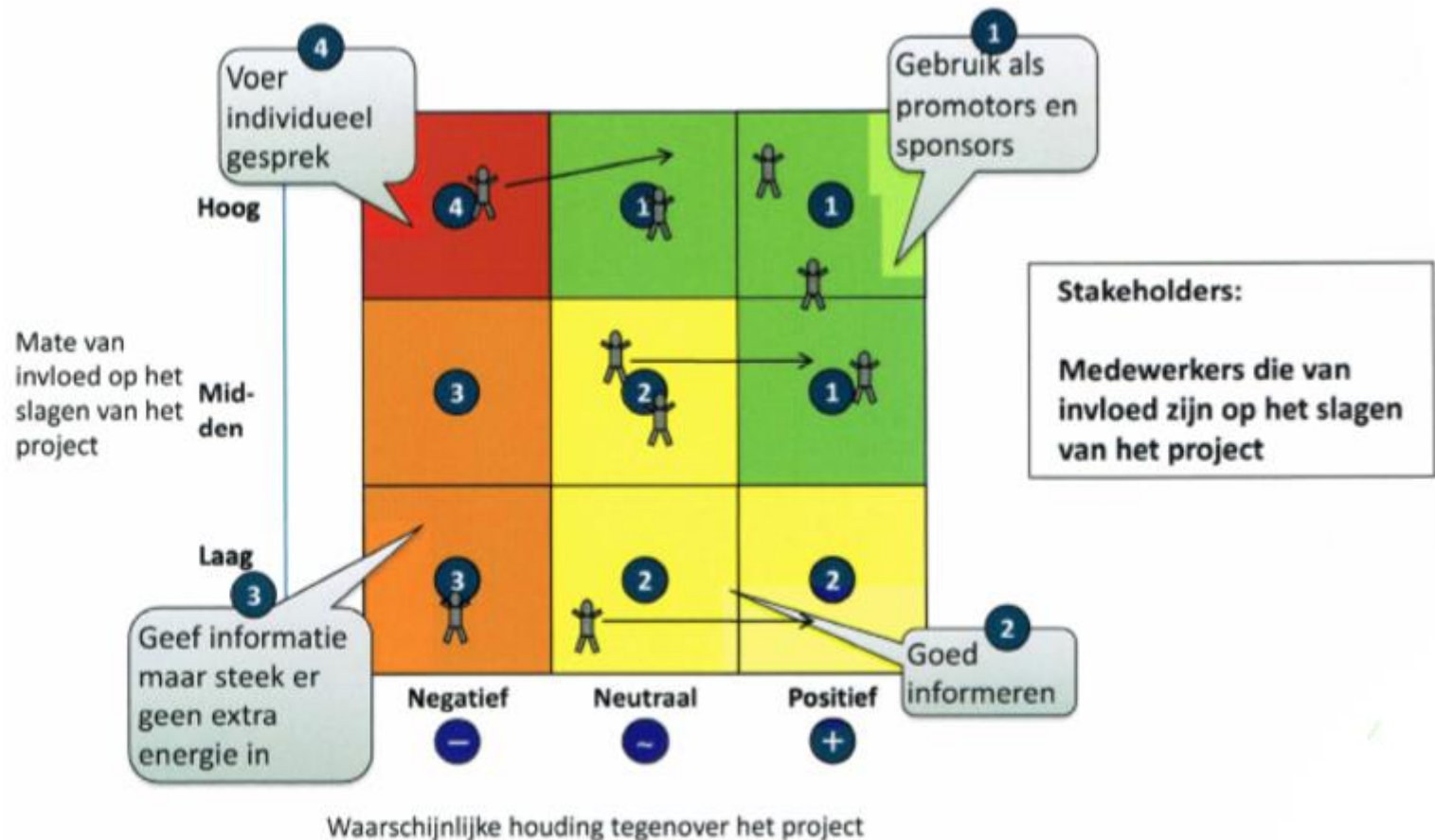
Matrix voor het beoordelen van ideeën/mogelijke oplossingen voor de pijnpunten

	Tijd en aandacht Niet meer uniek Mogen geen onzekerheid laten zien Raken sturing kwijt: bedreiging van zittende... Idea Pain Coverage (Organization1) Digitalisering klanten Business Trend4 Idea Pain Trend Coverage (Organization1) Snel te leren Snelheid IP Idea Attractiveness (Organization1)											
Organization1	2	5	3	3		5	3		4	2	4	
Opbouwen van casusriek	5	4			10	4		8	1	2	5	10
Gebruik van digitale tools	3	5			10	5		10	3	4	1	9
Idea3			1	1	2		1	1	1			1
Idea4		1	2		4	2	1	5	2		1	4
Idea5				3	3		2	2		2		1

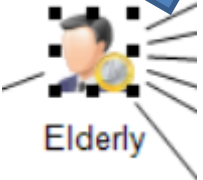
Keuze van mogelijke oplossingen



Stakeholder analyse: Hoe de stakeholders betrekken



Verder analyse van een stakeholder bij het bepalen hoe deze bij het proces te betrekken (RACI) .



Elderly

Stakeholder analysis Persona Business_Case Validation and Monitoring

Select for report: ☐

Specification of stakeholder

Description

Item **Choose**

Stakeholder type: Choose

Attitude: ☒ Red: do-ers

Power: ☒ Choose

Current interest: Not known

What do they offer that is important for us

What do we offer that is important for them

Certainty about assessment

When a project is started how will they be involved (RACI assessment)

Actions: What must we do? How will we communicate with them? (what do we need to consider in our communication, beliefs, side-effects, resistance)

Persona: Empathy map

1. What he thinks and feels (Beliefs)
2. What he hears
3. What he sees
4. What he does and says
5. What pain(s) does he experience?
6. What means success for him?

Stakeholder Analyse Overzicht

2.1 Stakeholder Analysis Overview

Most important stakeholders	Role ¹	Importance ¹	Power ¹	Interest ¹	Attitude ¹
Commerciële kwartiermaker	Choose	5	Choose	Not know	Choose
Gemeenten	Choose	5	Choose	Not know	Choose
kwartiermaker (Leermeester)	Choose	5	Choose	Not know	Choose
Overheid kwartiermakers Ambtenaren	Choose	5	Choose	Not know	Choose
provincie	Choose	5	Choose	Not know	Choose
Rijksoverheid	Choose	5	Choose	Not know	Choose
Semioverheid	Choose	5	Choose	Not know	Choose
Potentiele kwartiermaker (leerlingen)	End customer	4	Moderate	Very low	Blue: hierarchic

Je moet de guts hebben om kwartiermaker te worden omdat een eenzaam beroep is. Positieve grondhouding, Netwerker, Goede sociale vaardigheden Communicatief sterk. Sociale solist, Ervaring in publieke sector, moet van hoog tot laag kan schakelen. Kennis van werking van hierarchisch systeem

Acties:

Rijksoverheid

Stakeholder analysis Key Performance Indicators

Select a report.

Specification of stakeholder

Description

Item **Choose** **Comment**

Stakeholder type: Direct customer

Attitude: ☒ Blue: hierarchic

Power: ☒ Very high

Current interest: Medium

What do they offer that is important for us

What do we offer that is important for them

Certainty about assessment Medium

When a project is started how will they be involved (RACI assessemtn) Will be Responsible

Actions: What must we do? How will we communicate with them? (what do we need to consider in our communication, beliefs, side-effects, resistance) Communicate plans

Progress of actions Running

OK Cancel

Handboek Kwartiermaker versie september 2014.docx - Word



KWARTIERMAKERSGILDE

Expertisecentrum voor kwartiermakers

Opdracht in groepjes van 4-5 (flipover vel en stiften): 20 min. /pres.: 5 min.

1. Je hebt de *opdracht van 'Natuur en Milieu'* om een **Zero Waste aanpak** te introduceren in jouw woonplaats met verschillende stakeholders. **Hoe pakken jullie dat aan?** Zie www.plasticsoupsurfer.nl en www.zerowaste.org

2. Als wijkwerker krijg je de *opdracht van de gemeente* om een **wijkplatform nieuwe stijl** (sharing, burenhulp, mantelzorg etc.) op te zetten in een nieuwe wijk die voorlopig nog door groeit. **Hoe pakken jullie dit aan?**
www.buuv.nu en www.zorgvoorelkaar.nl

3. Als kwartiermaker krijg je de *opdracht van de gemeente en Fonds 1818* om een publiek-private samenwerking op te zetten voor het **project 'Geluk op 13'** met ROC Mondriaan, Haagse Hoge School, TV West en krant, GEM en gemeente. **Hoe pakken jullie dit aan?** www.gelukop13.nl



KWARTIERMAKERSGILDE

Expertisecentrum voor kwartiermakers

Opdracht in groepjes van 4-5 (flipover vel, post-its en stiften): 20 min. /pres.: 4 x 5 min.

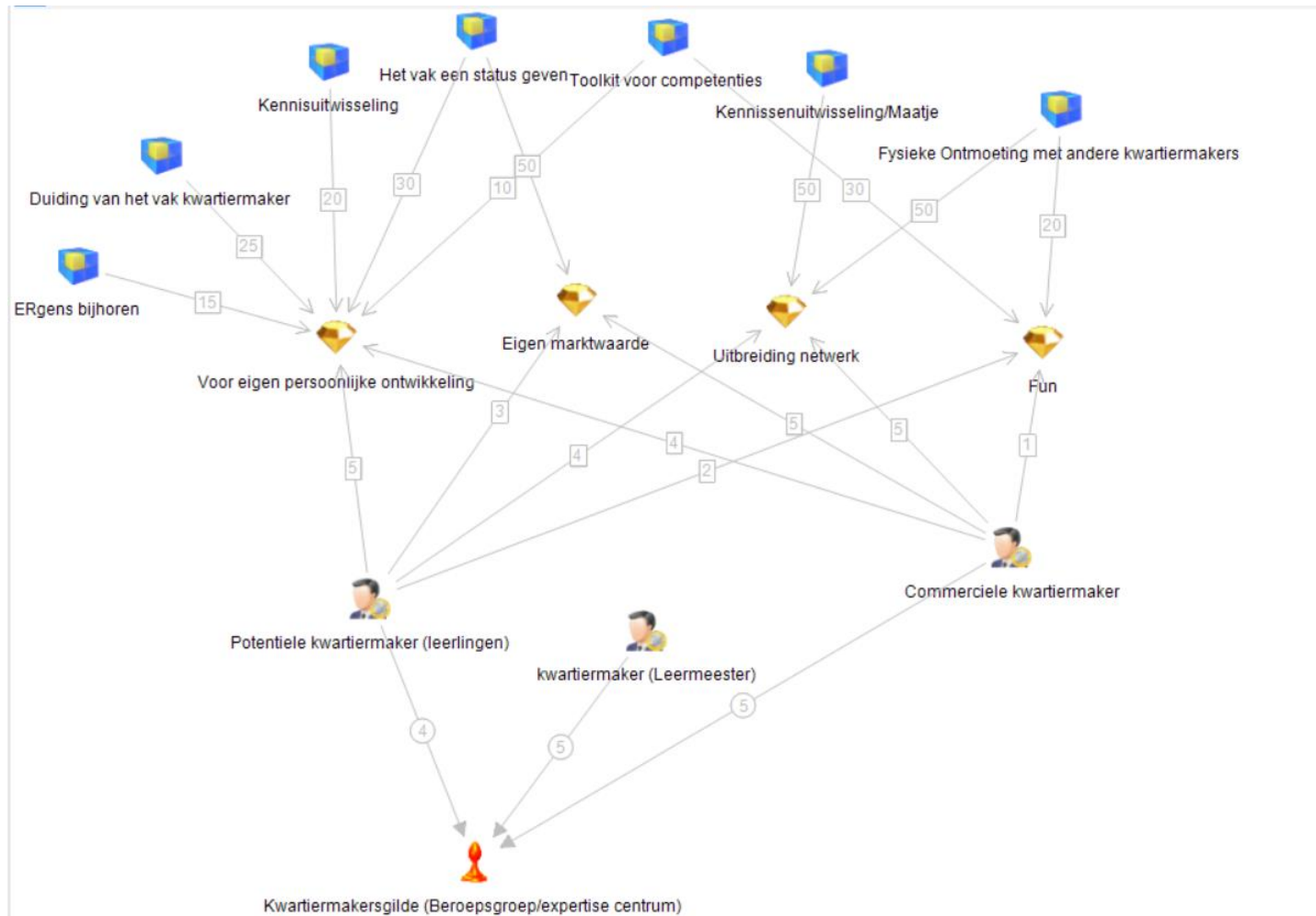
4. **Centrum voor Vitaliteit regio Leiden:** *Van de Hogeschool Leiden en de Leidse Regio krijg je de opdracht om een platform te bouwen van PPS om daarmee veel gezondheidsprojecten te bundelen zodat er een Vitale Regio en Business komt. Zoals het succesvolle BioSciencePark. Hoe pakken jullie dit aan?*

<http://www.economie071.nl/projecten/ontwikkeling-van-een-centrum-voor-vitaliteit/>

5. **Asielzoekerscentrum Den Haag:** *Van de gemeente Den Haag krijg je de opdracht om het voormalige EZ ministerie in te richten als AZC als aanvulling en overloop van de andere locaties. Het gaat om een locatie voor 500 bewoners. Hoe pakken jullie dat aan?*

Presentatie en terugkoppeling

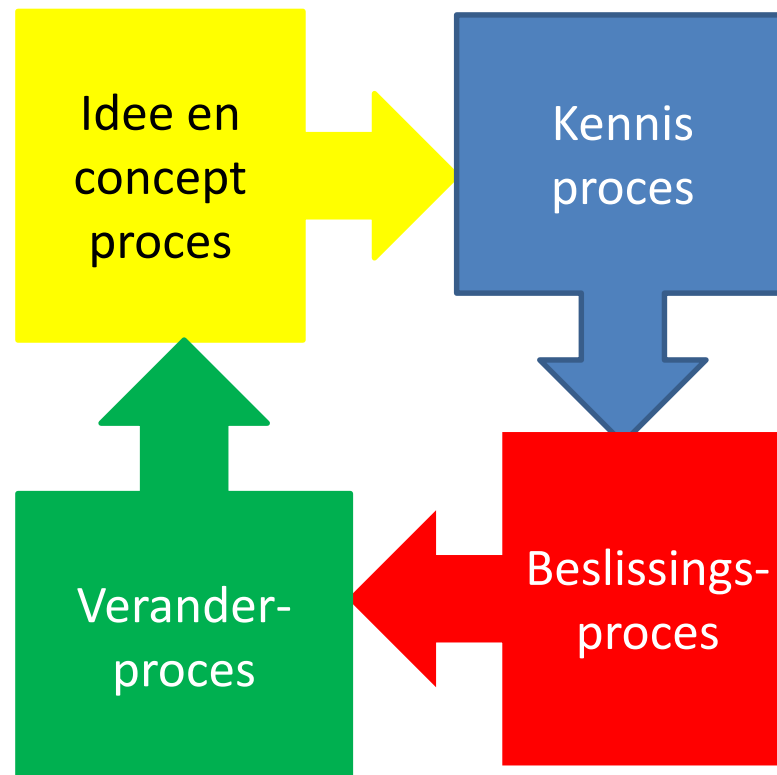
Uitwerken van waarde propositie voor de belangrijkste stakeholders



Waarde-Attribuut map wordt omgezet in matrix (QFD-0) om inzicht te krijgen in het relatieve belang van de product./dienst kenmerken en voordelen t.o.v alternatieven

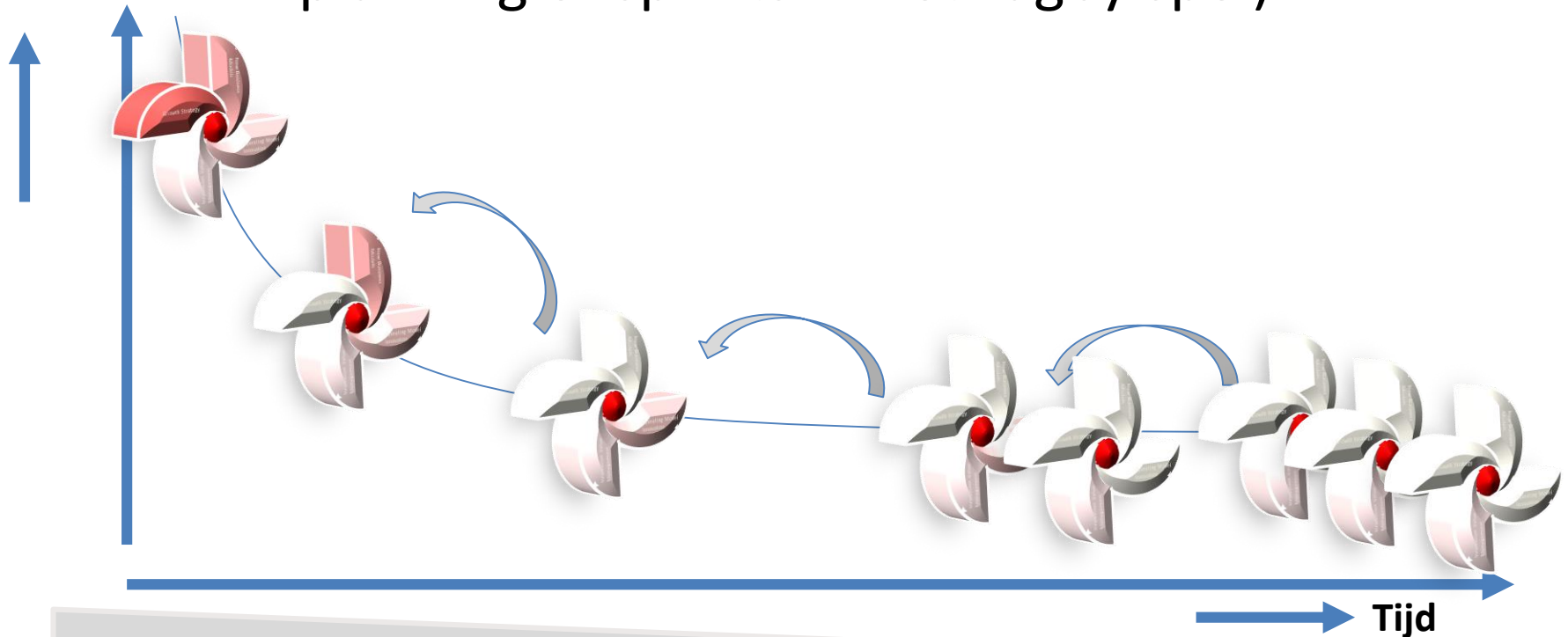
	Potentiële kwartiermaker (leerlingen)	Overheid kwartiermakers Ambtenaren	Commerciële kwartiermaker	Duiding van het vak kwartiermaker	Het vak een status geven	Fysieke Ontmoeting met andere kwartier...	Kennissuïwisseling	Kennissuïwisseling/Maatje	ERgens bijhoren	Onafhankelijk van de opdrachtgever	Keurmerk	Kosten	Total SUM Attributes1	Product Concept Score (Overall Attrib...
Kwartiermakersgilde (Beroepsgroep/expert...	4	5	5											
Voor eigen persoonlijke ontwikkeling	5	5	4	25	30		20		15		10			100
Uitbreiding netwerk	4	3	5			50		50						100
Eigen marktwaarde	3	3	5		50				30	20		0		100
Fun	2	2	1			20		50			30			100
Overall Attribute Importance (Kwartiermak...				3,6	10	7,2	2,9	8,7	5,6	2,3	3	0	0	
Kosten (administratieve activiteiten)	1	2		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
Overall Cost Attribute Importance (Kwartier...				10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Tijdsbeslag	1	4	2				1	1						2
Onbekendheid	3	2	2		1									1
Status van gilde	3	1	1				1							1
Overall Barrier Attribute Importance (Kwart...				0	8,4	0	10	4,6	0	0	0	0	0	
Adviesbureaus (T&G BMC..)						1	1	1	4	5	2			3,1
ABD/Werkmaatschappij					1	3	3	1	4	4	0	2		4,2
Projectmanagement org /Pools overheid					5	4	4	4	3	2	4	4		8,4
Boer en Croon (Weef)														0
Kwartiermakersgilde ambitie				4	5	5	3	4	4	5	4	5	2	10

Kwartiermaken is zoals elk innovatieproces een cyclisch proces dat vele malen gedurende de rit doorlopen wordt (discovery based planning). Elk van deze fasen kent haar eigen specifieke instrumentarium



Het kwartiermaken start met vele onzekerheden.
Tijdens het proces worden de onzekerheden een voor een in kaart gebracht en worden er beslissingen genomen over de verdere route (Discovery based planning of sprints in het rugby spel)

Onzekerheid



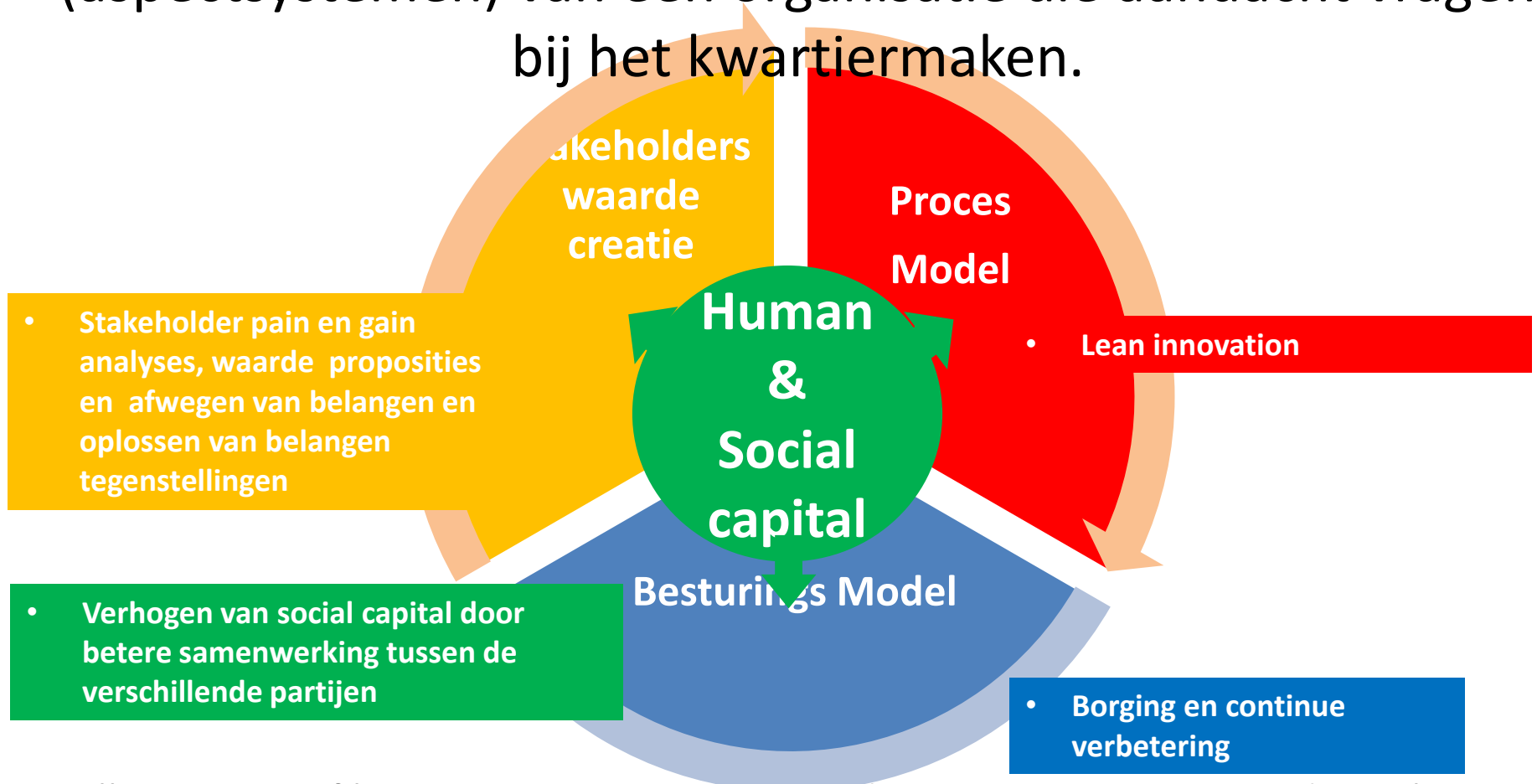
Start van het
kwartiermaken

Omgevings-
analyse

Ontwerpen en
inrichten

Oplevering

Bij het ontwerpen en inrichten van een organisatie moet men rekening houden met de verschillende perspectieven (aspectsystemen) van een organisatie die aandacht vragen bij het kwartiermaken.



Elk perspectief kent zijn eigen principes en daarvoor meest geëigende tools. We hebben nu vooral naar het menselijke aspect gekeken (Human en Social Capital). We gaan in een volgende presentatie naar het proces perspectief kijken. Dit kent zijn eigen tools.

Bij elke Stap kan men de meest geschikte tool uit een toolkit kiezen

[Thuis](#)[Projecten Dashboard](#)[Resources](#)[Help](#)[Taal](#)[Aanmelden](#)

Internal Business Review

[Finance & Control](#)[IPR & License to Operate](#)[Processen & Systemen](#)[Productplatform & Business Model](#)

Human & Social Capital

[Human Capital](#)[Social Capital](#)

Analyse&Ontwerp

[Visievorming](#)[Verhogen van het innovatievermogen](#)

Innoveren

[Blue Ocean Strategy](#)[Nieuwe verdienmodellen](#)[Outcome driven innovation&SIT](#)[Technologische Innovatie \(TRIZ\)](#)

Verbeteren

[Customer Journey](#)[Lean Six Sigma](#)

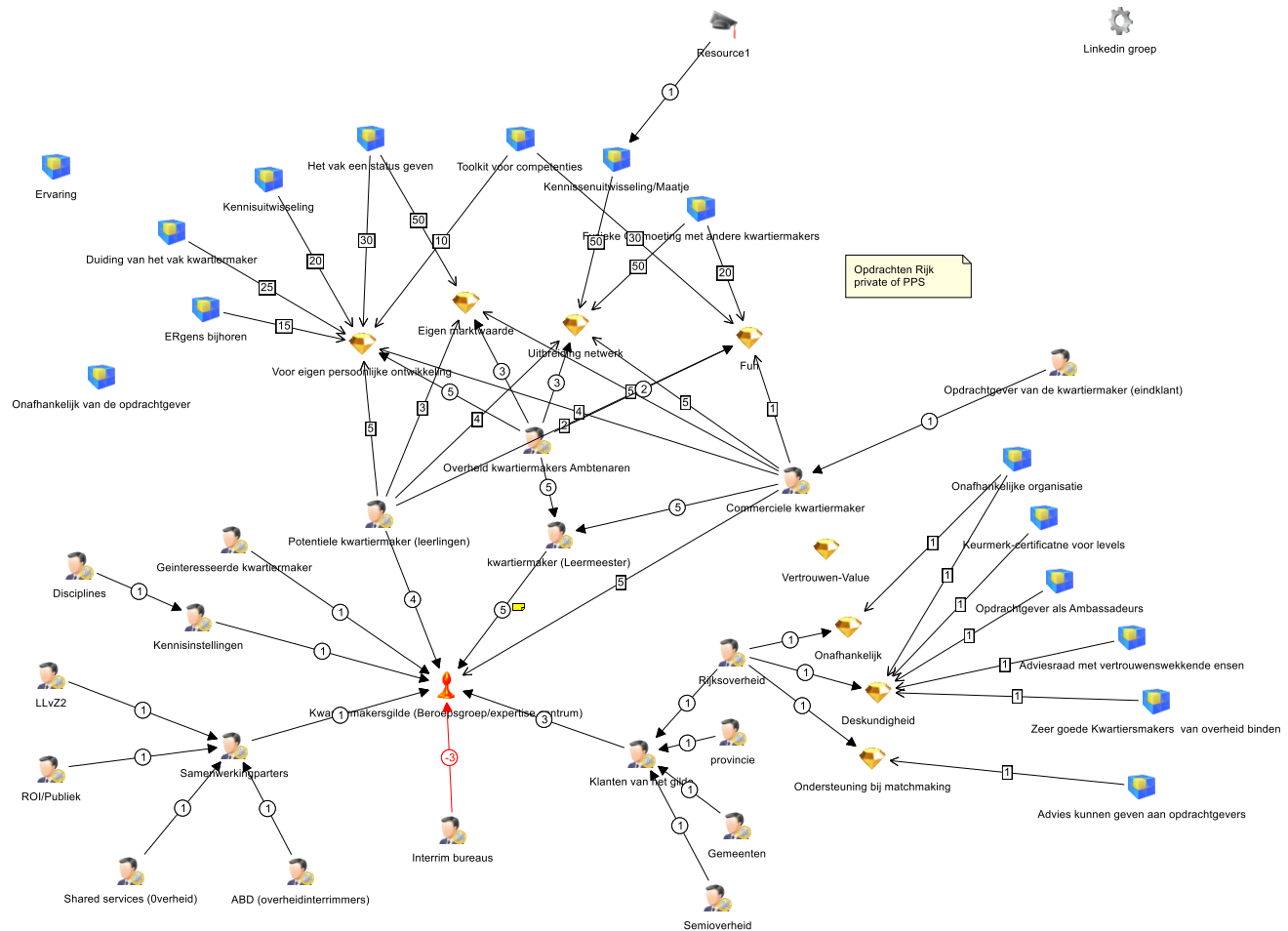
Invoeren&Monitoring

[Business Trends](#)[PMC Portfolio](#)[I² Portfolio](#)[Project Dashboard](#)[HR Dashboard](#)

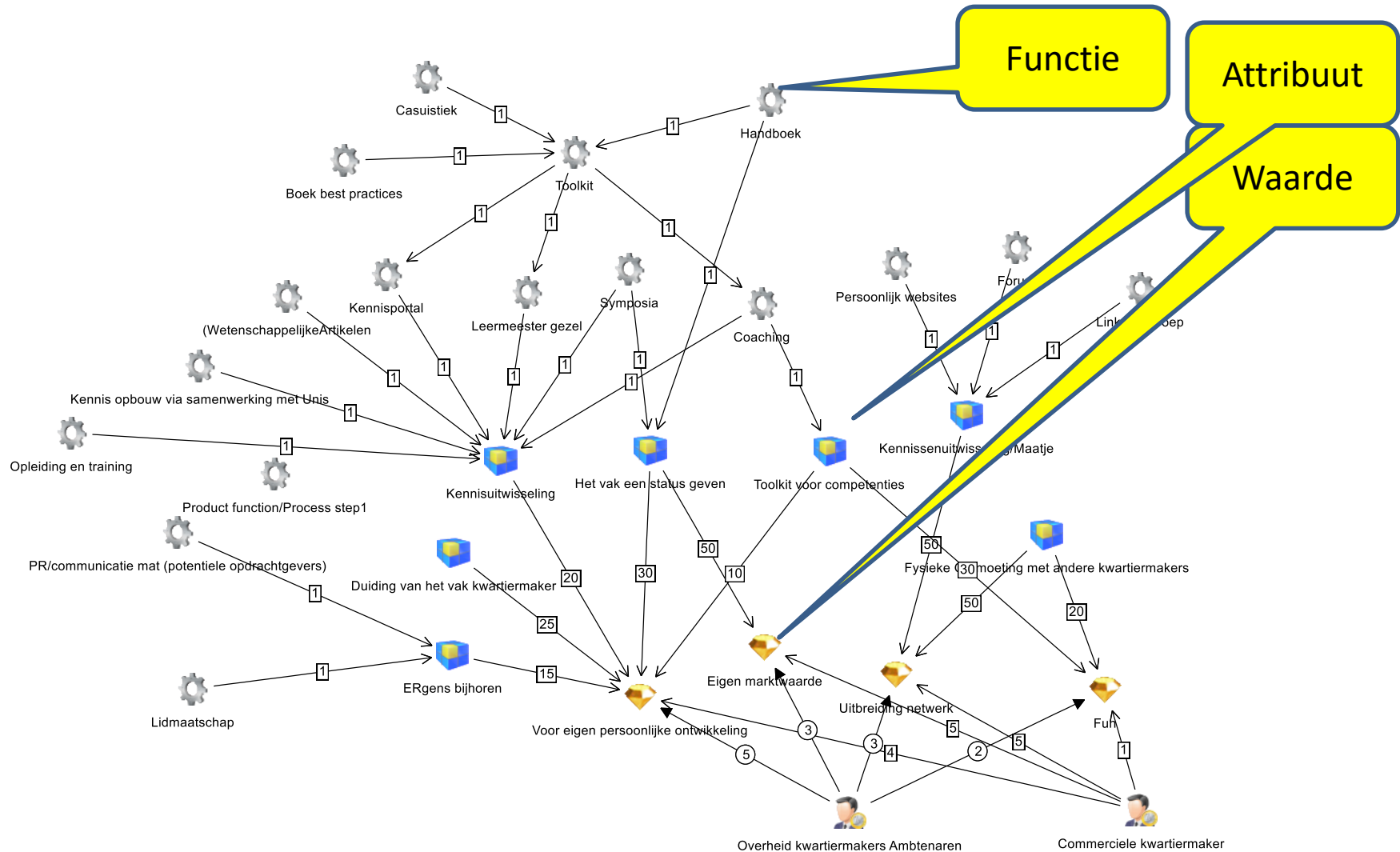
Valkuil: Wanneer men alleen een hamer heeft wordt elk probleem gereduceerd tot een spijker

Reserve slides

Resource2



Potentiele Kwartiermakers VA Map en invulling van attributen met functies



Potentiele leden VA Matrix

	Potentiele kwartiermaker (leerlingen)	Overheid kwartiermakers Ambtenaren	Commerciële kwartiermaker	Duiding van het vak kwartiermaker	Het vak een status geven	Fysieke Ontmoeting met andere kwarti...	Kennissuïtwisseling	ERgens bijhoren	Onafhankelijk van de opdrachtgever	Toolkit voor competenties	Keurmerk	Kosten	Total SUM Attributes1	Product Concept Score (Overall Attribu...	Product ConceptPain Score (Potentiel...	Ratio Product Attractiveness Pains (Pr...
Kwartiermakersgilde (Beroepsgroep/expert...)	4	5	5													
Voor eigen persoonlijke ontwikkeling	5	5	4	25	30		20		15		10		100			
Uitbreiding netwerk	4	3	5			50		50					100			
Eigen marktwaarde	3	3	5		50			30	20		0		100			
Fun	2	2	1			20		50		30			100			
Overall Attribute Importance (Kwartiermak...)				3,6	10	7,2	2,9	8,7	5,6	2,3	3	0	0			
Kosten (administratieve activiteiten)	1	2		1	1	1	1	1	1	1	1	1	10			
Overall Cost-Barrier Attribute Importance (...)				10	10	10	10	10	10	10	10	10				
Overall Cost Attribute Importance (Kwartier...)				10	10	10	10	10	10	10	10	10				
Tijdsbeslag	1	4	2				1	1					2			
Onbekendheid	3	2	2		1								1			
Status van gilde	3	1	1				1						1			
Overall Barrier Attribute Importance (Kwart...)				0	8,4	0	10	4,6	0	0	0	0				
Adviesbureaus (T&G BMC...)						1	1	1	4	5	2		3,1	3,4	0,9	
ABD/Werkmaatschappij					1	3	3	1	4	4	0	2	4,2	4,4	1	
Projectmanagement org /Pools overheid					5	4	4	4	3	2	4	4	8,4	7,3	1,2	
Boer en Croon (Weef)													0	0		
Kwartiermakersgilde ambitie				4	5	5	3	4	4	5	4	5	2	10	10	1



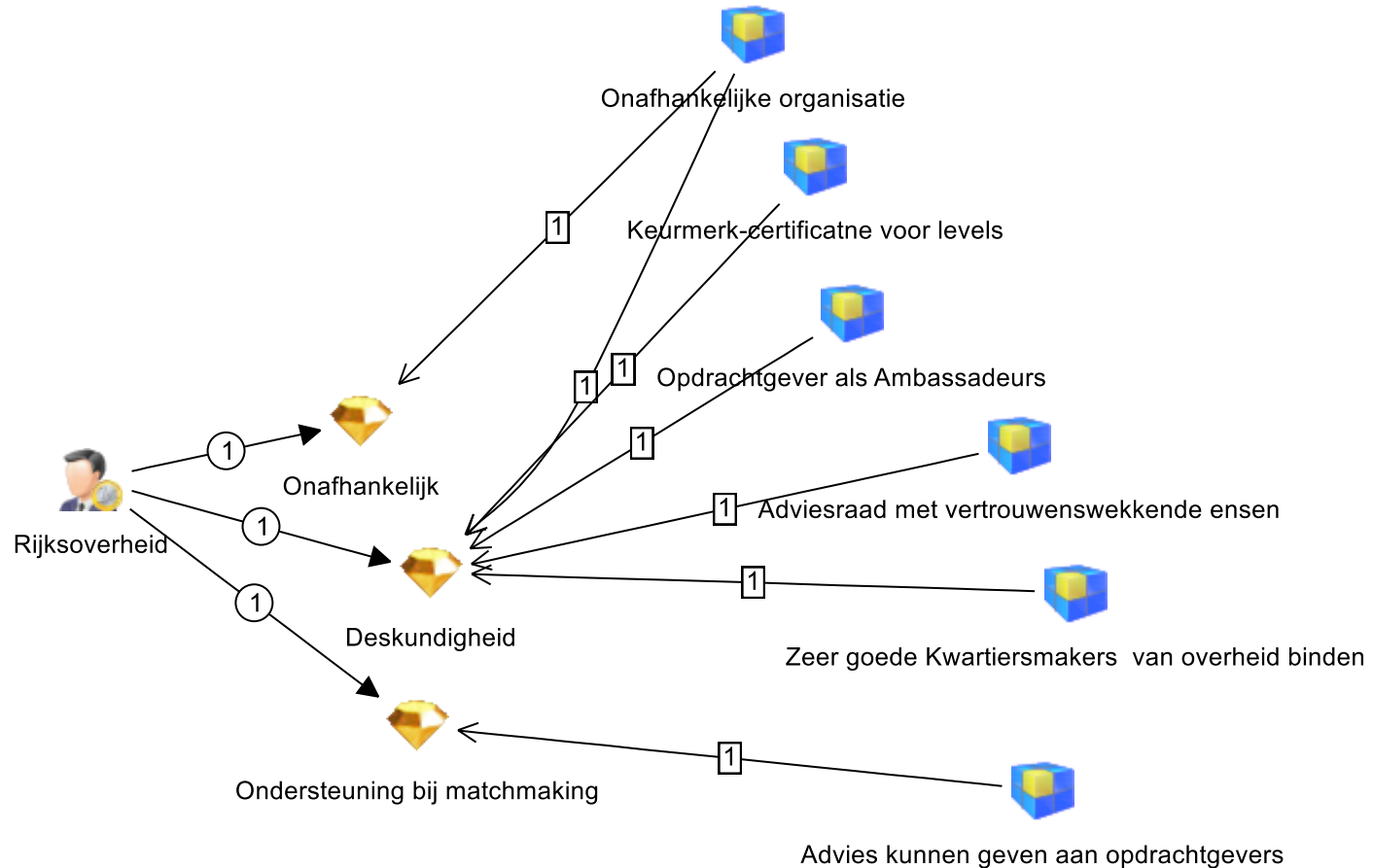
Keuzematrix vanuit Stakeholderanalyse en waarderingen

				 Potentiele kwartiermaker (leerlingen)										 Overheid kwartiermakers Ambtenaren										 Commerciele kwartiermaker										 Duiding van het vak kwartiermaker										 Het vak een status geven										 Fysieke Ontmoeting met andere kwarti...										 Kennisuitwisseling										 Kennissenutwisseling/Maatje										 ERgens bijhoren										 Onafhankelijk van de opdrachtgever										 Toolkit voor competenties										 Keurmerk										 Kosten										 Total SUM Attributes1										 Product Concept Score (Overall Attribu...										 Product Concept Pain Score (Potentiel...										 Ratio Product Attractiveness Pains (Pr...																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
 Kwartiermakersgilde (Beroepsgroep/expert...	4	5	5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						

Functie analyse

[illegible]

Detail: Rijksoverheid VA Map



[illegible]

Inventarisatie van de verschillende percepties van de stakeholders op het human en social capital

CONTENT

1.1. Inleiding

1.2: Voorbereiding

2.1. Human Capital: Kennis

2.2. Human Capital: Hard Skills

2.3 Human Capital: Soft Skills

3.1. Leiderschap

3.2. Gemeenschappelijke visie

3.3. Empowerment Machtswaard

3.4. Beloningssystemen

3.5. Betrokkenheid

3.6. Samenwerking

3.7. Vitaliteit/Energienivo

3.8. Gemeenschappelijke taal ...

3.9. Lerende organisatie &..

3.10. Vertrouwen

3.11. Identiteit

3.12. Interne netwerken

3.13.Externe netwerken (openheid)

3.14. Tijdshorizon

3.15. Omgaan met onzekerheden

3.16. Human & Social Capital Diagnose

4.1. Keuze van Interventies

4.2. Rapportage Interventies

5.1. Planning en Implementatie: Afspraken en acties

5.2. Monitoring: Rapportage Roadmap

Finish

Voortgang:

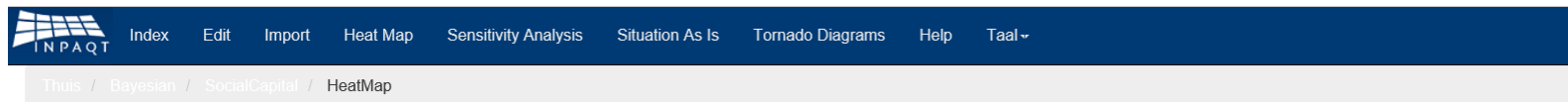
3.5 Social Capital:

5 Betrokkenheid

Hoe kan de betrokkenheid het beste worden getypeerd?

	Zeergering (1)	(2)	(3)	(4)	Zeergroot (5)	NVT	Toelichting (Optioneel)
Huidige situatie	☐	☐	☒	☐	☐		
Eigen betrokkenheid	☐	☒	☐	☐	☐		
Mogelijke conflictgebieden en/of knelpunten	☐	☐	☐	☐	☐	☒	
Streven	☐	☐	☐	☒	☐		
Impact factor (Zie gevoeligheidsanalyse (getal tussen 0 (afwezig) en 10 (zeer hoog)))	0						
Mogelijke interventies (score effectiviteit tussen 0 en 10)	Meer communicatie vanuit senior management (w.o. nieuwsbrieven) 0 Evenementen 0 Sociale activiteiten 0 Coaching 0 Anders, namelijk (naam) score: 0						
Toelichting op gekozen interventies							

Heatmap. Hierin kunnen perceptie op bijvoorbeeld een gemeenschap van verschillende stakeholders naast elkaar gelegd worden en patronen herkend worden.



Assessment Overview

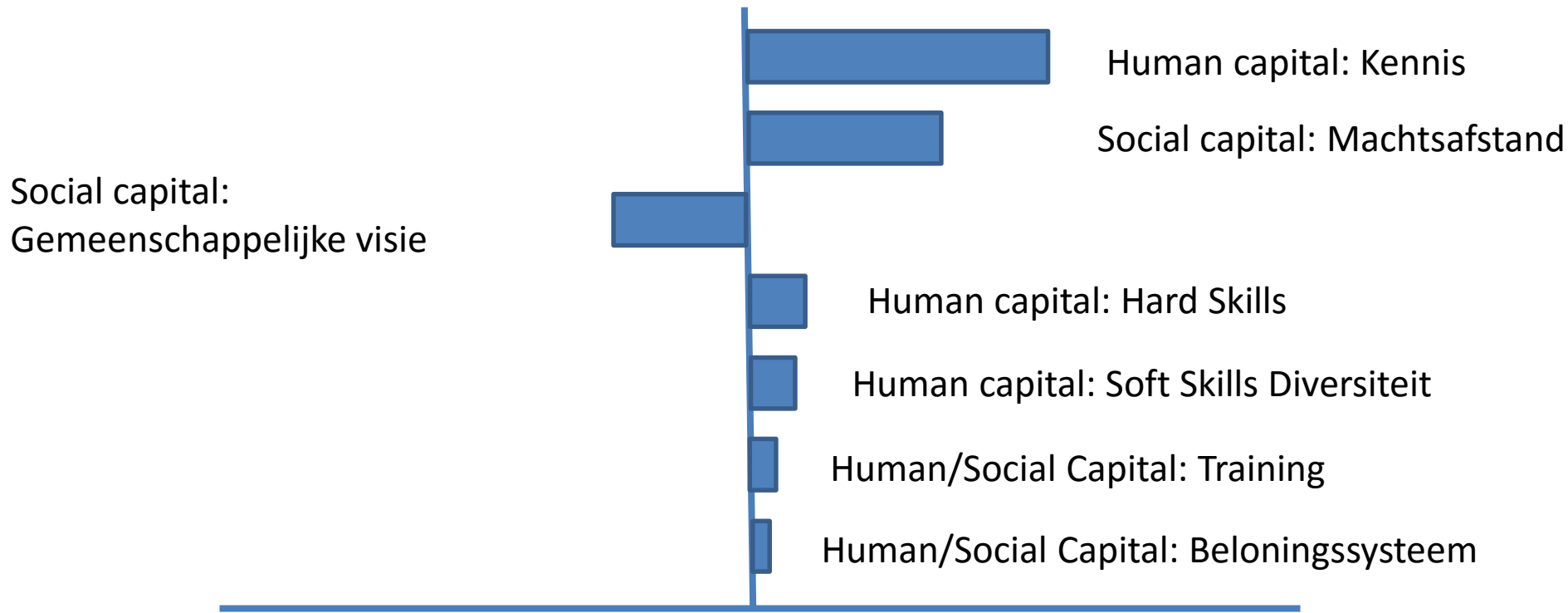
Sort on job class/department name Sort on assessor name

Show 25 entries

Search:

			Manager	Meubelmaker	Boekhouder	Manager	Manager	Secretaresse	Autom
	Variance	Average	Jan	Piet	August	Gerard	Aad	Frederica	Peter
Beloningssysteem - doorgroei	0.04	0.68	1.00	1.00	1.00	0.75	0.60	0.50	0.57
Beloningssysteem - kennisontwikkeling	0.01	0.22	0.00	0.00	0.00	0.25	0.40	0.33	0.29
Beloningssysteem - salaris-bonus	0.02	0.82	1.00	0.50	0.67	0.75	0.80	0.83	0.86
Beloningssysteem - vrijheid	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Beloningssysteem - zelfontplooiing	0.02	0.80	1.00	1.00	1.00	0.75	0.80	0.67	0.71
Betrokkenheid	0.02	3.05	3.00	3.00	3.00	3.25	3.40	3.17	3.00
Consolidation	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Diversiteit - hard skills	0	3	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Diversiteit - kennis	0.47	2.07	0.00	0.00	1.25	1.88	2.25	2.50	2.86
Empowerment	0.27	2.14	1.00	3.00	2.67	2.50	2.60	2.17	2.00
Externe netwerken	0.02	1.77	2.00	2.00	2.00	1.75	1.60	1.67	1.71
Gemeenschappelijke taal	0.05	2.03	2.00	1.50	1.67	2.00	2.20	2.17	2.14
Gemeenschappelijke verhalen	0.09	3.45	4.00	4.00	3.33	3.25	3.00	3.17	3.29

Voorbeeld van gevoeligheidsanalyse: parameters met meeste invloed op innovatie/verander vermogen van een gemeenschap



In een overzichtsblad kan gekeken worden welke interventies het meeste opleveren in relatie tot kosten en doorlooptijd

CONTENT											
1.1. Inleiding 1.2. Voorbereiding 2.1. Human Capital: Kennis 2.2. Human Capital: Hard Skills 2.3 Human Capital: Soft Skills 3.1. Leiderschap 3.2. Gemeenschappelijke visie 3.3. Empowerment/ Machtsafstand 3.4. Beloningssystemen 3.5. Betrokkenheid 3.6. Samenwerking 3.7. Vitaliteit/Energienivo 3.8. Gemeenschappelijke taal ... 3.9. Lerende organisatie &... 3.10. Vertrouwen 3.11. Identiteit 3.12. Interne netwerken 3.13.Externe netwerken (openheid) 3.14. Tijdshorizon 3.15. Omgaan met onzekerheden 3.16. Human & Social Capital Diagnose 4.1. Keuze van Interventies 4.2. Rapportage Interventies 5.1. Planning en Implementatie: Afspraken en acties 5.2. Monitoring: Rapportage Roadmap Finish											
Human en Social Capital Interventies											
#	Aspect	Impact	Training	Coa-ching	Interim	Evenement	Gaming	Pers. Aannemen	Verticale Communicatie	Forum	Reorganisatie
1	Leiderschap	7		0		6			4		
2	Gemeenschappelijke visie/doelen	0			0		0		0	0	
3	Empowerment/machtsafstand	10	1	3							8
4	Beloningssystemen	0									0
5	Betrokkenheid	0		0		0			0		
6	Samenwerken/ samen doen	0		0		0			0		
7	Gemeenschappelijke taal, beliefs,...	0	0				0			0	
8	Leerstijlen	0	0	0				0			
9	Vertrouwen	0			0	0			0	0	
10	Identiteit	0		0		0			0		
11	Interne netwerken	0	0	0		0					0
12	Externe netwerken	0		0		0			0		
13	Tijdshorizon	0		0		0			0		
14	Omgaan met onzekerheden	0		0		0			0		
15	Diversiteit: kennis	0	0					0			
16	Diversiteit: hard skills	0	0	0				0			
17	Diversiteit: soft skills	0		0				0			
	Totaal		0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Conclusie										
	Interventiekosten		0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.16. Human & Social Capital Diagnose											
4.2. Rapportage Interventies											

OGSM staat voor Objectives, Goals, Strategies en Measures

Planning en volgen van acties en doelen (KPI's)

[Get URL...](#) [Print Preview...](#) [Notification Rules...](#) [Access Rights...](#)

CONTENT
Inleiding
1. Klantengroepen
2. Waardepropositie
3. Distributiekkanalen
4. Klantrelaties
5. Sleutel Middelen
6. Kernprocessen
7. Partners
8. Opbrengstenstromen
9. Kostenstructuur
Bedrijfscan rapport
Planning (OGSM)
OGSM Rapport
Finish

Conclusies (volgens het OGSM raamwerk)

Objective(s)

B *I* U

Goals

Strategies

Measures

Dashboard

Action plan

1.

B *I* U

B *I* U

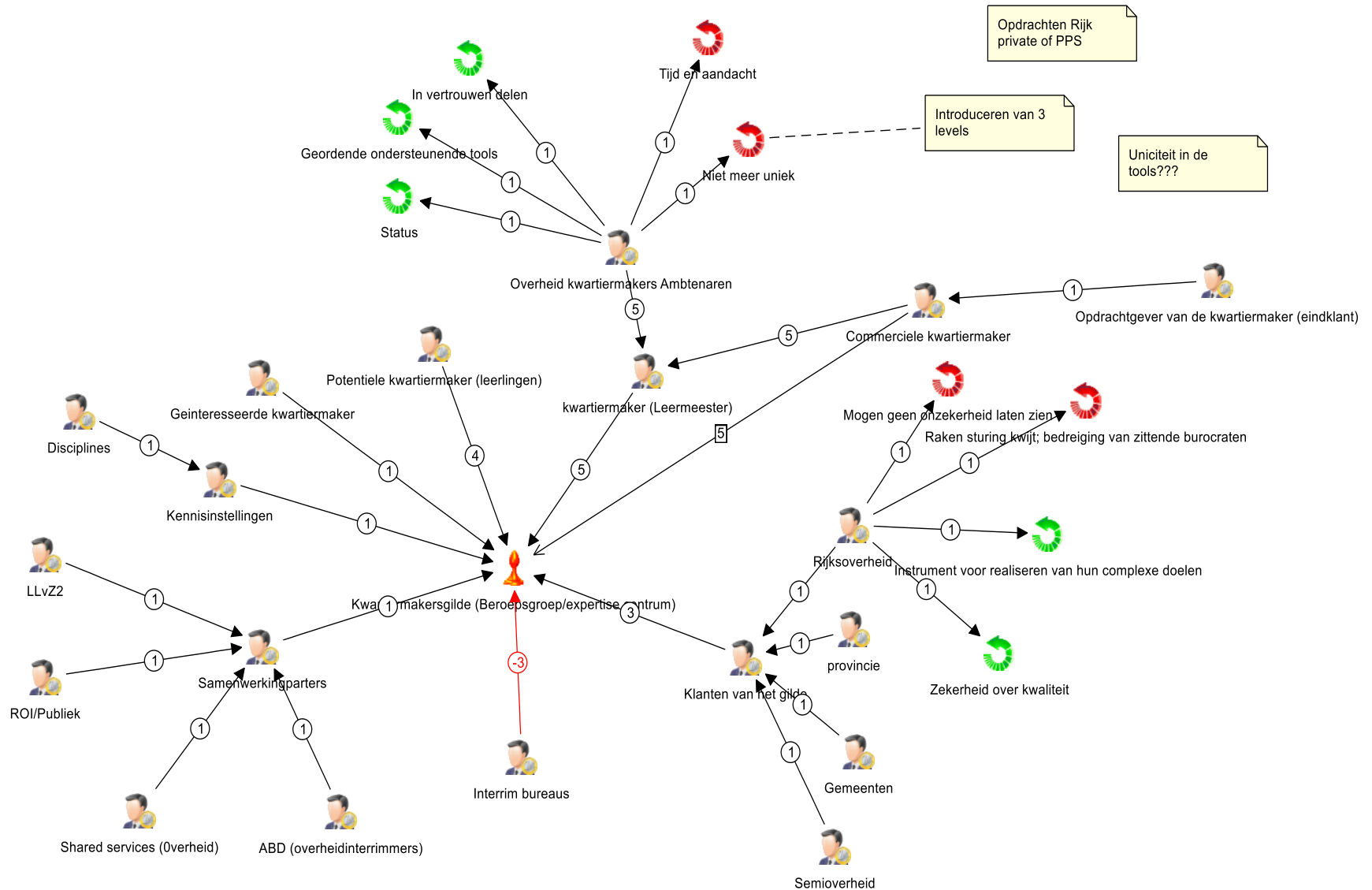
B *I* U

B *I* U

Open volgende lijn ☐

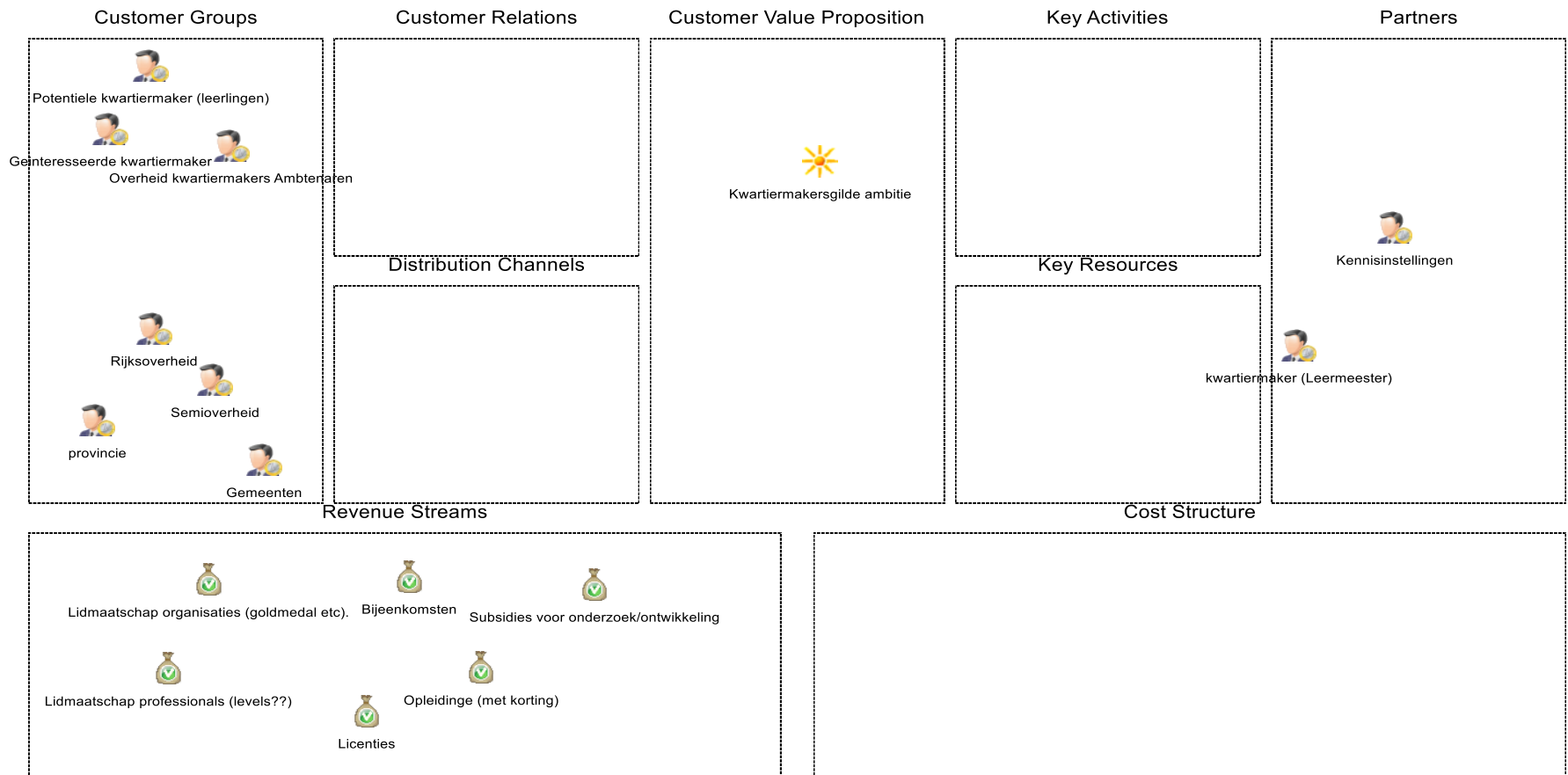
[← Bedrijfscan rapport](#) [OGSM Rapport →](#)

Voorbeeld Stakeholderanalyse KG



Business Canvas

1. Starting from potential customer groups and their global value proposition which business models have potential?
2. What are the critical elements in the business models, that have to be elaborated and tested?
3. What are the key drivers and KPI's for these critical elements?



SWOT voor/van kwartiermakers (stakeholders online betrokken)

Get URL... Print Preview... Notification Rules... Access Rights...

CONTENT

Inleiding

1. Klantengroepen

2. Waardepropositie

3. Distributiekkanalen

4. Klantrelaties

5. Sleutel Middelen

6. Kernprocessen

7. Partners

8. Opbrengstenstromen

9. Kostenstructuur

Bedrijfscan rapport

Planning (OGSM)

OGSM Rapport

Finish

1 Bedrijfscan: Klantgroepen

Onvoldoende Bevestigend Zeer goed

Vraag 1: Zijn de belangrijkste klantgroepen voldoende bekend en voldoende bediend?

☐ ☒ ☐ ☐

Vraag 2: Wat vind je van het huidige marktaandeel?

☐ ☐ ☒ ☐

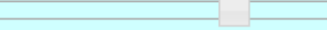
Uitgebreide SWOT analyse van dit onderdeel: Ja/nee?

☒

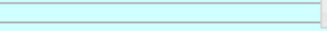
Beschrijving van de huidige situatie

B *I* U    

Sterktes/Zwaktes

het klantenverloop is heel hoog   heel laag
2

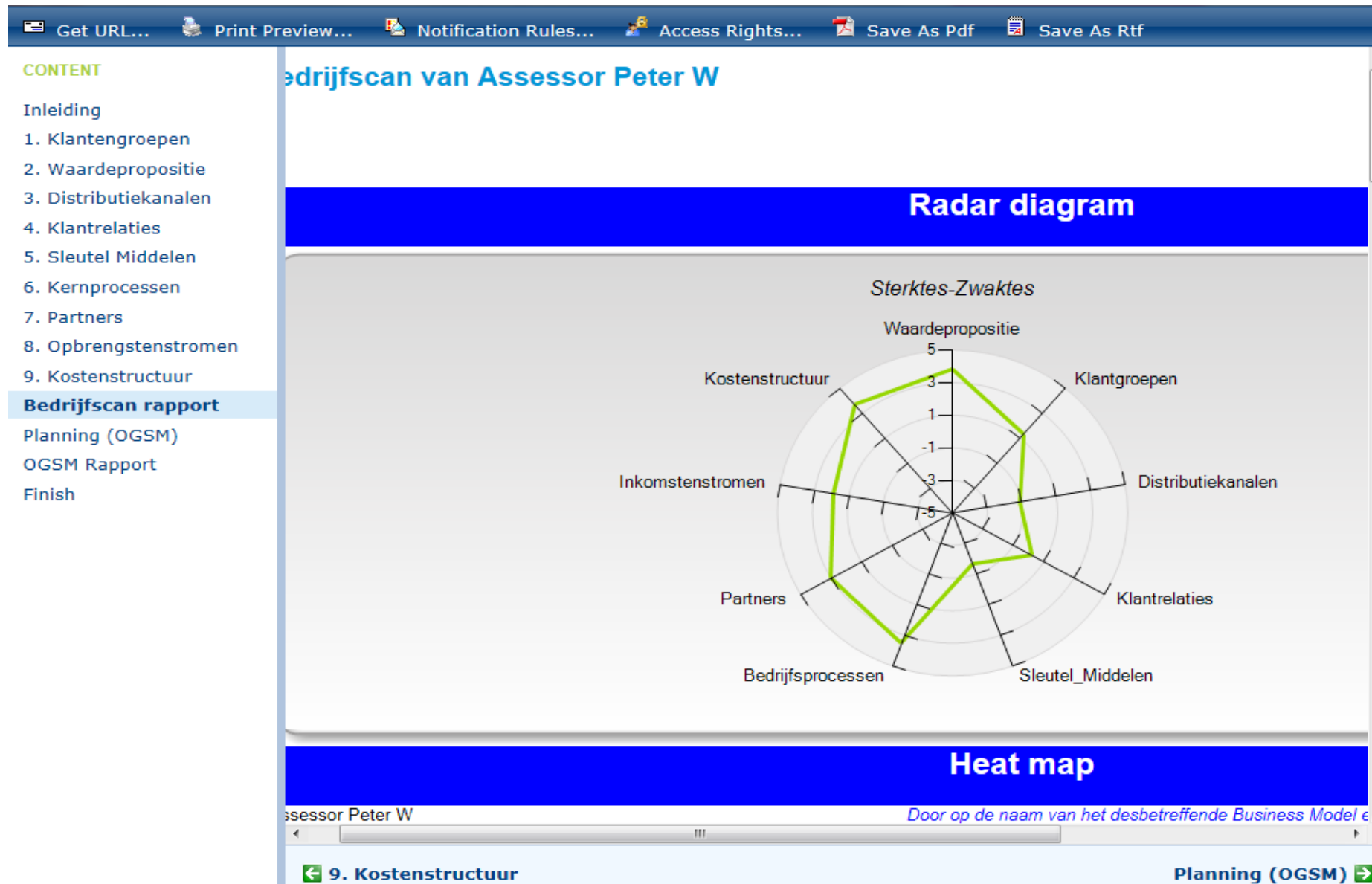
het klantenbestand is goed gesegmenteerd Heel laag   heel goed
-3

We verwerven voortdurend nieuwe klanten absoluut niet   waar
5

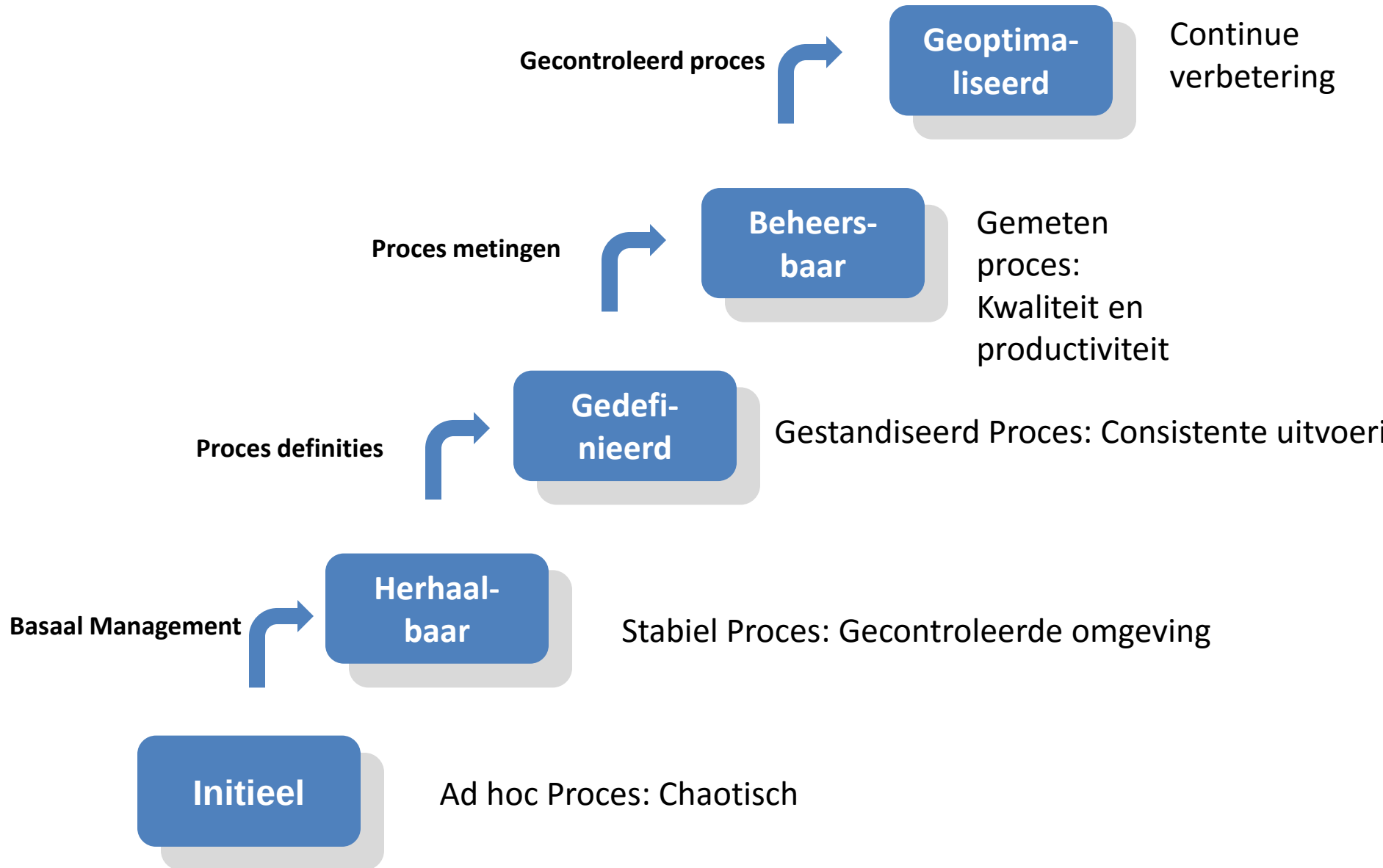
 Inleiding

2. Waardepropositie 

Voorbeeld Bedrijfscan plaatje en rapport



Vaardigheid Volwassenheidsmodel (Capability Maturity Model)





KWARTIERMAKERSGILDE

Expertisecentrum voor kwartiermakers

Opdracht in groepjes van 4-5 (flipover vel en stiften): 20 min. /pres.: 4 x 5 min.

1. Je hebt de *opdracht van 'Natuur en Milieu'* om een **Zero Waste aanpak** te introduceren in jouw woonplaats met verschillende stakeholders. Hoe pakken jullie dat aan?
2. Als wijkwerker krijg je de *opdracht van de gemeente* om een **wijkplatform nieuwe stijl** (sharing, burenhulp, mantelzorg etc.) op te zetten in een nieuwe wijk die voorlopig nog door groeit. Hoe pakken jullie dit aan?
3. Als kwartiermaker krijg je *de opdracht van de gemeente en Fonds 1818* om een publiek-private samenwerking op te zetten voor het **project 'Geluk op 13'** met ROC Mondriaan, Haagse Hoge School, TV West en krant, GEM en gemeente. Hoe pakken jullie dit aan?
4. **Vitaliteitsregio Leiden:** *Van de Hogeschool Leiden en de Leidse Regio krijg je de opdracht* om een platform te bouwen van PPS om daarmee veel gezondheidsprojecten te bundelen zodat er een Vitale Regio en Business komt. Hoe pakken jullie dit aan?



KWARTIERMAKERSGILDE

Expertisecentrum voor kwartiermakers

Wat zijn de Raakvlakken van Kwartiermaken en Toegepaste Psychologie (curriculum)

- Mensenwerk, organiseren, zeker zijn in onzekere situaties, wederzijdse beïnvloeding, observeren, gespreksvaardigheden, consumentenmarketing, diagnose en analyse, rapporteren
- Inspireren en coachen, ondernemerschap, conflicthantering, groepsbelangen, vertegenwoordigen, relatiebeheer, netwerken, opdrachtgever-kwartiermaker relatie
- Sociaal ondernemen, organisatievorming, Team samenstelling, Belbin teamrollen, Leerstijlen, samenwerkingsvormen, sociogrammen, Business Canvas, Human & Social Capital
-
-



KWARTIERMAKERSGILDE
Expertisecentrum voor kwartiermakers

Symposium 10 maart

[http://us3.campaign-
archive2.com/?u=00e8a11adab7c0e3
84ab073be&id=6efc1e0c6e&e=41a9
05ee00](http://us3.campaign-archive2.com/?u=00e8a11adab7c0e384ab073be&id=6efc1e0c6e&e=41a905ee00)

Inpaqt: stakeholderanalyse en roadmap

Lean Innovation: inrichten en overdragen

CampusInc: netwerken en kennisdelen

www.kwartiermakersgilde.nl

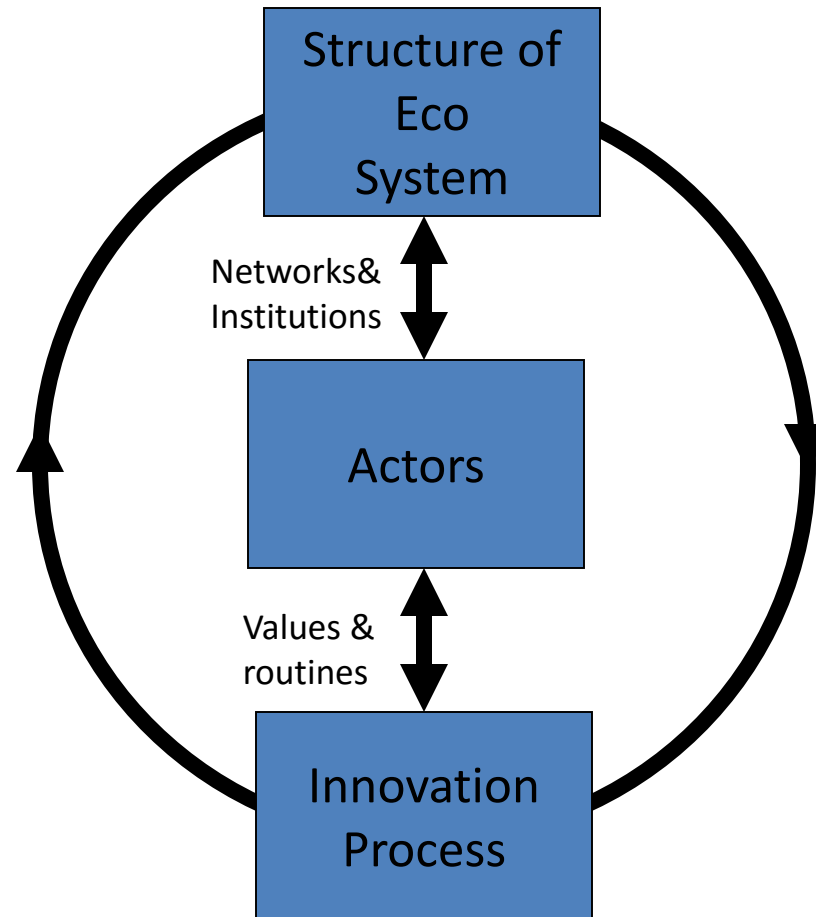
Innovation theory

Basics:

Innovation theory

1. Innovation starts with a vision and idea, combining hitherto unrelated components (Schumpeter, Drucker)
2. Innovation encloses the development of technology('s), applications, markets and organizations (co-evolution, Nelson)
3. Innovation can be looked at as a process in which many more or less independent actors are involved (Theory of innovation systems)
4. This innovation process is therefore linked to a complex, non linear, system (Kline and Rosenberg, Rothwell)
5. Innovation systems are complex emergent
6. Complexity drives innovation, innovation drives complexity
7. Complexity is inherently coupled to uncertainty (deterministic chaos) (Lorenz, Prigogine)
8. Generating information and the creation new and exploitation of existing knowledge diminish uncertainty (Simon)
9. Therefore the key process in innovation is a coupled knowledge creating or learning process of actors at various hierarchical levels, e.g. individual, departmental, company, sector and macro-economic level (Nonaka and Takeuchi, Barton)
10. According as the behavior of actors and integration of business and logistic processes are more coupled, coupling of these individual learning processes determines the speed of innovation (Kauffman)
11. Modelling and experimentation, simulation and gaming play central roles in learning (Senge, Eden, Simon)

Emergence



John Holland etc.