

## IDENTITEIT & MINDSET



*Maatschappelijke waarde wordt een doel gelijk aan winst*

Waarom bestaat onze organisatie? Welke waarden staan we voor en welke mindset verwachten we van onze medewerkers en partners? Past deze identiteit bij de collectieve ambitie, of is aanpassing nodig?

## VOORBEELD

Wij zijn een waste-to-product company, en nemen duurzaamheid mee in ieder besluit

## MATERIALEN & VAARDIGHEDEN



*Ontwikkelen nieuwe kennis en materialen, zoals ontwerp voor reparatie, netwerksamenwerking*

Welke vaardigheden kunnen we inzetten voor de ambitie? Dienen we nieuwe vaardigheden te ontwikkelen? Kunnen we dit zelf of hebben we anderen nodig? Past dit bij bestaande samenwerkingsafspraken?

## VOORBEELD

Kennis over circulaire materialen, ontwerp- en productie, samenwerken met de hele keten, faciliteren retourlogistiek en herfabricage, leren toegevoegde waarde verkopen

## CONTRACT & RELATIES



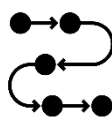
*Eerlijke verdeling van kosten en baten, verbetering concurrentievermogen van het **netwerk***

Hoe verandert de ambitie onze afhankelijkheid en invloed op elkaar? Kunnen wij dit zelf beïnvloeden of hebben we nieuwe samenwerkingen of contractering nodig om voor iedereen perspectief te creëren?

## VOORBEELD

Het bieden van een gezamenlijk aanbod naar de klant op basis van toegevoegde waarde en lange-termijn focus, eventueel als service

## PROCESSEN & ACTIVITEITEN



*Aanpassing en ontwikkeling van activiteiten als hergebruik, reparatie, herontwerp*

Welke activiteiten kunnen we inzetten of aanpassen? Dienen we nieuwe activiteiten te ontwikkelen? Kunnen we dit zelf of hebben we anderen nodig? Past dit bij bestaande samenwerkingsafspraken, en bij onze identiteit?

## VOORBEELD

Gebruik circulair ontwerp, bio-based producten, regionaal samenwerken, uitwisselen van afvalstromen, monitoring en reparatie, jaarlijkse facturatie