

4

TREND EXPERT INTERVIEW (Kumar, 2013 Pagina 30-31)

Stap 1 stel de overkoepelende onderwerpen vast die van belang zijn in het netwerk en de huidige bedrijfsvoering.

Stap 2 identificeer en selecteer experts. Maak gebruik van het persoonlijke netwerk van het netwerk.

Stap 3 maak een topiclijst waar het interview over moet gaan.

Stap 4 voer het interview uit (neem het op, na toestemming) en vraag ook naar verwijzingen op onderwerpen die als belangrijk zijn aangemerkt.

Stap 5 transcribeer de tekst, codeer en analyseer. Benoem de ontwikkelingen binnen het netwerk en voeg ze toe in de netwerkkkaart Versie 3



6

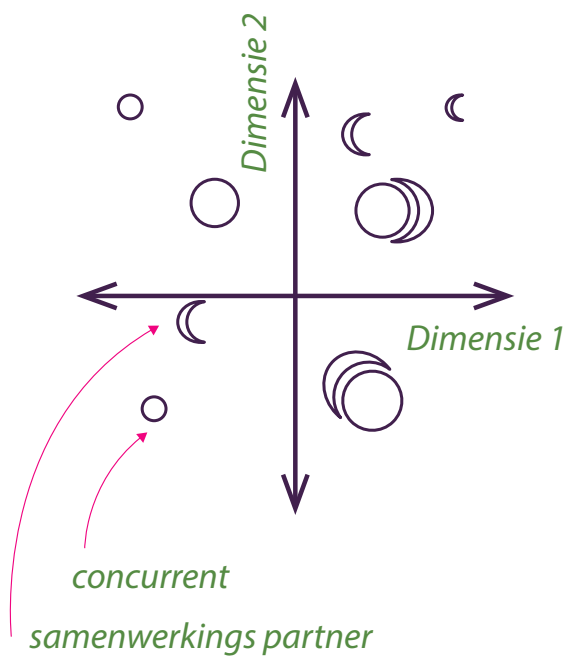
CONCURRENTIE / SAMENWERKINGSPARTNERS (Kumar, 2013 Pagina 74-75)

Stap 1 maak een lijst met concurrenten en samenwerkingspartners samen met uw team (samengesteld inzicht)

Stap 2 stel de dimensies vast voor de assen waarmee de vergelijking plaats vindt. Deze dimensie kan omzet van de organisatie zijn, maar ook samenstelling van doelgroepen, mate van innovatief vermogen, zichtbaarheid in de media, circulariteit enz.

Stap 3 plaats de organisaties als symbool op de relatieve positie in de kaart door in gesprek met uw team de positie te bepalen.

Stap 4 analyseer de posities en de ingenomen ruimte van de organisaties. Kom in samenspraak met uw team tot nieuwe inzichten, ontdek ruimte in de markt en benoem nieuwe spelers, bij voorkeur samenwerkingspartners, in uw netwerk. Voeg ze toe in de netwerkkkaart Versie 4



VERWIJZINGEN

C. Gehrels, E. v. (2006). *Managementmodellen voor communicatie*. Den Haag: Academic Service.
Jonker, J. J. (2020). *Duurzaam organiseren*. Amsterdam: Boom.
Jonker, J. J. (2020). *Duurzaam organiseren*. Amsterdam: Boom.
Kumar, V. (2013). *101 Design Methods - a structured approach for driving innovation in your organization*. Hoboken New Jersey: John Wiley & sons.



CIRCULAIR ONDERNEMEN

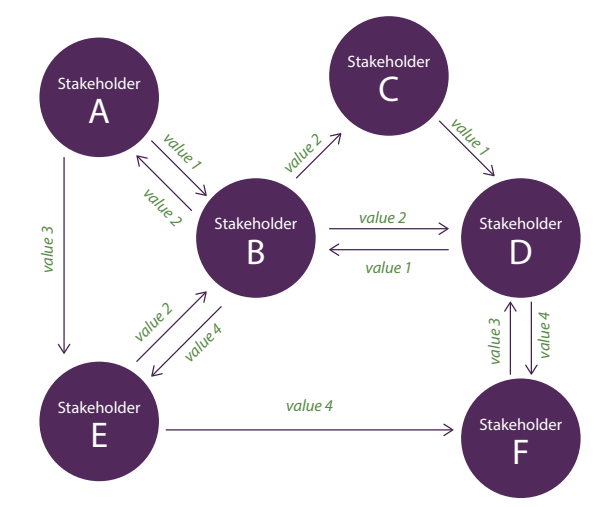
NETWERKKAART CIRCULAIR ONDERNEMEN

Deze netwerkkkaart is een van de tools om MKB-bedrijven te helpen zich verder te ontwikkelen op het gebied van circulair ondernemen.

Andere tools voor MKB-bedrijven en mogelijkheden tot samenwerking zijn te vinden op de website van het Fontys Expertisecentrum Circulaire Transitie: www.fontys.nl/fect.

DE NETWERKKAART (DESCRIPTIVE VALUE WEB)

Het Descriptive Value web, ofwel de netwerkkkaart (Kumar, 2013), is een weergave van het bedrijfsnetwerk met relevante relaties op persoonlijk niveau. Door een goed inzicht te hebben in het netwerk en de onderlinge verbanden, kan beter invloed uitgeoefend worden op het tot stand komen van beleid, besluiten en het vinden van nieuwe samenwerkingspartners. In deze visualisatie van het netwerk worden de onderlinge belangrijkste waardetransacties opgenomen.



Door te denken in systemen en waarden ontstaan nieuwe visies op de bedrijfsvoering. Netwerken zijn in principe oneindig en flexibel. De netwerkkkaart is dan ook een momentopname om tot inzicht in de huidige stand van zaken van een bedrijf te komen. Vanuit deze positie kan vervolgens een voorstelling van de nabije toekomst geschetst worden, als nieuwe kans of als bevestiging van de huidige bedrijfsvoering. Deze aanpak vanuit het waardenetwerk wordt ook wel een netwerk gedreven benadering genoemd (J.Jonker, 2020).



STAPPENPLAN TOT HET MAKEN VAN EEN NETWERKKAART

Lijst met Stakeholders



Eerste netwerkkaart verbinding



Tweede netwerkkaart waarde



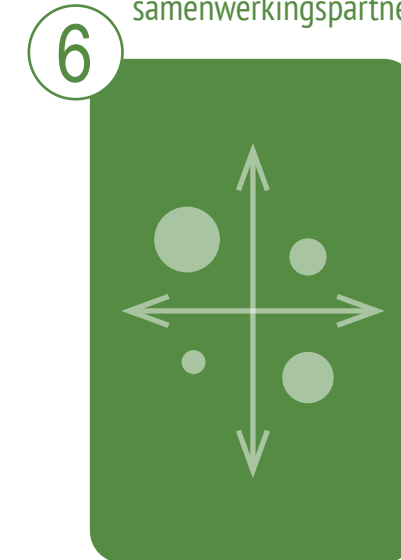
Trends expert interview



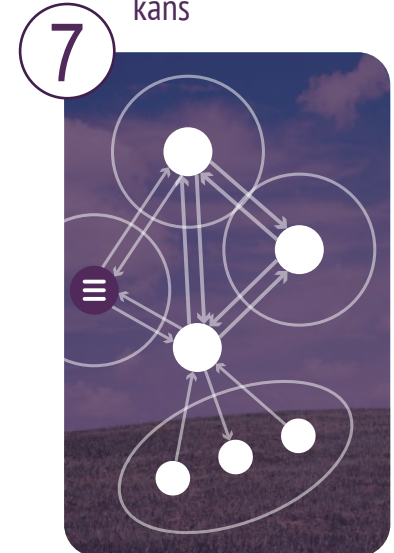
Derde netwerkkaart rol



Concurrentie / samenwerkingspartners



Vierde netwerkkaart kans



1

STAP 1 LIJST MET BELANGHEBBENDEN (STAKEHOLDERS)

Maak een lijst met alle belanghebbenden die in het huidige proces van de bedrijfsvoering betrokken zijn. Op deze lijst komen onder meer concurrenten, leveranciers, distributeurs, klanten en subsidieverstrekkingen: allen die in de huidige situatie waarde toevoegen en nodig zijn om dit proces in beweging te houden.

2

STAP 2 NETWERKKAART VERSIE 1

Verbind de belanghebbenden met elkaar, zodanig dat de stappen in het huidige bedrijfsproces in een logische volgorde staan.

3

STAP 3 NETWERKKAART VERSIE 2

Voeg de waardestromen toe die tussen de belanghebbenden plaatsvindt. Dit kan geld zijn, maar ook kennis, informatie, materiaal of reputatie.

Kijk nog eens goed naar de lijst met belanghebbenden. Staat iedereen op een logische plek nu de waardestromen zijn toegevoegd?

4

STAP 4 TREND EXPERT INTERVIEW

Dit is een verrijkende stap binnen het opstellen van een netwerkkaart. De trend expert helpt om inzicht te krijgen in trends en ontwikkelingen in een specifieke branche of in belangrijke en dominante trends in het algemeen. Een expert hoeft niet altijd direct verbonden te zijn met het bedrijf. Het kan ook een autoriteit zijn bij de overheid, een trendwatcher of een hoogleraar. Bovendien kan een trend expert nieuwe aanknopingspunten geven voor verder onderzoek om het netwerk uit te breiden en verrijken. De stappen om een trend expert interview uit te voeren, staan op de achterzijde.

5

STAP 5 NETWERKKAART VERSIE 3

Analyseer de netwerkkaart en groepeer de belanghebbenden naar de rol die zij vervullen (C. Gehrels, 2006). Zijn het beïnvloeders, leveranciers, uitvoerders, gebruikers of samenwerkingspartners? Analyseer de netwerkkaart en de dynamiek van de waardestromen. Op welke plek wordt er fundamenteel waarde toegevoegd? Welke belanghebbende is dominant? Waar zitten inefficiënties in het systeem?

6

STAP 6 CONCURRENTIE / SAMENWERKINGSPARTNERS

Dit is een verrijkende stap binnen het opstellen van de netwerkkaart. Dit model geeft inzicht in de spelers in de huidige markt. Interessant is om de positie van de samenwerkingspartners te verkennen. Welke nieuwe systeemspelers zijn aanvullend aan de huidige deelnemer waardoor de duurzame marktpositie of slagkracht voor de bedrijfsvoering vergroot wordt? De stappen om dit model uit te voeren, staan op de achterzijde.

7

STAP 7 NETWERKKAART VERSIE 4

Voeg nieuwe samenwerkingspartners toe binnen het netwerk. Koppel de nieuwe waardestromen aan de belanghebbenden en identificeer de nieuwe kansen. Herhaal de stappen een aantal keer. Door het voortschrijdend inzicht wordt de visie scherper op de onderliggende verbanden in het netwerk en de kans voor het vinden van een duurzame oplossing groter. Bewaar de opeenvolgende versies als processtappen, zodat de toenmalige overwegingen meegenomen kunnen worden in toekomstige versies.