

Camilla van den Boom

3458

DRIE

VIER

VIJF

ACHT

**strategiemaken en  
organisatiekraken**



PREVIEW VAN HET BOEK  
VOOR MEER INFORMATIE, KIJK OP [3458.NL](https://3458.nl)

**Boom**

## Waar gaat dit boek over?

**Sommige directeuren en managers zoeken naarstig naar manieren om hun bedrijf succesvoller te maken. Ze willen groeien of het anderszins beter doen, maar ze weten niet hoe. Wel zijn ze ervan overtuigd dat de huidige situatie in hun bedrijf verbeterd kan worden. Voor die directeuren en managers is 3458 gemaakt. 3458 geeft concrete handvatten om de code te kraken waarmee hun bedrijf het beste de toekomst in kan gaan.**

### De wereld is in een constante flux veranderd. Hoe sluit je aan?

Vroeger was de wereld voorspelbaar. Bedrijven werkten met langetermijnplannen die ze op gezette tijden, waar nodig, aanpasten. Tegenwoordig moeten bedrijven voortdurend hun bestaansrecht tegen het licht houden om relevant te blijven. Ze kunnen niet langer vertrouwen op een langetermijnplan voor de toekomst. Ze moeten zich bewust zijn van de **snel veranderende omgeving** en voortdurend inspelen op de dynamiek om hen heen.

### De spelregels zijn niet veranderd. Het spel is veranderd.

Steeds meer bedrijven merken dat de markt snel verandert en ontwikkelingen elkaar in hoog tempo opvolgen. De cyclussen worden steeds korter. Alles beweegt en ook nog tegelijkertijd. De wereld lijkt wel fluïde geworden. Alsof er sprake is van **een nieuwe realiteit**. Alertheid, wendbaarheid en sensitiviteit voor de wereld om je heen is een must. Bedrijven bevinden zich in een nieuw en voor vele bedrijven onbekend spel. De kortere cyclussen dwingen een nieuw ritme en cadans af.

## De vraag is niet langer waarom bedrijven moeten veranderen. De enige vraag is hoe.

De nieuwe realiteit is voor bedrijven duidelijk merkbaar. Vele van hen hebben **moeite om bij te blijven** en te versnellen. Ze worden telkens weer geconfronteerd met de dagelijkse beslommingen en legacy uit het verleden. Brandjes blussen en politiek bedrijven is dagelijkse kost voor een heleboel managers. Terwijl iedereen inziet dat het anders moet. Maar hoe maak je de switch? Hoe word je sterker, slimmer en sneller? Hoe stel en haal je doelen in een steeds veranderende context? Hoe krijg je het voor elkaar?

### Nieuwe tijden vragen om een nieuwe mindset.

Dat veel bedrijven moeite hebben met de switch naar de nieuwe realiteit, is begrijpelijk. De meeste komen uit een tijdperk waarin hun businessmodel en organisatiestructuur jarenlang stabiel waren. Strategie werd om de vijftien jaar vastgesteld en de structuur bleef intact tot de volgende ingrijpende reorganisatie. De belangrijkste management-instrumenten waren meerjarige begrotingen, Excel en communicatieplannen. Dat is nu volledig anders. Directeuren en managers worden gedwongen om **anders te leren denken en sneller te leren handelen** om het bedrijf in goede banen te leiden. Creativiteit, kritisch denkvermogen en verbinding met anderen staan nu voorop.

### Hoe maak je je bedrijf sterker, slimmer en sneller?

In een wereld die continu verandert, zijn andere factoren bepalend voor succes dan in een stabiele, voorspelbare wereld. Hoe blijf je als bedrijf relevant? Hoe bereid je je voor op de toekomst? Hoe zorg je voor vooruitgang en groei? **Wat moet je doen** en vooral laten om succesvol te zijn in de nieuwe realiteit? Hoe stel je dan prioriteiten? Hoe word je écht wendbaar en slagvaardig? Kortom, hoe definieer je de basis en de belangrijkste voorwaarden voor succes? Hoe gaat je bedrijf gezond de toekomst in?

**Met 3458 vertaal je de ambitie van de lange termijn naar prioriteiten voor de komende 3 maanden.**

**Deze prioriteiten zet je vervolgens om in acties voor de komende 4 weken, 5 dagen en 8 uur.**

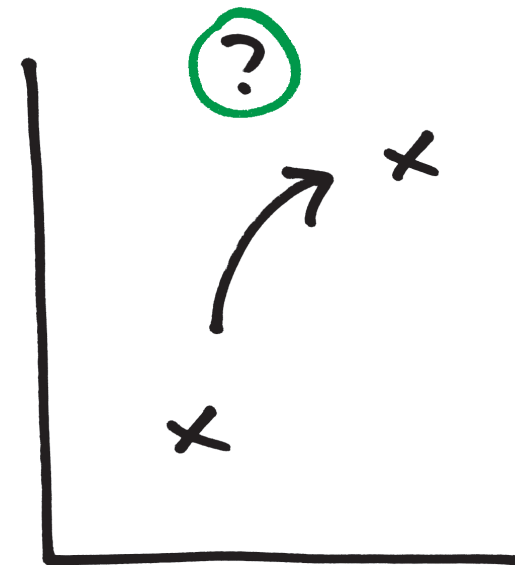
Elke week bespreek je de lopende acties in de **standup**. Elke maand bespreek je de resultaten in de **meetup**. Elk kwartaal sluit je de huidige 3458 cyclus af en kijk je vooruit in de **cleanup**.

WIL JE **METEEN** AAN DE SLAG?

6A DAN NAAR PAGINA 120.

# INHOUD.

- 1. Stilte voor de storm.** 10  
Wat is het vertrekpunt? *VOORWOORD.*
- 2. De wereld verandert.** 20  
De cyclussen worden korter. *WAAR GAAT HET OVER?*
- 3. Bedrijven onder druk.** 28  
Een sterke centrifugale kracht. *WAT ZIE IK?*
- 4. Behoeftte aan aanpassingsvermogen.** 50  
Welkom in de nieuwe realiteit. *WAAR LIGT DAT AAN?*
- 5. Het nieuwe spel.** 68  
Een andere wedstrijd. *WAT TE DOEN?*
- 6. Wat is dan 3458?** 94  
Een andere manier van denken en doen. *HOE NU VERDER?*
- 7. En nu?** 220  
Gewoon starten. *WAT IS DAN NODIG?*



**Hoe maak je je bedrijf  
sterker, slimmer en sneller?**



VOORWOORD.

# STILTE VOOR DE STORM.

## Wat is het vertrekpunt?

Sommige directeuren en managers zoeken naarstig naar manieren om hun bedrijf succesvoller te maken. Ze willen groeien of het anderszins beter doen, maar ze weten niet hoe. Wel zijn ze ervan overtuigd dat de huidige situatie in hun bedrijf verbeterd kan worden. Voor die directeuren en managers is 3458 gemaakt. 3458 geeft **concrete handvatten** om de code te kraken waarmee hun bedrijf het beste de toekomst in kan gaan.

## ‘Hoe zorg je ervoor dat je komt waar je wilt zijn?’

Sinds de dag dat ik mijn eerste bijbaantje kreeg in het bedrijf van mijn vader, intrigeren bedrijfskundige vragen mij. Het betekent nogal wat om verantwoordelijkheid te dragen voor een bedrijf. Wat moet je doen? Wanneer doe je wat? Hoe zorg je ervoor dat je komt waar je wilt zijn? Ik had een heleboel vragen. Voor mij was het geen toeval dat ik bedrijfskunde ging studeren.

Al meer dan twintig jaar help ik bedrijven om hun ambitie te bepalen en ook te bereiken. Ik noem het doelen stellen en doelen halen, terwijl de hoogdravende beschrijving luidt ‘het ontwikkelen en implementeren van nieuwe bedrijfsstrategieën’. Het is interessant om bedrijven te helpen met het beeld van en het pad naar de toekomst. Vaak lijken ideeën namelijk prachtig als je erover denkt en praat. Maar als je ideeën in de praktijk brengt, blijkt het soms ingewikkelder dan gedacht. Doelen stellen is dus één, maar doelen halen iets anders. Het bedenken van nieuwe strategieën vraagt analyse en creativiteit. Bij het realiseren van de strategie komt er meer bij kijken dan alleen desk-research en denkwerk. Niet alleen moet een bedrijf in de huidige tijd veel weten van strategie, organisatie en leiderschap om vooruit te komen, ook heeft het inzichten uit de psychologie, sociologie en zelfs biologie nodig om in de grillige wereld van nu gezond te worden en te blijven.

Tijdens mijn opdrachten onderzoek ik hoe bedrijven daadwerkelijk doelen stellen en doelen halen. Ik ben gefascineerd door de manier waarop bedrijven opereren en wat ze doen om goed te presteren. Dat ze allemaal succesvol willen zijn en willen groeien, in een of andere dimensie, staat buiten kijf. De vraag is alleen hoe ze dat voor elkaar krijgen. Sommige bedrijven lukt dat namelijk beter dan andere. Dus wat maakt dat een bedrijf slaagt en daadwerkelijk zijn ambitie – oftewel zijn visie, droom, purpose, hoe je het ook noemt – voor elkaar krijgt? Wat maakt het verschil?

HOE CREËER JE VOORWAARDEN OM  
SUCCESVOL TE KUNNEN OPEREREN?

## Bewezen paradigma's worden uitgedaagd.

De afgelopen jaren nam het tempo waarin bedrijven moeten doorschakelen toe. Veranderingen volgen elkaar steeds sneller op en bedrijven kunnen niet achterblijven. Alleen dat is nu precies wat er gebeurt; bedrijven blijven achter. Sterker nog, bedrijven vallen om. Onduidelijke doelen, ouderwetse bedrijfsstructuren en traditionele denkwijzen leggen het af tegen een wereld die versnelt en daardoor onvoorspelbaar is. Bedrijven staan onder druk en zoeken naar hulp. Alleen de betrouwbare theorieën uit het verleden en klassieke managementmodellen zijn langzamerhand achterhaald. Bewezen paradigma's over wat je als bedrijf moet doen om succesvol te worden en te blijven, worden uitgedaagd door een nieuwe realiteit.

Nieuwe denkwijzen en concepten zoals design thinking, agile, scrum en lean, helpen bedrijven om te gaan met de steeds veranderende realiteit. De meeste bedrijven vinden het alleen lastig om die verschillende denkwijzen en concepten aan elkaar te knopen. Wat kun je ermee? Wat moet je ermee? Sommige bedrijven voeren ze rücksichtslos door alsof ze de heilige graal gevonden hebben. Alsof ze de nieuwste modetrends vermarkten, met mooie beelden, kleuren en woorden. Helaas blijkt in vele bedrijven het systeem niet te veranderen door de invoering van één bepaalde denkwijze of concept. Ook niet door mooie beelden, kleuren en woorden. Een bedrijf is een systeem, waarin verschillende onderdelen met elkaar in symbiose werken om een bepaald resultaat te halen. Een systeem verandert niet als je slechts één onderdeel verbetert. Er is meer nodig.

Dat is een belangrijk inzicht als je als bedrijf succesvol wilt zijn in de huidige tijd. Je kunt niet één denkwijze of concept invoeren of op één knop drukken en denken dat daarmee het bedrijf toekomstbestendig is. Een systeem verandert alleen als het gehele systeem wordt aangepakt. Er is dus ook een systeemaanpak nodig om een bedrijf klaar te maken voor de toekomst. De tijd van eenmalige interventies en opzichzelfstaande oplossingen is voorbij. Hier komt een bedrijf in de huidige tijd niet mee verder. Wie een bedrijf gezond wil maken in het heden of het wil voorbereiden op de toekomst, moet in de meeste gevallen terug naar de tekentafel en bereid zijn om het gehele bedrijfssysteem te herzien.

## Anders met de toekomst leren werken.

Eén ding is duidelijk; de manier waarop bedrijven geleid, gemanaged en ontwikkeld worden, verschilt enorm. Het is fascinerend om te zien hoe bedrijven hun uitdagingen te lijf gaan. Sommige bedrijven hebben meer last van de veranderende wereld dan andere, dat is zeker zo. Maar geen enkel bedrijf hoeft niets te doen om zich staande te houden in de huidige markt en zich voor te bereiden op de toekomst. Iedereen moet bewegen, dat is een feit. We kennen de voorbeelden van bedrijven die de veranderende wereld niet zagen aankomen. Ze waren succesvol in het verleden, maar bestaan nu niet meer. Dit zijn belangrijke lessen en goede voorbeelden van hoe het niet moet.

De meeste bedrijven bewegen nauwelijks. Ze werken volgens een verouderd planningsproces, waarbij een klein aantal directeuren of managers de vraag krijgt om de koers voor de toekomst te bepalen. Na enkele maanden leveren ze dan zeer gedetailleerde documentatie over hun beeld van de toekomst, waarin met veel woorden, en soms ook populistische taal, in detail wordt beschreven waar het bedrijf over zestig maanden staat en hoe het zijn doelstellingen haalt. Dit proces is verouderd. Niemand weet hoe de wereld er over zestig maanden uitziet en wat voor ontwikkelingen het bedrijf dan zullen beïnvloeden. Niemand weet ook wat er onderweg gebeurt en welke kant het opgaat. Het is niet langer zinvol om maandenlang allerlei details voor de lange termijn vast te stellen en een gedetailleerd plan uit te werken om daarna het onderwerp strategie weer in de ijskast te zetten. De huidige wereld draait door en bedrijven moeten continu schakelen en met voortschrijdend inzicht werken om zich staande te kunnen houden. Ook bevat zo'n detailuitwerking verschillende aannames die niet getoetst zijn op wenselijkheid, haalbaarheid of levensvatbaarheid. In de meeste gevallen is het slechts een rekenoefening geweest. Met dit proces is iets mis.

De uitdaging waar bedrijven voor staan, is om van strategie een doorlopend, integraal en dynamisch proces te maken. Anders met de toekomst leren werken. Veel bedrijven werken met strategie in een lineair proces: eerst de analyse, dan de formulering, dan de implementatie en dan de communicatie. Pas daarna gaat het bedrijf de strategie in de praktijk brengen, dan start de 'uitvoering' van de strategie. Tot de volgende strategieronde over vijf jaar. De wereld is echter veranderd. Zo werkt het niet meer.

## Een doorlopend, integraal en dynamisch proces.

Uit mijn opdrachten in de afgelopen jaren blijkt dat strategie beter werkt als het een doorlopend, integraal en dynamisch proces is, waarin een bedrijf gericht en ingericht wordt op basis van de bedrijfsambitie, maar onderweg de manier kiest om de doelstellingen te realiseren. Dit betekent dat het bedrijf parallel aan de analyse, langs de weg, vaststelt wat het moet doen. Op deze manier is het bedrijf tegelijk met strategie en operatie bezig. De recente gebeurtenissen en nieuwe ontwikkelingen worden daarin meegenomen. Voortschrijdend inzicht staat voorop. Het bedrijf bouwt op deze manier aan het vermogen om de wereld te duiden, op ontwikkelingen in te spelen en door de huidige turbulente markt te navigeren. Hoe dat werkt, wordt in 3458 uitgelegd.

Doordat ik telkens weer een kijkje krijg in andere strategische keukens, zie ik hoe de meeste bedrijven draaien. Het is waanzinnig interessant om de dagelijkse gang van zaken in een bedrijf te ervaren. Natuurlijk wordt niemand wakker met het doel om alles op het werk te verknallen. Directeuren en managers die ik spreek, hebben het beste met hun bedrijf voor en werken daar hard aan. Alleen is de samenhang in de meeste bedrijven zoek, dat geven de directeuren en de managers zelf ook aan. Zij hebben daar zelf óók last van. Er zijn binnen de meeste bedrijven onvoldoende kaders om te kunnen praten over een bedrijfsstrategie. Meestal is er geen bewuste keuze om een aantal activiteiten goed te doen en andere niet. De meeste bedrijven zijn een product van hun verleden en leven met de dag. 'We hebben het altijd zo gedaan' is een vaak voorkomend antwoord op mijn vragen. De waan van de dag regeert. Vandaar dat ze ook hard moeten werken om iets voor elkaar te krijgen.

Sommige directeuren en managers zoeken continu naar manieren om hun bedrijf beter te maken. Ze zijn ervan overtuigd dat de huidige situatie in het bedrijf verbeterd kan worden. Maar hoe zorg je voor een heldere ambitie voor de toekomst? Een ambitie die wenselijk, haalbaar en levensvatbaar is en door iedereen wordt gedeeld? En hoe bepaal je wat je moet doen om deze ambitie te realiseren en, het allerbelangrijkste, hoe krijg je het voor elkaar? Wat moet je doen? Daar gaat 3458 over; hoe je je bedrijf sterker, slimmer en sneller kan maken en zo succesvol kan zijn.

## Tools gebruiken om de toekomst te kwalificeren.

3458 is een code die bedrijven helpt om doelen te stellen en te halen in de nieuwe en snel vergankelijke realiteit. Het is een proces, een mindset én een manier van doen. In grote lijnen legt 3458 niet de focus op een 'blablabla' verhaal op de lange termijn, maar vertaalt 3458 de ambitie op lange termijn in concrete doelstellingen, en zet deze om in prioriteiten en acties voor de komende 3 maanden, 4 weken, 5 dagen en 8 uur.

3458 is de opsomming van wat een aantal bedrijven in de afgelopen jaren gedaan heeft om succesvol te worden en gezond de toekomst in te gaan. Het is dus een boek over ervaringen uit de praktijk. De samenstelling van 3458 is voortgekomen door jarenlang te experimenteren met strategie en organisatie binnen bedrijven om ze beter te maken. Het is een samenstelling van verschillende denkwijzen en concepten, die samen bedrijven helpen om sterker, slimmer en sneller te worden.

3458 bevat *bewust* géén cijfermatige exercities. Dit is voor sommige bedrijven zeker moeilijk. Veel bedrijven beschouwen Excel als hun ware religie. Dat is ook te begrijpen. In het verleden draaide strategie nagenoeg alléén om de juiste berekeningen en werd alles in Excel uitgewerkt. De wereld was stabiel en ontwikkelingen volgden elkaar lineair op. In zo'n context zijn kwantitatieve rekenprogramma's prima tools om inzichtelijk te maken hoe een bedrijf zich de komende jaren moet ontwikkelen. De wereld is echter veranderd en niet langer stabiel, maar wisselvallig en onzeker. Vaak zijn ontwikkelingen onvoorspelbaar en moeilijk te duiden. In deze context zijn andere, kwalitatieve tools nodig – gecombineerd met creativiteit, kritisch denkvermogen en verbinding met anderen – om de positie van een bedrijf in de toekomst te duiden en te realiseren.

3458 is een manier om te kwalificeren hoe de toekomst eruit kan zien en de code om deze toekomst te creëren én vast te houden, of onderweg bij te stellen. 3458 bevat tools die je *naast* de financiële berekeningen in Excel kunt gebruiken om helder te krijgen hoe je bedrijf het beste de toekomst in kan gaan. Begrijp me niet verkeerd, cijfers en berekeningen zijn zeker nodig tijdens het strategieproces, ook in het dagelijks werk. Maar ik geloof niet dat je de toekomst alléén in Excel vorm kunt geven. 3458 is dus ook niet bedoeld voor bedrijven die Excel zien als enige waarzegger of toekomstbepaler.

## Geen antwoorden, maar een heleboel vragen.

Bedrijfskunde kent duizenden vragen en miljoenen antwoorden. 3458 bevat zeker geen antwoorden, maar juist het tegenovergestelde; een heleboel vragen. Belangrijke vragen waarmee je als directeur of manager samen met je collega's de toekomst van jullie bedrijf kunt bepalen en realiseren. Met 3458 zoek je zélf naar de antwoorden voor jullie bedrijf. 3458 werkt als een leidraad in dit proces en helpt je de stappen te zetten naar een sterker, slimmer en sneller bedrijf. Je creëert met 3458 als het ware je eigen roadmap naar de toekomst; een roadmap die je tegelijk vaststelt en evalueert. Dit boek is bedoeld om je te helpen met informatie, inspiratie en ideeën bij het vaststellen van, organiseren van én continu werken aan een betere toekomst.

3458 is nog geen wetenschappelijk model. De wetenschappelijke toetsing volgt in de nabije toekomst. Voor nu heb je een code en een aantal inzichten voor je liggen, die in meerdere bedrijven hebben gewerkt. Het doel van dit boek is om de praktische manier van strategiemaken en organisatiekraken die ik in de afgelopen jaren samen met een aantal bedrijven heb ontwikkeld, op een eenvoudige manier te omschrijven, zodat meer directeuren en managers hun bedrijven sterker, slimmer en sneller kunnen maken.

Tot slot, 3458 is een visueel boek met zo min mogelijk tekst. Het heeft in de huidige tijd geen zin om een dik boek met duizenden pagina's te schrijven over strategie en organisatie en daarbij een heleboel details over wat andere bedrijven hebben gedaan. Zulke boeken worden niet meer gelezen. Ook zijn de meeste bedrijfssituaties niet meer relevant. De cases uit het verleden vonden plaats in een andere realiteit. Wat wél zin heeft, is om de inzichten uit recente projecten te bundelen, zodat andere directeuren of managers kunnen kijken of ook zij daarmee verder komen. De fundamentele inzichten verzamelen en zo simpel en begrijpelijk mogelijk presenteren, zonder ruis. Daarom is dit boek bewust lean & clean, visueel en to the point. Begrijpelijkheid staat voorop.

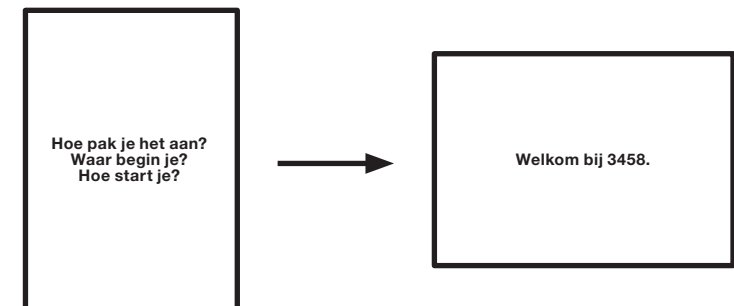
Er zijn vele verhalen over wat je als bedrijf moet doen om succesvol te zijn. Dit is mijn verhaal.

*Camilla*



**Hoe pak je het aan?  
Waar begin je?  
Hoe start je?**

**Draai het boek een kwartslag.**



# Welkom bij 3458.

3458

**De wereld om ons heen verandert in hoog tempo. Dit vraagt om een dynamischere bedrijfsoperatie dan voorheen. Minder plannen en meer inspelen op veranderingen. Simpelweg een andere manier van werken. 3458 biedt concrete handvatten voor deze nieuwe manier van werken. Niet alleen om sterker, slimmer en sneller te worden, maar vooral ook te blijven.**

In het verleden draaide bedrijfssucces bijna uitsluitend om de juiste berekeningen. Kwantitatieve rekenprogramma's stelden vast hoe een bedrijf zich de komende jaren zou ontwikkelen. Het strategisch plan was allesbepalend en de uitvoering ervan stond voorop. Managers en medewerkers deden wat in het plan stond, niets meer en niets minder. In de laatste jaren is de wereld ingrijpend veranderd. De toekomst valt niet meer te plannen. Langetermijnplanning is dus ook voorbij. Kwantitatieve rekenprogramma's verliezen daarmee hun rol als primaire voorspeller van de toekomst. Er zijn andere interventies nodig om de positie van een bedrijf in de toekomst te bepalen en te realiseren. We kunnen de uitdagingen voor morgen niet oplossen met de tools van gisteren.

**3458 presenteert een kwalitatieve manier van toekomstbepaling. Het beschrijft hoe je nieuwe inzichten opdoet en gewoontes aanleert om je bedrijf toekomstbestendig te maken en te houden.**

3458 bestaat uit een aantal tools die samengesteld zijn op basis van jarenlang te experimenteren binnen bedrijven met strategie en organisatie. Dit zijn bedrijven in verschillende sectoren en van verschillende groottes geweest. 3458 bevat bewust géén langdradige cases over wat andere bedrijven jaren geleden gedaan hebben, maar tools die in de huidige tijd voor vele bedrijven in de praktijk hebben gewerkt. De tools worden steeds door deze bedrijven in de dagelijkse operatie gebruikt. Ze zijn makkelijk te begrijpen en metéén toepasbaar, binnen welk bedrijf dan ook.

**3458 maakt van het traditionele planningsproces een doorlopend, integraal en dynamisch bedrijfsproces. Bedrijven die 3458 hebben ingevoerd, werken experimenteel en evolutionair met recente gebeurtenissen, de laatste ontwikkelingen en voortschrijdend inzicht. Ze stellen de prioriteiten onderweg vast, op basis van de bedrijfsambitie en de bedrijfsdoelstellingen.**

3458 helpt bedrijven om te focussen en het beste uit zichzelf halen. Het helpt bedrijven om de juiste capabilities te bouwen en alle ruis uit de bedrijfsoperatie te halen. Daarnaast leert 3458 hoe bedrijven zich doorlopend kunnen aanpassen aan veranderlijke omstandigheden, zodat ze meebewegen met nieuwe en vaak onvoorziene ontwikkelingen. 3458 creëert een nieuw ritme in een bedrijf, dat meebeweegt met het voortschrijdend inzicht. Het is een code om voortdurend sterker, slimmer en sneller te worden.

**Op de komende pagina's maak je kennis met 3458. Op pagina 120 start je.**



THE SECRET TO  
GETTING AHEAD IS  
GETTING STARTED.

## Wat gaan we nu doen?

IN ACTIE KOMEN.

### 3458

**3458 is een doe-boek. Je moet in actie komen. Er gebeurt niets als je stilzit en afwacht. Daar wordt je bedrijf niet beter van. Je bedrijf wordt niet zomaar sterker, slimmer en sneller. Zeker ook niet in één dag. Dat duurt een tijdje. Wat je vandaag wél kunt doen, is ervoor kiezen om met 3458 te starten en met je collega's uit te zoeken hoe je bedrijf toekomstbestendig wordt en blijft.**

Op de komende bladzijden kom je een aantal vragen tegen die je als bedrijf moet beantwoorden om te weten hoe je sterker, slimmer en sneller wordt. Je wordt stap voor stap begeleid om je 3458 eigen te maken. Belangrijk is dat je begrijpt wat je moet doen om met 3458 te starten. Neem dus ruim de tijd om het liggende gedeelte van 3458 door te nemen.

Het doel van 3458 is om snel inzichten te creëren, zodat je op basis van die inzichten kunt acteren. Door jezelf exploratieve strategische vragen te stellen en een doorlopende dialoog te voeren met je collega-directeuren of managers, zorg je ervoor dat je bedrijf scherp blijft en sterker wordt.

**Om met 3458 te starten, zijn drie zaken nodig. Eerst de directie of het managementteam. Dan een fysieke ruimte - met véél post-its, pennen en flipover-papier - om in te werken. Tot slot het proces van strategiemaken en organisatiekraken zoals in 3458 staat omschreven.**

De belangrijkste voorwaarde om met 3458 te starten en te werken, is dat je bereid bent om met je collega-directeuren of managers een open gesprek te voeren over jullie bedrijf en de toekomst ervan. Een gesprek dat gericht is op het bedrijf beter maken. 3458 begint dus bij de directie of het managementteam. Zij start met 3458 door met elkaar in gesprek te gaan over hoe het bedrijf het beste de toekomst in kan gaan.

Met 3458 richt je daarnaast een fysieke ruimte binnen jullie bedrijf in. Dit is een ruimte waarin je samen met je collega-directeuren of managers de manier bedenkt hoe jullie bedrijf toekomstbestendig wordt en blijft. Jullie komen in deze ruimte samen om middels 3458 te zoeken naar de invulling van de toekomst. Het is de plek waar alles samenkomt. Een ruimte die je inricht voor én met alle nieuwe inzichten die je met elkaar opdoet. Alles hangt op de muur. Je werkt er ook letterlijk op de muur.

De directie of het managementteam komt frequent bij elkaar in de strategiekamer om te praten over de toekomst. Daarbij gebruiken jullie de tools uit 3458 samen met post-its, pennen en flipover-papier. Jullie beseffen dat er tijd nodig is om toekomstbestendig te worden en dat jullie geduldig en gedisciplineerd in een vast ritme werken om stap voor stap de toekomst vorm te geven.

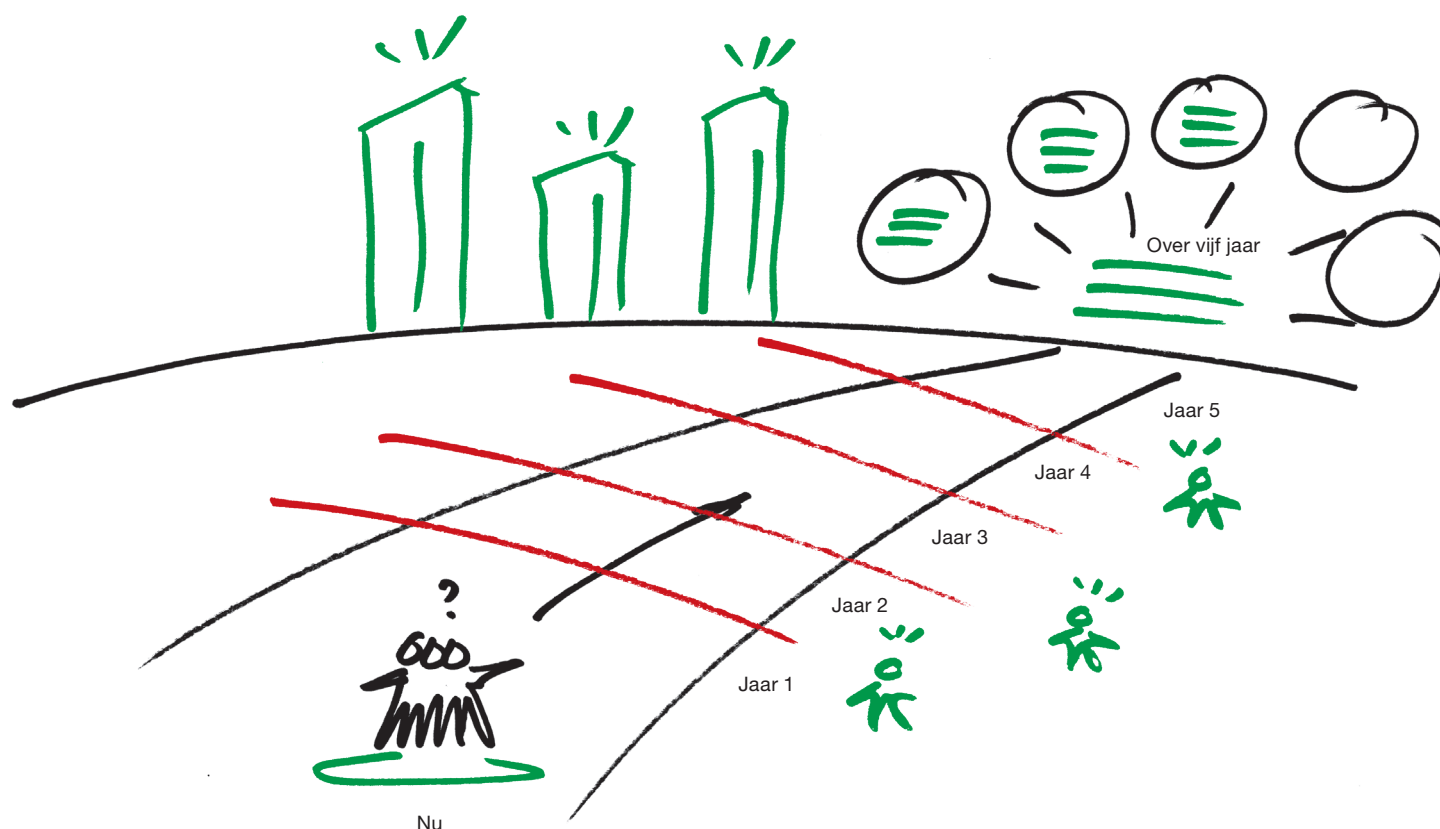
**Op termijn gaat de manier waarop in de strategiekamer wordt gewerkt over in het nieuwe ritme en cadans van het bedrijf. Je bouwt hiermee stap voor stap een nieuw bedrijf op binnen je bedrijf, dat op termijn de nieuwe standaard wordt voor hoe je denkt, doet en werkt. 3458 wordt de manier hoe je binnen het bedrijf werkt.**

Als je onderweg meer informatie nodig hebt, kijk dan op [3458.nl](http://3458.nl). Daar vind je informatie over de toepassing van 3458 en krijg je inspiratie en ideeën om verder te gaan.



KIJK OP 3458.NL

## Hoe maak je een bedrijf sterker, slimmer en sneller?



Ontwikkeld door sturmm.

3458

**De vragen waar vele bedrijven mee zitten zijn gericht op hoe ze beter worden dan ze nu zijn. Hoe ze succesvol kunnen worden. Maar hoe zorg je ervoor dat je als bedrijf succes hebt in een wereld die continu verandert? Hoe blijf je relevant? Hoe bereid je je voor op de toekomst? Hoe zorg je voor vooruitgang en groei?**

De wetenschappelijke research op dit gebied staat nog in de kinderschoenen. De klassieke managementmodellen zijn bedacht in de vorige eeuw. Toen zag de wereld er anders uit. Hoe vertaal je de inzichten uit deze modellen naar de huidige tijd? Hoe integreer je daarnaast moderne concepten als design thinking en agile werken in de bedrijfsoperatie? Hoe blijf je up-to-date met de laatste ontwikkelingen?

**De basis voor 3458 is een mix van betrouwbare theorieën en klassieke managementmodellen met moderne denkwijzen en concepten, en nieuwe theorieën van wetenschappers, bedrijfskundigen, auteurs en bloggers over efficiënte manieren van werken. Daarnaast is 3458 voortgekomen uit gezond verstand. Gewoon gezond nadenken wat een bedrijf in de huidige tijd nodig heeft en dit ook in de praktijk brengen.**

NADENKEN MAAR OOK  
'PROBEREN EN EVALUEREN'.

In de afgelopen jaren zijn er nieuwe concepten ontstaan die een bedrijf kunnen helpen om sterker, slimmer en sneller te worden. Design thinking en agile werken zijn hier voorbeelden van. Ze vormen ook basiselementen voor 3458, alleen komen ze niet expliciet aan bod, omdat het géén doel op zich is om zo te werken. Het doel is om bedrijfssucces te hebben. Er is bovendien al genoeg over design thinking en agile werken geschreven.

In de praktijk blijkt dat er niet één model, theorie, tool of concept is dat alle bedrijven in de wereld het antwoord geeft op alles wat je moet doen om succesvol te zijn. Bedrijfskunde en bedrijfsvoering zijn brede disciplines met verschillende aspecten, die allemaal situationeel en contextueel worden bepaald. Het ene bedrijf is het andere niet en de ene context is de andere niet. Bedrijven hebben daarnaast verschillende ritmes en verkeren ook in verschillende fases van groei en ontwikkeling. Jij moet zelf bepalen of 3458 kans van slagen heeft in jullie bedrijf.

**3458 komt voort uit de praktijk, uit daadwerkelijke bedrijfssituaties. Het is een combinatie van verschillende methodes, modellen, concepten, theorieën en tools die bedrijven geholpen hebben om sterker, slimmer en sneller te worden.**

3458 is gebaseerd op drie type bronnen:

**Wetenschappelijk theorieën en modellen.** Theorieën en modellen die erkend zijn en op wetenschap berusten.

**Praktisch bewezen concepten en tools.** Concepten en tools die zich in de bedrijfskundige context al bewezen hebben.

**Gezond verstand.** Logisch nadenken over wat een bedrijf nodig heeft om gezond de toekomst in te kunnen en dit ook toepassen.

**Hoe kan een bedrijf met verschillende modellen, concepten en theorieën werken, en dat op een praktische manier? Daar gaat 3458 over.**

3458 GAAT OVER  
WAT HEEFT GEWERKT  
IN DE PRAKTIJK.

## Hoe maak je je bedrijf sterker, slimmer en sneller?

Tegenwoordig moeten bedrijven voortdurend hun bestaansrecht tegen het licht houden om relevant te blijven. Ze kunnen niet langer vertrouwen op een langetermijnplan voor de toekomst. Ze moeten zich bewust zijn van de snel veranderende omgeving en voortdurend inspelen op de dynamiek om hen heen. De vraag is niet langer waarom bedrijven moeten veranderen; dat is intussen wel duidelijk. De vraag is hoe. Hoe blijf je als bedrijf relevant? Hoe bereid je je voor op de toekomst? Hoe zorg je voor vooruitgang en groei?

3458 presenteert een alternatief voor toekomstbepaling door middel van financiële berekeningen in Excel. Het boek bevat kwalitatieve tools die je naast de gebruikelijke financiële berekeningen kunt gebruiken om inzichtelijk te maken hoe je bedrijf het beste de toekomst in kan gaan.

Camilla van den Boom neemt je mee in haar wereld van strategiemaken en organisatiekraken. Met 3458 laat ze zien hoe je de voorwaarden creëert om als bedrijf succesvol te zijn in een continu veranderende wereld. De praktische toepasbaarheid staat hierbij centraal. Hoe maak je je bedrijf sterker, slimmer en sneller?

**Camilla van den Boom** is bedrijfskundige en oprichter van strategisch adviesbureau **sturm**. Met meer dan twintig jaar ervaring op het gebied van strategie- en organisatieontwikkeling is ze een veelgevraagd adviseur van grote en middelgrote bedrijven. Ze werkte als management consultant bij Accenture, Andersen en Deloitte. Ze is gespecialiseerd in het creëren van voorwaarden om succesvol te kunnen opereren.

Van den Boom bundelt in 3458 haar inzichten uit de afgelopen jaren over hoe bedrijven de toekomst vorm kunnen geven. Ze combineert hierin traditionele bedrijfskunde met nieuwe innovatietechnieken, design thinking en scrum-processen.

**Meer informatie?**

**Kijk op [3458.nl](http://3458.nl)**



9 789024 426577

businezz.nl  
boomuitgeversamsterdam.nl  
nur 801

