

Strategikort som redskab til at formulere strategi

Et strategikort identificerer organisationens kritiske aktiviteter og succesfaktorer. Det kan både være et redskab til strategiudvikling og et redskab til at kommunikere strategien ud i organisationen til de medarbejdere, der gennem deres daglige handlinger skal føre strategien ud i livet.

Et strategikort designes ved at starte øverst og definere organisationens overordnede vision og mission (det finansielle perspektiv). Som det ses i strategikort nedenfor, er det i Jobcenter Fredericia dels "jobskabelse for borgere" og dels at bidrage til vækst i lokale virksomheder.

Herefter arbejder man sig nedad og ser på "kundeforspektivet". I initiativet 'Udvikling af god virksomhedsservice' er virksomhederne i fokus som jobcentrets kunder – kundeforspektivet i strategikortet nedenfor er derfor, hvad virksomhederne skal opleve i deres kontakt med jobcentret, for at opleve god virksomhedsservice.

Strategikortet sætter fokus på de kritiske succesfaktorer – det vil sige det, som organisationen skal være god til for at føre sin strategi ud i livet. Udviklingen af strategikortet nedenfor tog afsæt i en proces, hvor en arbejdsgruppe kom med input, og ledelsen vurderede, hvilke udviklingsinitiativer og resultater (procesperspektivet), ledelsen tror på, vil have positive påvirkninger i det øverste perspektiv.

I lærings- og vækstperspektivet ses på organisationens evne til nu og i fremtiden at levere en service, der har værdi for kunden – her virksomhederne. Perspektivet er afgørende. Organisation kan have en nok så sammenhængende og velgennemtænkt strategi – men strategien kan ikke omsættes, hvis ikke organisationen har de rigtige kompetencer til rådighed i form af de rigtige medarbejdere, den rigtige teknologi og den rigtige kultur, idet det er medarbejderne, der skal føre strategien ud i livet. I Fredericias eksempel nedenfor ses, at virksomhedsservice griber ind i hele jobcentrets organisation på tværs af indsatsområder, og vil kræve såvel medarbejderressourcer, informationsressourcer og organisationsressourcer, fx ledelsesopmærksomhed.

Strategikortet udvikles eller planlægges altså oppe fra og ned, selv om årsags-virkningskæden læses nede fra og op.

Formålet med udviklingen af et strategikort er for det første at konkretisere strategien og skabe en fælles forståelse i ledergruppen, og dernæst at kunne kommunikere strategien ud i organisationen og i nogle tilfælde også til interessenter uden for organisationen. Strategikortet omsætter mission og/eller vision til strategiske temaer og herfra til kritiske succesfaktorer, som der kan følges op på.

Vil du vide mere:

Læs mere om 'Strategikort' og strategikortlægning (eng: 'Balanced Scorecard') på <http://www.pnbukh.com>.

Strategikort for Jobcenter Fredericias udvikling af god virksomhedsservice

