

INHOUDSOPGAVE

Hoofdstuk 1 Wat is de een doel?

1. Inleiding
2. Voorwaarden

Hoofdstuk 2 Soorten doelen

1. Inleiding
2. Een griezelig, groots en gedurfd doel binnen een visie
3. Termijndoel
4. SMARTdoel
5. Resultaat gerichte acties

'I HAVE A DREAM'

Martin Luther King

'WENSEN IS HOPEN, WILLEN IS DOEN'

Henriëtte van den Wildenbergh (a.k.a. Ernst Reichrath)

Hoofdstuk 1 Wat is de een doel?

1. Inleiding

De woorden doel en doelstelling gebruiken door elkaar we en het is de vraag of we ons bewust zijn van de betekenis van beide woorden. De woorden roepen bij verschillende mensen verschillende beelden op:

- richtpunt,
- wat ik wil bereiken,
- spannende uitdaging
- een gewenste situatie
- strategieën
- plannen
- plan van aanpak
- scoren

De hieronder geformuleerde begripsafbakening gebruiken wij in deze reader als uitgangspunt:

Een doel is een mikpunt, dat je wil bereiken

Als je met zijn allen naar Amerika wilt en je spreekt niet af waar, en wanneer je er bent, zit de een op 1 januari op Time Square en de ander op 19 juli op het strand van Miami Beach.

2. Voorwaarden

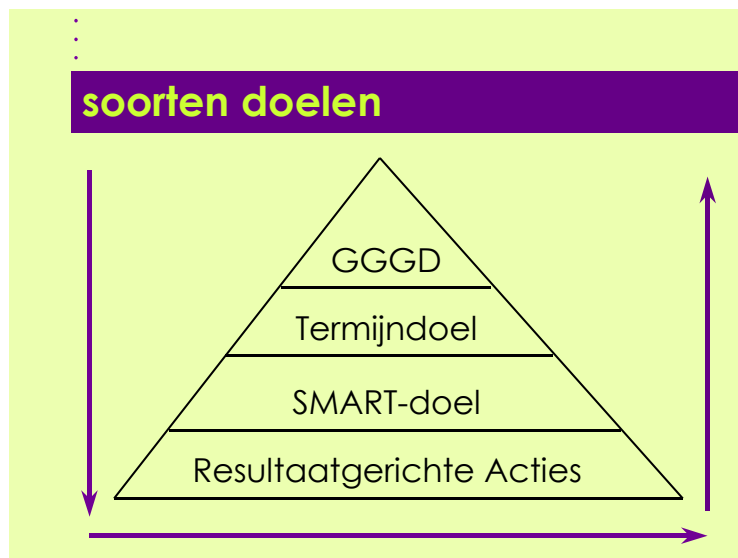
Om een doel te bereiken heb je een aantal grondbeginselen nodig:

- het geloven in je doel
- het starten met het einde voor ogen
- het besef dat jij de eigenaar bent
- het durven te balanceren tussen spanning en zekerheid
- het leven op het moment zelf
- Het pro-actief zijn
- Het richten op iets positiefs
- het stellen van een doel in de tegenwoordige tijd
- het aanvaarden van een inwerktijd

Hoofdstuk 2 Soorten doelen

1. Inleiding

Er doen nogal wat termen de ronde in de literatuur. Wij gaan van een aantal begrippen uit waarbij we tussen haakjes zetten welke andere termen er ook wel voor gebruikt worden. Wij gaan uit van de volgende doelen



2. Een griezelig, groots en gedurfd doel binnen een visie

Visionaire bedrijven blijken vaak een stoutmoedige missie na te streven. Wij noemen dit het Griezelig, Groots en Gedurfde Doel (GGGD). Het is de voorziene toekomst die we vurig wensen te bereiken en te creëren.

Andere termen die je onder dit kopje tegenkomt zijn lange termijndoelen, einddoelen en missie.

Een GGGD

- is een eenheid brengend richtpunt;
- is een katalysator voor de (team)mentaliteit;
- neemt mensen in beslag;
- is tastbaar, geeft energie en concentreert de aandacht;
- is realiseerbaar tussen 5 en 30 jaar;
- heeft een kans van succes van 50 tot 70%;
- vereist buitengewone inspanning en een beetje geluk;
- is de berg die je moet beklimmen.

Hoe vind je een GGGD?

Bij het vinden van een GGGD kun je aan vier ruime categorieën denken:

- 1) target-GGGD's;
- 2) gemeenschappelijke vijand-GGGD's;
- 3) rolmodellen-GGGD's;
- 4) interne transformatie-GGGD's.

VOORBEELDEN VAN GRIEZELIGE, GROOTSTE EN GEDURFDE DOELSTELLINGEN

Target GGD's (kwantitatief of kwalitatief)	Rol-model-GGD's
Ford: Het automobiel democratiseren (begin vorige eeuw)	Giro Sport Design: De Nike van de fietsenindustrie worden
Sony: Het bekendste bedrijf worden dat het wereldwijde, slechte imago van Japanse producten heeft veranderd (jaren vijftig)	Stanford University: Harvard van het westen worden (jaren veertig)
Gemeenschappelijke vijand GGD's (David en Goliath)	Interne transformatie-GGD's (voor grote organisaties)
Philip Morris: RJ Reynolds als nummer één tabaksbedrijf in de wereld van zijn plaats stoten	General Electric Company: Nummer één of twee worden op elke markt die we bedienen en in het bedrijf een revolutie tot stand brengen, zodat het de kracht van een groot concern en de lenigheid van een klein bedrijfje heeft.
Nike: Adidas verpletteren	Rockwell: Dit bedrijf transformeren van een uitvoerder van defensie-opdrachten tot de beste gediversifieerde hightech-onderneming ter wereld

3. Termijndoel

Succesvolle bedrijven blijken vaak een strategisch beleidsplan te hebben waarin termijndoelen zijn vastgesteld. Deze zijn uit de ggd's afgeleid.

Het zijn doelen die geformuleerd worden voor een termijn van maximaal 5 jaar.

Een termijn doel is de uiteindelijke doelstelling, bijvoorbeeld de beste verkoper worden, de beste marges scoren, marktleider worden etc, maar deze heb je zelden helemaal in eigen hand. Het termijndoel voorziet je van de nodige inspiratie.

Andere termen die je onder dit kopje tegenkomt zijn doelstelling, strategisch doel en weer einddoel.

Een termijndoel

- is strategisch;
- is een ijkpunt voor het beleid;
- neemt mensen in beslag;
- is afhankelijk van externe ontwikkelingen;
- is op te delen in kleinere delen;
- heeft een kans op succes van 70 tot 90 %;
- vereist regelmatige controle en bijstelling;
- is beleidsbepalend

4. SMART-doel

Wat is het stellen van SMARTdoelen en waarom zou je je hiermee bezig houden? Het antwoord op deze vraag kan worden gevonden in het klassieke verhaal van Lewis Carroll, Alice in Wonderland.

Alice: Zou u me a.u.b. kunnen vertellen welke kant ik op moet lopen?
Cheshire Cat: Dat hangt er vooral vanaf waar je naartoe wil.
Alice: Dat kan me niet schelen.
Cheshire Cat: Dan maakt het ook niet uit welke kant je op loopt.

Als je niet weet waar je naartoe wilt, weet je ook niet hoe je er moet komen en is het mogelijk dat je ergens anders terecht komt! Hetzelfde geldt voor situaties waarin je niet duidelijk stelt wat je wilt en moet bereiken. Je kan dan ook niet bepalen wat de beste manier is om iets voor elkaar te krijgen.

Het proces van SMARTdoelen stellen en bereiken omvat:

1. Formuleren van specifieke doelen die binnen een bepaalde tijd moeten worden gehaald.
2. Opstellen van actieplannen en vaststellen van specifieke stappen die moeten worden genomen om de gestelde doelen te realiseren of te overtreffen.
3. Opstellen van maatstaven waaraan prestaties zullen worden afgemeten.
4. Controleren en bijsturen van de acties.

Bij het stellen van doelen is het handig om een onderscheid te maken tussen smartdoelen en einddoelen.

Andere termen die je onder dit kopje tegenkomt zijn: streefdoel, korte termijn doel

Een smartdoel geeft het prestatieniveau aan waarmee naar je eigen mening een heel goede kans maakt om je einddoel te bereiken. Deze liggen grotendeels binnen je eigen macht en zijn makkelijk meetbaar. Voorbeelden zijn, het verbeteren van mijn afsluittechnieken zodat ik 5 in plaats van 3 op de 10 klanten iets verkoop, het verbeteren van mijn vraagtechnieken waardoor ik gemiddeld € 25,00 meer per verkoopbon ga scoren.

Een streefdoel moet SMART zijn:

Specifiek

Simpel geformuleerd op het verbeteren van een specifiek gebied.

Waar, hoe en met wie wil ik mijn doel bereiken? Hoe is de context? Is het eenduidig weergegeven en in positieve termen? Geef ik aan wat ik wel wil in plaats van wat ik niet wil (niet van de pijn af, maar naar het geluk toe!)

Meetbaar

Een norm wordt vastgesteld waarmee vorderingen kunnen worden gemeten. Geef de normen waar het kan in termen als, stuks, euro's, percentages etc.

Is mijn doel toetsbaar ook tussentijd: ben ik het aan het halen. Hoe weet ik dat ik mijn doel bereikt heb?

Wanneer heb ik het bereikt en wat betekent dat voor mij?

Hoe zinvol is dat voor me?

Acceptabel

De mogelijkheid een collega, medewerker of team aan te wijzen die verantwoordelijk wordt gesteld voor het behalen van het doel.

Is het behalen binnen mijn eigen controle?

Van wie of wat stel ik mij afhankelijk en hoe los ik dat op?

Wie is de eigenaar van het doel?

Realistisch

Vaststellen wat op realistische wijze kan worden bereikt.

Hoe past het binnen mijn huidige werkzaamheden c.q. omgeving?

Heeft het doel negatieve consequenties voor mij of anderen?

Hoe verantwoord vind ik het om het doel te bereiken

Tijdgebonden

Aangeven wanneer de resultaten kunnen en moeten worden bereikt.

Welk tijdpad heb ik bepaald?

Vrije keuze

Het stellen van doelen voorkomt een te vrijblijvende planning. Door te praten over de doelen en de consequenties die je zal verbinden aan het niet of wel behalen ervan, krijgt het behalen van het doel een stevige bedding in de praktijk.

Maar de waarde van keuzevrijheid en verantwoordelijkheid voor de eigen motivatie mag nooit worden onderschat. Je moet zelf in zijn doelen geloven. Opgedrongen doelen missen vaak hun doel!

Zorg er voor dat je doelen die je stelt SMART maakt. Daarnaast kan een goed doel ook aan de volgende kenmerken voldoen:

- begrijpelijk
- relevant
- ethisch verantwoord
- uitdagend zijn
- wettelijk geoorloofd
- milieuvriendelijk
- overeengekomen
- vastgelegd.

5. *Resultaatgerichte acties*

Succesvolle mensen en teams hebben acties gepland voortkomend uit hun doelen. Deze staan gewoon in je agenda. Het zijn de afspraken die je met jezelf of anderen hebt gemaakt. Wie gaat dus wat, wanneer, waar en hoe doen!

Andere termen die je onder dit kopje tegenkomt zijn acties, afspraken, daden, werkzaamheden, kortom je dagelijkse werk.

Een RGA

- is een afspraak waaraan je je verbindt
- is niet urgent, wel belangrijk, want gepland
- is waar je je aan te houden hebt
- is de laatste stap in je plan van aanpak
- moet je gewoon doen
- niet uitstellen
- is concreet meetbaar
- en af te vinken
- staat in je actielijst
- geeft voldoening als je de actie af hebt

Tot slot

“Of je kunt veranderen hangt niet af van wat je hoopt of wenst of denkt of voelt of zelfs maar gelooft: het ligt aan wat je doet.” Dan Millman