

# Impact Masters Checklist



**IMPACT MASTERS**  
Scaling Up Challengers & Gazelles

# Inhoudsopgave

---

	Blz.
1. Inleiding	3
2. Vliegwielen van Impact	4
3. Checklist	6
4. Vervolgvragen	8

# Inleiding

---

Impact Masters helpt ondernemers nieuwe kansen te ontdekken voor hun bedrijf en hun groei te versnellen. Dit doen we door het geven van Masterclasses en Groeiprogramma's.

Waarom?

Omdat wij geloven dat de wereld beter kan en moet op veel gebieden. En wij geloven dat ondernemers deze verandering kunnen brengen. Daarom zijn wij geëngageerd om ondernemers te helpen hun bedrijf te laten groeien, zodat zij de impact maken die de wereld nodig heeft.

Onze missie is om in 2025 wereldwijd 100.000 bedrijven te hebben geholpen fundamenteel meer betekenisvolle waarde te leveren en zo impact te maken op hun markt.

Centraal in onze methodiek staat het Vliegwieltje van Impact. Deze bestaat uit vijf pilaren waarlangs we de groei van je bedrijf versnellen. Deze worden in het volgende hoofdstuk nader toegelicht. Gebruik vervolgens de checklist om te bepalen op welk onderdeel je al op koers ligt en welk vlak het meest aandacht nodig heeft.

In het laatste hoofdstuk geven we je een aantal handreikingen wat te doen met de resultaten. We helpen je graag verder waar nodig.

Op je Impact!

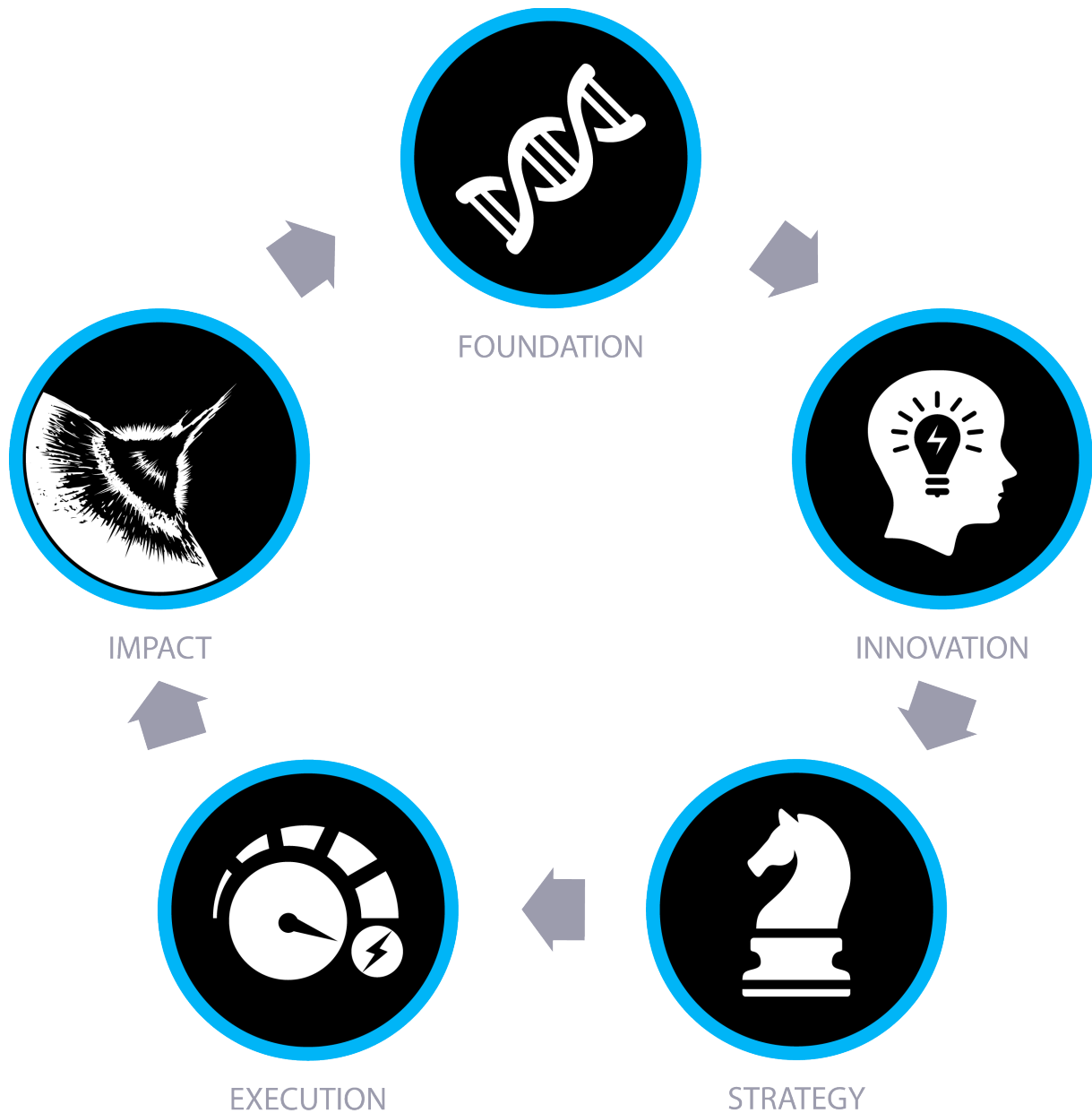
Met vriendelijke groet,

Bastiaan van den Noort

# Het vliegwiel van Impact

---

## De vijf pilaren van groei



## **1. Fundament**

In deze fase staat de kern van je bedrijf centraal. Waar gaat het nou echt over in je bedrijf? Een rotsvast fundament is de basis waarop verdere groeiplannen gebaseerd worden. In deze fase gaat het over een drietal aspecten.

1. People: De juiste mensen op de juiste plek.
2. Concept: De essentie van je bedrijf.
3. Core costumers: Welke klanten passen het best bij je bedrijf?

## **2. Innovatie**

Vanuit het fundament kijk je we hoe het huidige business model is opgebouwd en waar de kansen liggen die het best bij je passen? Het Business Model Canvas is hiervoor één vanm de beste tools. Waar focussen we ons wel op, maar vooral ook waarop niet. Het resultaat van deze fase is helderheid in groeiperspectief.

## **3. Strategie**

Nadat de groeikansen zijn bepaald vertaal je deze naar een glasheldere strategie. Impact masters werkt met de internationaal beproefde methodiek van de Rockefeller Habits. Het resultaat van deze fase is een compleet en ingevuld One Page Strategic Plan, ofwel je strategie op 1 pagina.

## **4. Executie**

Een briljante strategie is niets waard als hij niet ook briljant wordt uitgevoerd. Er staan 3 aspecten central:

1. Prioriteiten. Doen we de juiste dingen?
2. Data: Hoe zien we of we op koers liggen?
3. Ritme: Een duidelijke structuur wanneer we naar welke zaken kijken, maar vooral ook wanneer dus niet.

Het doel van deze fase is om beter en sneller te worden in het behalen van je prioriteiten.

## **5. Impact**

Impact is het resultaat van een goede uitvoering van de voorgaande vier pilaren. Welke verandering wil je teweeg brengen in jouw markt? Bij impact gaat het ook over het resultaat van het bedrijf zelf. Een verliesgevend bedrijf maakt namelijk nooit lang impact. Het resultaat kan weer geïnvesteerd worden in de kern van je bedrijf of nieuwe innovaties. En zo is de cirkel weer rond.

# Impact Masters Checklist

---

## Fundament

- We weten wie onze A-spelers zijn en hebben een strategie om hen aan te trekken en te behouden in de organisatie
- We hebben bepaald welke rollen en posities er benodigd binnen de organisatie.
- We hebben bepaald of de juiste mensen op de juiste posities zitten.
- Onze kernwaarden zijn bekend en levend in het bedrijf
- We gebruiken onze kernwaarden bij de beoordeling van nieuwe en bestaande medewerkers
- Wij hebben helder geformuleerd waarom we doen wat we doen (Purpose) en communiceren dit met al onze stakeholders
- We hebben geformuleerd wie onze kernklanten zijn en focussen ons op maximaal 3 groepen.

## Innovatie

- De gehele organisatie is betrokken bij innovatie en er is 1 persoon verantwoordelijk voor gemaakt.
- Innovatie is een doorlopend proces in onze organisatie en staat onafgebroken op de agenda.
- Er is een lijst opgesteld van de innovatiekansen waar we ons op richten voor het komende jaar.
- Er is ook een lijst opgesteld met kansen waar we ons **niet** op richten.
- Beide lijsten zijn bekend in de organisatie.
- We gebruiken een methodiek om onze innovaties te organiseren.

## Strategie

- We hebben een glashelder doel voor de lange termijn geformuleerd. (De Big Hairy Audacious Goal ofwel BHAG)
- De BHAG sluit aan op onze purpose
- Er is een Kritisch Getal bepaald dat de voortgang van de BHAG aangeeft.
- We hebben 3-5 strategieën bepaald die we moeten behalen om de BHAG te realiseren.
- Deze strategieën zijn doorvertaald naar prioriteiten voor 3-5 jaar, 1 jaar en kwartaal.
- Er zijn per kwartaal maximaal 5 prioriteiten waarop de focus ligt.
- Elke kwartaalprioriteit heeft een getal (Kritische Prestatie Indicator, ofwel KPI) en een verantwoordelijk persoon toegewezen gekregen.

## Executie

- ❑ Het hele bedrijf is op de hoogte van de (maximaal 5) prioriteiten voor het huidige kwartaal
- ❑ De topprioriteit is meetbaar gemaakt in een KPI.
- ❑ Elke medewerker heeft zijn eigen bijdrage vertaald in een KPI en rapporteert hier wekelijks op.
- ❑ Er is een systeem in place om de voortgang op alle KPI's te meten.
- ❑ De voortgang op de belangrijkste KPI's is zichtbaar voor het gehele bedrijf.
- ❑ Alle medewerkers hebben een dagelijks overleg dat korter duurt dan 12 minuten.
- ❑ Alle teams hebben een weekoverleg met een vaste agenda
- ❑ Het gehele bedrijf heeft een maandelijkse meeting met een vaste agenda die gericht is op delen, leren en het oplossen van grote vraagstukken.
- ❑ Het gehele management team komt elk kwartaal buiten het bedrijf samen om de kwartaal een jaarplannen op te stellen.
- ❑ Voor elk overlegmoment is een vaste agenda, waardoor helder is wat er wel, maar vooral ook wat er niet besproken wordt.

## Impact

- ❑ We meten welke impact we maken op onze markt door zowel extern te kijken als intern naar onze omzet en winst.
- ❑ We meten welke impact onze bedrijfsvoering heeft op onze overige stakeholders en het milieu en werken actief aan verbetering hiervan.
- ❑ We managen naast omzet en winst ook bewust op cash.
- ❑ Ons cashbeleid is erop gericht om de groei zoveel mogelijk met eigen middelen te financieren.
- ❑ De omzet en winstgevendheid van de organisatie is op of boven de door ons gestelde norm en voldoende voor duurzame continuïteit.

## De uitslag

Dit is geen checklist waar je punten voor krijgt. Het optellen van je aantal Ja's geeft je geen rapportcijfer over hoe goed je het doet. Daarvoor is elke situatie en elk bedrijf veel te uniek. Wat het je wel heeft is inzicht. Inzicht dat je het best naar boven krijgt door twee vragen te beantwoorden.

### 1. Weet je waar je uitdaging ligt?

- Nee, ik scoor je op alle gebieden goed.

Cool! Gefeliciteerd en te gek dat je het zo goed doet. Wil je je ondernemerslessen met ons delen? We horen en delen graag succesverhalen van ondernemers. Omdat dat is waar we meer van willen creëren. Stuur een bericht met je naam en emailadres naar [succesverhalen@impactmasters.com](mailto:succesverhalen@impactmasters.com) op en we nemen contact met je op om je verhaal te horen.

- Ja.

Mooi, de eerste stap is gezet. Springt er 1 gebied bovenuit? Of hebben alle gebieden aandacht nodig? Ook hier geldt, dat niet het oordeel van belang is, maar het inzicht.

### 2. Wil je je score te verbeteren?

- Nee, ik ben tevreden zoals het nu is.  
Prima! Niets meer aan doen dan!

- Ja, ik wil vooruit met mijn bedrijf

In onze ervaring zijn er twee dingen die je nu kunt doen die het grootste effect hebben.

#### 1. Maak gebruik van een methode. (Get a system)

Je hoeft het wiel niet opnieuw uit te vinden. Er zijn al veel ondernemers jouw weg afgegaan en veel fouten hoeft je niet opnieuw te maken. Door te werken in een systeem en via een methodiek kan jij je richten op de inhoud, terwijl de methodiek je de structuur en het ritme geeft.

Impact Masters heeft zo'n systeem. We gebruiken de beste tools en methodieken die in de praktijk hun waarde hebben bewezen. Bewezen tools met bewezen succes dus. Dat scheelt jou én veel tijd én veel geld.

#### 2. Maak gebruik van een coach. (Get a coach)

Voor elke topsporter is het een vanzelfsprekendheid: als hij de top wil bereiken, begint een atleet met het vinden van een coach. Voor ondernemers is het voordeel niet anders, je komt verder, als je de hulp gebruikt van iemand die niet betrokken is IN je organisatie om AAN je organisatie te werken.

"If you want to go fast, travel alone. If you want to go far, travel together." Is een Afrikaans gezegde. Samen kom je verder in het Hollands.

En ja, dat kost geld, maar heb je al eens gevraagd wat het kost om het niet te doen? Onze klanten wel en vaak werken we met ze voor lange tijd.



### 3. Wil je er actie voor ondernemen?

Nee.

Dan gaat elk inzicht je helaas niets opleveren. “Zonder actie geen reactie” is een oude wijsheid en resultaat ontstaat nooit zomaar. Wellicht weet je alleen niet goed welke actie? Of heb je een andere vraag? Daar helpen we je graag bij. Stuur ons een bericht via [info@impactmasters.com](mailto:info@impactmasters.com) of bel ons op 084-8305567.

Ja.

Te gek! Daar houden we van! En wij helpen je er graag bij. Ondernemers helpen groeien is ons vak en onze passie namelijk. Vraag direct een 1-1 Doorbraak in Groei Sessie aan op <http://impactmasters.com/doorbraak-in-groei-sessie/>  
We zoomen dan direct in op de situatie in jouw bedrijf en kijken waar jouw groeikansen liggen.

Meld je dus nu aan voor een 1-1 sessie!

Tot snel!