

Het Groeimodel

	GROEITHEMA	GROEIKNELPUNTEN	FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4
1	Strategie	Bedrijfsstrategie	Niet eenduidig vastgelegd	Helder en vastgelegd	Niet meer up-to-date	Achterhaald
		Management	Door de ondernemer zelf	Behoeftte aan een manager	Verlies van controle	Ineffectief management
		Organisatiestructuur	Slecht gestructureerd, onduidelijke rolverdelingen	Structuur sluit niet aan bij de feitelijke werkwijze	Werkwijze tussen bedrijfs-onderdelen steeds formeler	Veranderingen zijn moeilijk te realiseren en tijdrovend
		Personeel	Moeilijk om geschikt personeel te vinden	Bedrijf vraagt steeds meer om specialisten	Formele cultuur / slechter functionerend personeel	Bij betere medewerkers neemt motivatie ook af
2	Marktpositionering	Product vs. klantgerichtheid	Product / dienst is uniek en nieuw en verkoopt zichzelf	Veranderende klantwensen worden niet goed opgepakt	Product / dienst niet nieuw, toch staat USP's centraal	Product / dienst niet nieuw meer, sterke concurrentie
		Klantrelatie	Eerste klanten leggen erg veel beslag op het bedrijf	Klanten zijn belangrijk maar kosten veel tijd	Onduidelijk in welke klanten te investeren	Er wordt op klantwaarde gestuurd, toch veel verloop
3	Automatisering	Processen	Veel mondelinge afspraken en afstemmingsproblemen	Door fouten gedwongen om processen vast te leggen	Medewerkers vertrekken, inwerken nieuwe kost tijd	Processen lopen steeds moeizamer, bureaucratie
		Systemen	Bestaande systemen zijn eigenlijk 'houtje touwtje'	Groei belemmerd door niet-optimale ICT omgeving	Bedrijf overweegt systeem integratie, is dat wel nodig?	Meer focus op kosten-efficiëntie, ook bij ICT
4	Kapitaal & Financiering	Kapitaal	Vooraf eigen vermogen geen mede-eigenaren	Kapitaalbehoefte, maar onder welke voorwaarden?	Weinig kennis van de kapitaalmarkt in huis	Aandelenverhoudingen worden strategische issues
		Bancaire financiering	Geen duidelijk beeld van behoefte en mogelijkheden	Financiering vanuit cash flow, liquiditeitsproblemen	Aanvullende financiering nodig maar moeilijk kiezen	Financiering is kostenpost; er moet gekort worden
5	Business Partners	Dienstverleners	Samenwerking met kleine, lokale dienstverleners	Kleine partijen kunnen groei niet goed bijhouden	Veel dienstverleners maar effectiviteit / efficiency laag	Dienstverleners die waarde toevoegen zijn erg schaars
		Omzetvergroeters	Samenwerking met veel partijen; opportunistisch	Doel is rendement verhogen, hoe en met wie beginnen?	Strategische keuze voor samenwerking, maar welke?	Partnerships moeilijk te beheersen
		Kostenverlagers	Nauwelijks samenwerking; alles in eigen huis houden	Initiële stappen voor structurele uitbesteding	Wisselende ervaringen met uitbesteding, twijfels	Uitbesteding nodig maar op welke onderdelen vooral?
6	Overname & Opvolging	Strategische overnames	n.v.t.	n.v.t.	Acquisitie is doel maar geen goede overnamestrategie	Integratie overnamepartij is lastig en langdurig proces
		Opvolging	n.v.t.	Herkennen / aanwijzen geschikte opvolger moeilijk	Opvolging wordt steeds op de lange baan geschoven	Het gevaar dreigt van twee kapiteins op één schip