

SCALING UP GROWTH TOOLS™

ONE-PAGE TOOLS OM BEDRIJVEN SUCCESVOL DOOR TE LATEN GROEIEN

- **MENSEN:** One-Page Personal Plan (OPPP)
 - MENSEN:** het Overzicht Rollen en Verantwoordelijkheden
 - MENSEN:** het Overzicht Kernprocessen en Verantwoordelijkheden
- **STRATEGIE:** Sterkten, Zwaktes en Trends
 - STRATEGIE:** De Zeven Lagen
 - STRATEGIE:** One-Page Strategic Plan (OPSP)
 - STRATEGIE:** Visie-overzicht
- **UITVOERING:** Wie, Wat, Wanneer (WWW)
 - UITVOERING:** Rockefeller Habits Checklist™
- **CASH:** Cashversnellingsstrategieën (CASH)
 - CASH:** De kracht van één

MENSEN

STRATEGIE

UITVOERING

CASH

Scaling Up 4D Raamwerk De weg naar Resultaat

Tienduizenden organisaties behalen RESULTATEN met deze bewezen groeimethode.

1 Katalysator (met Versnellers)

Coaching – Adviseurs, Consultants, Coaches
Leren – Doorlopende Professionele Educatie
Technologie – Systemen voor het meten van voortgang en verantwoordelijkheden

2 Aanjagers (Evenwicht)

Mensen (Reputatie) – Medewerkers, Opdrachtgevers, Aandeelhouders
Processen (Productiviteit) – Maak/Koop, Verkoop, Vastlegging

3 Discipline (Routines)

Prioriteiten – De Hoofdzaak (Het Belangrijkste Ding)
Data / Meetgegevens – Kwalitatief / Kwantitatief
Vergaderritmes – Dagelijks, Wekelijks, Maandelijks, Per Kwartaal, Jaarlijks

4 Beslissingen (De Juiste Vragen)

Mensen – Geluk/Verantwoordelijkheid
Strategie – Omzet/Groei
Uitvoering – Winst/Tijd
Cash – Zuurstof/Mogelijkheden

! Resultaten

2x Cash Flow • 3x Winstgevendheid • 10x Waardebepaling • Meer tijd!

Naam _____

Datum _____

		Relaties	Prestaties	Gewoonten	Vermogen (€)
GELOOF	10-25 Jaar (Ambities)				
FAMILIE	1 Jaar (Activiteiten)				
VRIENDEN		Start	Start	Start	Start
GEZONDHEID	90 Dagen (Acties)	Stop	Stop	Stop	Stop
FINANCIËN					

- 1 Benoem de (belangrijkste) verantwoordelijke persoon voor iedere rol of kernfunctie.
- 2 Stel de vier vragen onder aan de pagina m.b.t. wiens naam (of namen) bij elke functie is genoteerd.
- 3 Bepaal voor elke rol/functie welke indicatoren bepalend zijn.
- 4 Wijs winst-, verlies-, of balansposten toe aan de rol/functie. Bepaal vervolgens passende resultaten/ uitkomsten voor elke functie.

Rol/kernfunctie	1 Naam Verantwoordelijke	3 Voorspellende KPI's (Key Performance Indicators)	4 Resultaten (Winst/Verlies, Balans)
Algemeen Directeur			
Marketing			
R&D/Innovatie			
Verkoop			
Bedrijfsvoering			
Financieel Beheer			
Controller			
ICT			
Personeelszaken/HRM			
Talent Ontwikkeling/Opleiding			
Customer Advocacy			
Afdelingsleiders/Vestigingen			
• _____			
• _____			
• _____			
• _____			

2 Identificeer: 1. Meer dan één persoon op één positie; 2. Persoon op meer dan één positie; 3. Lege posities; 4. Wie neem je enthousiast opnieuw aan?Rehire?

Trends

Wat zijn significante veranderingen in de wereld op het gebied van technologie, distributie, productinnovatie, markten, gebruikers en sociale trends die impact kunnen hebben op de industrie en jouw organisatie?

Sterkten/Kerncompetenties

Wat zijn de inherente sterkten van de organisatie die de bron zijn van het succes?

Zwakten

Wat zijn de inherente zwakten van de organisatie die vermoedelijk niet veranderen?

Eigenaarschap van woorden (mindshare):

De Zandbak en Merkbeloften:

Wie/Waar (Kernklanten)	Wat (Producten en Diensten)	Merkbeloften	KPI's

Garantie van Merkbeloften (Katalyserend Mechanisme):

Strategie in één zin (Winstegevend Kernproces):

Onderscheidend vermogen (3-5 kernactiviteiten/'hoe'):

X-Factor (10x-100x Onderliggend Voordeel):

Winst/X (Economische Motor):

BHAG® (10-25 Jaardoelstelling):

Mensen (Reputatie Beïnvloeders / Aandrijvers)

Medewerkers

Klanten/Opdrachtgevers

Aandeelhouders

- | | | |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

KERNWAARDEN EN NORMEN (Wat hoort Wel/Niet)	MISSIE (Why/Reden van bestaan)	DOELEN (3-5 JR) (Waar)	ACTIES (1 JR) (Wat)																														
		<table border="1"> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table> <p>Zandbak</p>									<table border="1"> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>																						
	<p>Acties <i>Om normen, waarden, missie en BHAG® tot leven te brengen</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td> </td></tr> <tr><td>2</td><td> </td></tr> <tr><td>3</td><td> </td></tr> <tr><td>4</td><td> </td></tr> <tr><td>5</td><td> </td></tr> </table>	1		2		3		4		5		<p>Kernactiviteiten/Speerpunten <i>3-5 Jaar Priorities</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td> </td></tr> <tr><td>2</td><td> </td></tr> <tr><td>3</td><td> </td></tr> <tr><td>4</td><td> </td></tr> <tr><td>5</td><td> </td></tr> </table>	1		2		3		4		5		<p>Kerninitiatieven <i>1 Jaar Priorities</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td> </td></tr> <tr><td>2</td><td> </td></tr> <tr><td>3</td><td> </td></tr> <tr><td>4</td><td> </td></tr> <tr><td>5</td><td> </td></tr> </table>	1		2		3		4		5	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
	Winst/X	KPI's van merkbeloften	<p>Cruciaal Getal: Mensen of Balans</p> <p>■ ■ ■ <i>Tussen groen en rood</i> ■</p>																														
	BHAG®	Merkbeloften	<p>Cruciaal Getal: Proces of Winst/Verlies</p> <p>■ ■ ■ <i>Tussen groen en rood</i> ■</p>																														

Sterkten/Kerncompetenties

1. _____
2. _____
3. _____

Zwakten

1. _____
2. _____
3. _____

BHAG is a Registered Trademark of Jim Collins and Jerry Porras.

Jouw Naam: _____

Datum: _____

Proces (Proces Versnellers/Aandrijvers)

Zelf Maken/Inkopen

Verkopen

Vastlegging

- | | | |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

ACTIES (KWARTAAL) (hoe)	THEMA (kwartaal/jaar)	JOUW VERANTWOORDELIJKHEDEN (wie/wanneer)																																																																									
<table border="1" style="width: 100%; height: 100px;"> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table> <p style="text-align: center;">Rocks (keien) <i>Quarterly Priorities</i></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 5%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 75%;"> </td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><i>Wie</i></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>																					1		<i>Wie</i>	2			3			4			5			<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">Deadline:</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Meetbaar Doel/Cruciaal getal</td> <td> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Thema naam</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Ontwerp Scorebord <i>Beschrijf en/of schets uw ontwerp in de ruimte hieronder</i></td> </tr> </table>	Deadline:		Meetbaar Doel/Cruciaal getal		Thema naam		Ontwerp Scorebord <i>Beschrijf en/of schets uw ontwerp in de ruimte hieronder</i>		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 40%; text-align: center;"><i>KPI's</i></td> <td style="width: 55%; text-align: center;"><i>Doelstelling</i></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 75%; text-align: center;"><i>Kwartaalprioriteiten</i></td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><i>Einddatum</i></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>		<i>KPI's</i>	<i>Doelstelling</i>	1			2			3				<i>Kwartaalprioriteiten</i>	<i>Einddatum</i>	1			2			3			4			5		
1		<i>Wie</i>																																																																									
2																																																																											
3																																																																											
4																																																																											
5																																																																											
Deadline:																																																																											
Meetbaar Doel/Cruciaal getal																																																																											
Thema naam																																																																											
Ontwerp Scorebord <i>Beschrijf en/of schets uw ontwerp in de ruimte hieronder</i>																																																																											
	<i>KPI's</i>	<i>Doelstelling</i>																																																																									
1																																																																											
2																																																																											
3																																																																											
	<i>Kwartaalprioriteiten</i>	<i>Einddatum</i>																																																																									
1																																																																											
2																																																																											
3																																																																											
4																																																																											
5																																																																											

<p>Cruciaal Getal: Mensen of Balans</p> <p> <input type="checkbox"/> ■ <input type="checkbox"/> ■ <input type="checkbox"/> ■ <i>Tussen groen en rood</i> <input type="checkbox"/> ■ </p>	<p>Vier het Succes</p>	<p>Cruciaal Getal: Mensen of Balans</p> <p> <input type="checkbox"/> ■ <input type="checkbox"/> ■ <input type="checkbox"/> ■ <i>Tussen groen en rood</i> <input type="checkbox"/> ■ </p>
<p>Cruciaal Getal: Proces of Winst/Verlies</p> <p> <input type="checkbox"/> ■ <input type="checkbox"/> ■ <input type="checkbox"/> ■ <i>Tussen groen en rood</i> <input type="checkbox"/> ■ </p>	<p>Beloning</p>	<p>Cruciaal Getal: Proces of Winst/Verlies</p> <p> <input type="checkbox"/> ■ <input type="checkbox"/> ■ <input type="checkbox"/> ■ <i>Tussen groen en rood</i> <input type="checkbox"/> ■ </p>

Trends

- | | |
|----------|----------|
| 1. _____ | 4. _____ |
| 2. _____ | 5. _____ |
| 3. _____ | 6. _____ |

KERNWAARDEN	MISSIE	MERKBELOFTEN
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; display: inline-block;"> BHAG® </div>		
STRATEGISCHE		PRIORITEITEN
3-5 Jaar	1 Jaar	Per Kwartaal

JOUW NAAM _____

KPI's	Doelstelling	Kwartaalprioriteiten	Einddatum
1		1	
2		2	
3		3	
		4	
		5	

Cruciaal Getal: Mensen of Balans

■
■
■ *Tussen groen en rood*
■

Cruciaal Getal: Proces of Winst/Verlies

■
■
■ *Tussen groen en rood*
■

BHAG is a Registered Trademark of Jim Collins and Jerry Porras.

1. Zoals het directieteam vergaat, zo vergaat het de rest van de organisatie.

- Teamleden begrijpen elkaars verschillen, prioriteiten en stijlen.
- Het team vergadert regelmatig (idealiter wekelijks) over strategie en vernieuwing.
- Het team doet aan doorlopende educatie (maandlijks is aanbevolen).
- Het team is in staat om constructieve discussies te voeren en alle teamleden voelen zich comfortabel om deel te nemen.

2. Iedereen zit op één lijn met de nr. 1 prioriteit voor dit kwartaal om de organisatie vooruit te laten gaan.

- Het cruciale getal is geïdentificeerd en afgestemd op de nr. 1 prioriteit.
- 3-5 prioriteiten (Rocks) zijn geïdentificeerd en op prioriteit gerangschikt voor het kwartaal.
- Een kwartaalthema, de viering van het succes en beloning zijn vastgesteld. Dit is aan alle medewerkers gecommuniceerd om het kritische getal tot leven te brengen.
- Het thema / cruciale getal zijn zichtbaar door het gehele bedrijf en alle medewerkers zijn elke week op de hoogte van de voortgang.

3. Communicatieritme is vastgesteld. Informatie gaat accuraat en snel door de organisatie.

- Alle werknemers nemen deel aan een 'Daily Huddle' die minder dan 15 minuten duurt.
- Alle teams hebben wekelijks een tactisch overleg (Weekly).
- Het top- en middelmanagement heeft maandelijks een strategische meeting (Monthly - idealiter 1 dag) voor het adresseren van grote vraagstukken, om van elkaar te leren en de overdracht van DNA.
- Het top- en middelmanagement hebben ieder kwartaal en jaar een overleg (idealiter 2 dagen) om aan de 4 Beslissingen te werken.

4. Binnen iedere afdeling is één persoon verantwoordelijk voor het behalen van de gestelde doelen.

- Het 'Overzicht Functies en Verantwoordelijkheden' is ingevuld (de juiste mensen doen de juiste dingen goed).
- Inkomsten (Winst/Verlies), kasstroom en jaarbalansposten hebben personen toegewezen gekregen voor iedere activiteit.
- Voor elk van de 4-9 processen op het 'Overzicht Processen en Verantwoordelijkheden' is iemand verantwoordelijk.
- Voor elke 3-5 Kernactiviteiten is een expert aangesteld in de adviesraad, indien deze expertise intern niet aanwezig is.

5. Gestructureerde en continue terugkoppeling van medewerkers wordt gebruikt voor het identificeren van obstakels en kansen.

- Het topmanagement (en het middelmanagement) heeft wekelijks een 'Start/Stop/Continue'-gesprek met minimaal 1 medewerker.
- De inzichten, voortkomend uit de gesprekken met medewerkers, worden wekelijks gedeeld tijdens de topmanagementmeeting.
- De input van medewerkers (ten aanzien van obstakels en kansen) wordt wekelijks verzameld.
- Een middelmanagementteam is verantwoordelijk voor het gehele proces van het identificeren en aanpakken van obstakels en kansen.

6. Rapportage en analyse van feedback van opdrachtgevers is net zo frequent en accuraat als die van de financiële gegevens.

- Alle topmanagers (en middelmanagers) hebben een vier-vragen-gesprek met minimaal 1 opdrachtgever / eindgebruiker per week.
- De inzichten van de gesprekken met opdrachtgevers / eindgebruikers worden wekelijks gedeeld tijdens de topmanagementmeeting.
- Alle medewerkers zijn betrokken bij het verzamelen van klantgegevens.
- Een middelmanagementteam is verantwoordelijk voor het proces van het verzamelen en oppakken van de feedback van opdrachtgevers.

7. Normen, kernwaarden en missie 'leven' binnen de organisatie.

- Normen, kernwaarden en missie zijn gedefinieerd en bekend bij alle medewerkers.
- Alle topmanagers en middelmanagers verwijzen naar de kernwaarden en missie als ze complimenten en feedback geven.
- Processen en activiteiten rondom personeelszaken zijn in lijn met de kernwaarden en missie (werving, beoordelingen functioneringsprocessen, erkenning etc.)
- Elk kwartaal zijn er acties opgesteld en uitgevoerd om de kernwaarden en missie te versterken binnen de organisatie.

8. Medewerkers kunnen de volgende kerncomponenten van de bedrijfsstrategie nauwkeurig verwoorden:

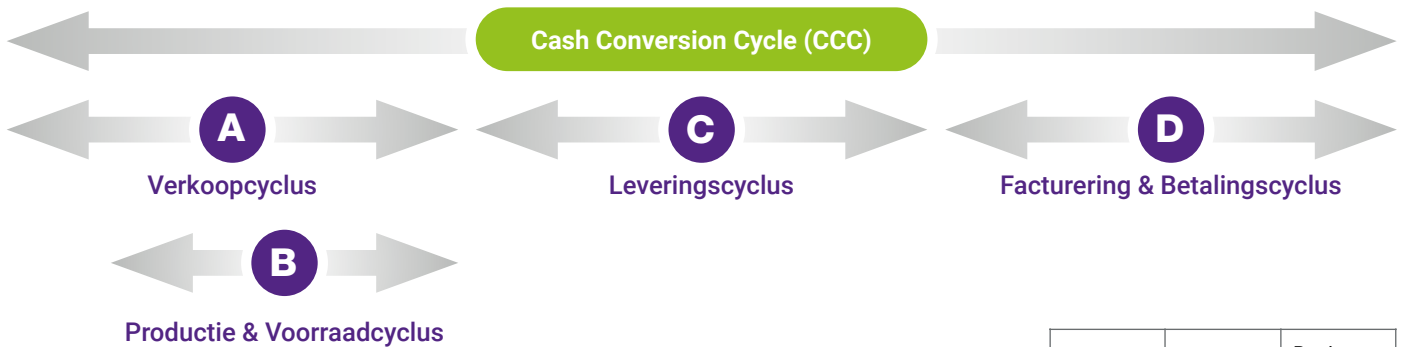
- Big Hairy Audacious Goal (BHAG®) – vooruitgang wordt gemeten en is zichtbaar;
- De Kernklant(en) – hun profiel in maximaal 25 woorden;
- 3 Merkbeloften – en de bijbehorende KPI's worden wekelijks gerapporteerd;
- 'Elevator Pitch' – een overtuigend antwoord op de vraag "Wat doet uw bedrijf?".

9. Alle medewerkers kunnen kwantitatief rapporteren of ze een goede dag of week hebben gehad (kolom 7 van het One-Page Strategic Plan)

- 1 of 2 KPI's worden wekelijks gerapporteerd voor elke rol / persoon.
- Elke medewerker heeft 1 cruciaal getal dat in lijn is met het Cruciale Getal van de organisatie, voor dat kwartaal.
- Ieder individu / team heeft 3-5 Kwartaal Prioriteiten / Rocks die in lijn zijn met die van het bedrijf.
- Alle top- en middelmanagers hebben een coach (of peer-coach) aan wie ze verantwoordelijkheid afleggen omtrent gedragsveranderingen.

10. De bedrijfsplannen en resultaten zijn voor iedereen zichtbaar.

- Een 'Situation Room' is in het leven geroepen voor de wekelijkse vergaderingen (fysiek of virtueel).
- Normen, kernwaarden, missie en prioriteiten zijn door het hele bedrijf verspreid.
- Er zijn overal scoreborden om de huidige voortgang op KPI's en Cruciale Getallen visueel weer te geven.
- Er is een systeem voor het bijhouden en beheren van de trapsgewijze Prioriteiten en KPI's.



Doorlooptijd reduceren	Fouten eliminieren	Business- model & W/V verbeteren
---------------------------	-----------------------	---

A Manieren voor het verbeteren van de Verkoopcyclus

1			
2			
3			
4			
5			

B Manieren voor het verbeteren van de Productie & Voorraadcyclus

1			
2			
3			
4			
5			

C Manieren voor het verbeteren van de Leveringscyclus

1			
2			
3			
4			
5			

D Manieren voor het verbeteren van de Facturering & Betalingscyclus

1			
2			
3			
4			
5			

'De kracht van één'	Netto Cashflow €	EBIT €
Huidige positie		

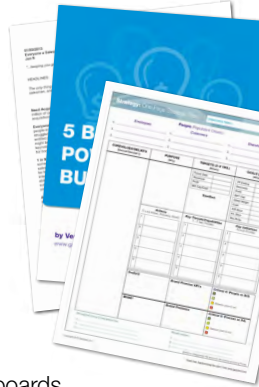
Jouw 'kracht van één'	Verandering die je graag doorvoert	Jaarlijkse impact op Impact op de	Impact op de EBIT €
Toename in prijs €	%		
Toename in volume €	%		
Reductie in kostprijs %	%		
Reductie in overheadkosten %	%		
Afname Debiteurendagen	Dagen		
Afname Voorraaddagen	Dagen		
Toename Crediteurendagen	Dagen		

Toename Crediteurendagen		
---------------------------------	--	--

Jouw 'Kracht van één'	Netto cashflow €	EBIT €
Jouw aangepaste positie		

3 SUGGESTED PRIORITIES FOR SCALING YOUR BUSINESS

1. Sign up for Verne Harnish's "Weekly Insights" to receive the latest in ideas, tools, and techniques for growing your business.
2. Download copies of the **One-Page Strategic Plan** and other One-Page tools.
3. Access, on scalingup.com, short "Growth Guy" articles offering practical tips on setting up advisory boards, daily huddles for sales people, and 75 other topics.



Go to **www.ScalingUp.com**



SCALING UP SCOREBOARD

The Official Software Tool for Implementing Scaling Up.

Scale 2x faster:

Companies using the software typically see a **2x increase in number of priorities completed** after 12 months.



Run Daily and Weekly Huddles.



Your hub for your One Page Strategic Plan and other growth tools.



Cascade priorities and track KPI progress.



Power of One and Cash Acceleration Strategies.

Request a demo at scalingup.com/software or call **888.315.4049**

DRIVE CULTURE. DELIVER KNOWLEDGE. REWARD RESULTS.



- Effective and inexpensive training program
- Increase your team's human capital
- Reward your employees for reading relevant books

When individual team members learn and grow, the entire company learns and grows.

For more info visit betterbookclub.com

SCALING UP COACHES

Our coaches use the **Scaling Up (Rockefeller Habits 2.0)** tools to help leadership teams align their decisions and actions around **People, Strategy, Execution and Cash**, based on proven best practices.

"Recordsforce has been using Scaling Up for a year and a half and we love it! It has made an amazing difference for me as CEO to have a real methodology for running my business."

— Bill Becker, President

PEOPLE

Become a magnet for A-players, increase accountability, and boost performance.

STRATEGY

Align your values, be honest about your SWTs, and develop a 3 to 5 year strategy to catapult growth.

EXECUTION

Drive flawless execution into your organization and fine-tune processes to run without drama.

CASH

Streamline cash flow to fuel growth and tighten your sales cycle to keep cash reserves healthy.

LET US CONNECT YOU WITH YOUR SCALING UP **CERTIFIED COACH!**

To get started, email us at: coaching@ScalingUp.com



Transform your organization into a **SCALING UP MACHINE!**

Be a part of the next online class of **75 selected leaders** who, within 3 months, will remodel their company's operations with the guidance of **Verne Harnish & Scaling Up Coaches.**

Join the next class at scaleupU.com



SCALING UP
A GAZELLES COMPANY

