

## Drie-assenstelsel (Derek F. Abell)

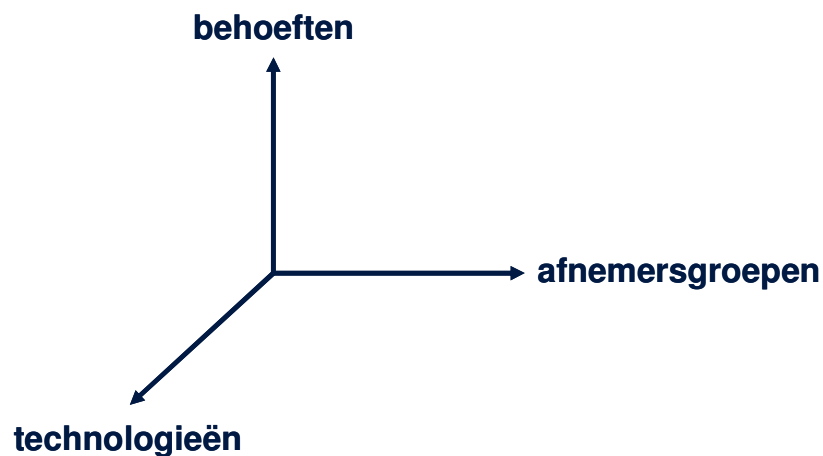
Het uitgangspunt bij het strategische planningsproces is de missie of het mission statement. In essentie moet een mission statement antwoord geven op de vraag: 'Wat is onze business?'

Kan deze vraag niet duidelijk en eenduidig worden beantwoord, dan bestaat het gevaar dat de organisatie gewoontegetrouw doorgaat op de ingeslagen weg, indut en daardoor belangrijke kansen mist en zelfs haar toekomst op het spel zet.

Het belangrijkste doel van het formuleren van een 'mission statement' is het richting geven aan de organisatie. Zodra het management het over de formulering van de missie eens is, kunnen strategieën worden geformuleerd.

Bij het formuleren van de missie zijn drie vragen van belang:

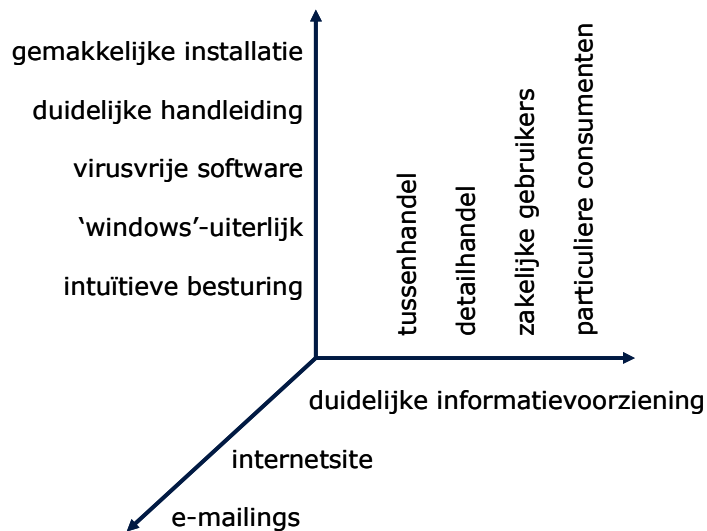
- 'Wie is onze klant?';
- 'Welke behoefte vervullen wij voor onze klant?';
- 'Welke technieken zetten wij in bij het vervullen van de behoeften van onze klant?'



Derek F. Abell heeft de drie bovenstaande vragen vervat in het 'businessdefinition-model'; een driedimensionaal model dat inzicht geeft in de huidige en (mogelijk) toekomstige business van de onderneming. Op de horizontale as worden de klanten of afnemersgroepen uitgezet. Op de verticale as worden de afnemersbehoeften genoteerd en op de schuine as de toegepaste technologieën.

Op deze manier ontstaat een compleet overzicht van de totale business ofwel de 'business definition'.

In onderstaand voorbeeld is de business definition van een software-fabrikant weergegeven. Op de horizontale as de verschillende soorten klanten, op de verticale as de behoeften die deze klanten hebben en op de derde, schuine as de technieken die de fabrikant inzet om de behoeften van haar klanten te bevredigen.



Uit iedere combinatie van klanten, behoeften en technologieën kan nu een zogenaamde PMT-combinatie worden gedestilleerd die afzonderlijk op haar merites kan worden beoordeeld.

Het model heeft niet alleen de functie de eigen business in kaart te brengen. Aan de hand van de drie dimensies - klanten, behoeften en technologieën - kan de totale branche in kaart worden gebracht. Daarmee heeft de organisatie een groeimodel: Welke klantengroepen naast de groepen die we op dit moment bedienen, zijn wellicht interessant? Welke behoeften spelen bij deze groepen? Welke technieken en technologieën worden toegepast?