

WE MAKE STRATEGY WORK

AANBESTEDING IN 10 DAGEN TOOLKIT

INHOUDSOPGAVE

KENNISMAKING SUPPLY VALUE	P03	Energizers: Warming-Up	P29
INTRODUCTIE TOOLKIT	P04	Retrospective	P33
WAAROM EEN AANBESTEDING		NA AFLOOP VAN DE 10 DAGEN	P35
IN 10 DAGEN	P05	Eindevaluatie	P36
DE VALUE SPRINT © METHODE	P06	ONZE TIPS	P39
VOORBEREIDING	P08	Checklist	P40
Stakeholdermatrix	P09		
Teamsamenstelling	P10		
Procesanalyse	P11		
Communicatie naar de rest van de organisatie	P13		
GEDURENDE DE 10 DAGEN	P14		
Hoe zien de 10 dagen eruit	P15		
Energizers: Kennismaking	P16		
Dagindeling	P19		
Scumbord	P20		
IT Value Sourcing Model	P22		
Scope verheldering	P23		



KENNISMAKING SUPPLY VALUE

Supply Value is een onafhankelijk strategie advies- en implementatiebureau op het gebied van procurement, supply chain, digital, performance en project & change management. Wij leveren advies, interim managers en training en vertalen uw strategie naar concreet resultaat.

Onze missie

Wij helpen leiders slimmer samenwerken waardoor zij duurzame waarde creëren tegen lagere kosten en minder risico. Wij geloven dat resultaten die voor een individu onhaalbaar zijn overtroffen worden als u samenwerkt. Ieder vanuit zijn eigen kracht, met focus op een gezamenlijk doel en minimale transactiekosten.

Onze visie

Wij zijn een leidend adviesbureau. Wij creëren positieve impact, innoveren en verbeteren de manier waarop organisaties samenwerken. Supply Value bepaalt gezamenlijk met u, uw klanten, partners en leveranciers hoe u risico en kosten kunt reduceren en meerwaarde kunt creëren. Dit doen wij op basis van uw positie in de markt, de positie van uw leveranciers, de karakteristieken van uw producten en diensten en de karakteristieken van uw organisatie, medewerkers en processen. Wij zijn ervan overtuigd dat het leveren van duurzame resultaten zal leiden tot groei van onze klanten, medewerkers en partners en daarmee een gezonde groei van Supply Value als onderneming.

Onze werkwijze

Wij geloven er in dat de juiste aanpak in combinatie met de juiste mensen en middelen leidt tot een duurzaam resultaat. Onze aanpak gaat uit van: drive, denken, draagvlak en doen.



Denken

Wij verzamelen, analyseren en presenteren de juiste gegevens om daadkrachtige besluiten voor te bereiden. Een goede voorbereiding is het halve werk!



Draagvlak

Wij nemen de klant en haar ketenpartners mee in ons verbetervoorstel. We luisteren en vragen door om zo te ontdekken wat er beter kan. Door het potentieel van alle relevante partijen te benutten zorgen we voor versnelling in het verbeterproces.



Doen

Ons advies houdt niet op bij een mooi rapport. Wij brengen uw medewerkers en partners in beweging en helpen met het realiseren van concreet resultaat. Dit doen wij tot aan het moment dat u zelf het stokje weer over kunt en wilt nemen.



Drive

Wij zijn gedreven, enthousiast en doen ons werk met passie voor het vak.



Contactgegevens Supply Value

Arnhemse Bovenweg 160, 3708 AH Zeist
office@supplyvalueconsulting.com
+31(0)88 0555 999





INTRODUCTIE TOOLKIT

Beste lezer,

Voor u ligt onze toolkit 'Aanbesteding in 10 dagen'. In deze toolkit vindt u templates, checklists en methodes, waarmee u gemakkelijk uw eigen aanbesteding in 10 dagen kunt realiseren.

Allereerst vindt u een korte uitleg over onze Value Sprint © methode, waarop de aanbesteding in 10 dagen is gebaseerd. Vervolgens vindt u handige templates die u bij de verschillende stappen kunt invullen. Ook hebben we een globale planning, dagindeling en evaluatietemplates toegevoegd. Daarnaast vindt u leuke energizers die u kunt doen om elkaar beter te leren kennen, de samenwerking te bevorderen of de concentratie te verhogen. Wij eindigen met onze tips en een handige en overzichtelijke checklist ter voorbereiding van de 10 dagen.

Wij wensen u veel leesplezier en succes met het realiseren van uw aanbesteding in 10 dagen!

Met vriendelijke groet,

Supply Value
info@supplyvalueconsulting.com
+31(0)88 – 0555 999

WAAROM EEN AANBESTEDING IN 10 DAGEN?

Het voorbereiden van een aanbesteding is een complex proces wat vaak tot wel 9 maanden kan duren. Bij Supply Value zijn we ervan overtuigd dat dit sneller kan. Door het proces anders aan te pakken is het mogelijk om de doorlooptijd te verkorten naar 10 dagen.

**“75% VAN DE PUBLIEKE ORGANISATIES
WILT EEN VERSNELLING OP DE DOOR-
LOOPTIJD VAN AANBESTEDINGEN”**

Wij hebben al meerdere organisaties geholpen met onze methode. Aan de hand van onze best practices hebben wij deze toolkit ontworpen. In deze toolkit nemen wij u mee in de voorbereiding, de 10 dagen zelf en na afloop van de 10 dagen.

Wij hopen u hiermee te inspireren om deze uitdaging aan te gaan. Natuurlijk staan wij altijd klaar om bij te springen waar nodig.



PS. Wij zouden het erg fijn vinden als u onze naam vermeld bij het gebruik van onze toolkit 😊

DE VALUE SPRINT © METHODE

De door Supply Value ontwikkelde Value Sprint© methode werkt als een stappenplan, volledig gezien vanuit het perspectief van de klant. De stappen zijn gericht op het inleven in de behoefte en verwachtingen van de klant, eisen en wensen inzichtelijk te krijgen, het ontwerpen van een oplossing, deze te valideren, testen en vervolgens te implementeren.



DE VALUE SPRINT © METHODE

01 FRAMING

De eerste fase is met name gericht op het probleemkader of ook wel de framing. Hier brengt u in kaart wat de reden is dat het project is gestart, en wat de klant met het project wil gaan bereiken.

02 EMPATHISE

Zodra het doel van het project duidelijk is kunt u zich focussen op wat de wensen zijn van de klant. In de empathise-fase gaat u dan ook verder in gesprek met uw klant of opdrachtgever. Vraag hierbij goed door om zo onderliggende wensen boven tafel te krijgen.

03 SKETCH

Zodra u een beeld heeft van het doel en de bijbehorende wensen van de klant gaat u zelf een schets maken van dit beeld. Door het visueel te maken wordt het voor de teamleden makkelijker zichzelf uit te drukken en wordt de hierop volgende discussie veel opener.



04 DECIDE

Zodra u zeker weet dat u de wensen van de klant goed in beeld heeft, gaat u door naar de beslissingsfase. Hier legt u in feite vast wat in de vorige fasen al is besproken. Belangrijk hier is om met elkaar de scope duidelijk te hebben.

05 BUILD

In de build-fase gaat u de oplossing bouwen. Dit kan allerlei vormen hebben, afhankelijk van het probleem wat u oplost voor de klant en de oplossing die u in de vorige stappen heeft voorbereid.

06 TEST

De laatste fase is de testfase. Hierin gaat u testen of hetgeen wat u gemaakt heeft voldoet aan de verwachtingen van de klant. Zo kunt u voordat u over gaat tot implementatie nagaan of hetgeen wat u heeft gebouwd ook daadwerkelijk het probleem oplost.

✓ VALIDATE

De volgende fase is erop gericht de schetsen van de oplossing voor te leggen aan de klant. Klopt dit met de wensen en verwachtingen van de klant? Zo checkt u continu of wat u aan het doen bent de maximale waarde voor de klant oplevert.

Supply Value

We make strategy work

**VOOR-
BEREIDING**

DE STAKEHOLDERMATRIX: PRIORITEER UW STAKEHOLDERS

Bij een aanbesteding in 10 dagen moeten besluiten sneller worden genomen dan normaal. De personen die akkoord moeten geven op deze besluiten moeten daarom op tijd en op de juiste manier zijn betrokken. Zorg dus dat de belangrijkste stakeholders op tijd in kaart zijn gebracht. Een handig hulpmiddel hierbij is de Stakeholder Matrix. Deze helpt u om de stakeholders in te delen naar de invloed en het belang dat zij hebben, en te bepalen welke benaderingsstrategie daar dan bij past.

Houd tevreden

Veel invloed, weinig interesse

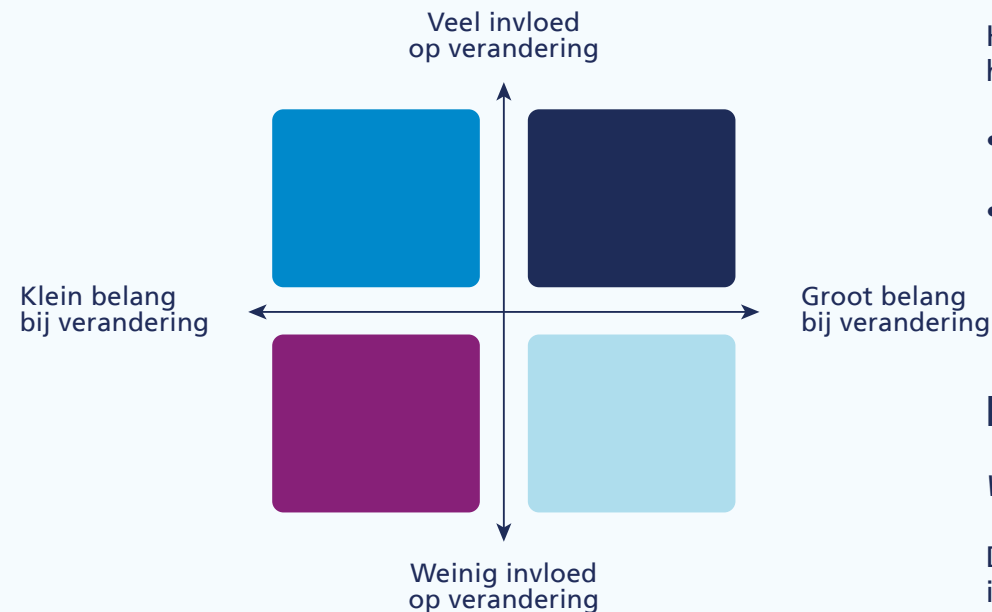
Deze stakeholders wilt u aan uw goede kant houden.

- Ken hun belangen
- Communiceer genoeg

Monitor met minimale inspanning

Weinig invloed, weinig interesse

Monitor periodiek uw hele stakeholderlandschap, maar besteed tussen-door weinig aandacht aan deze groep.



Proactief betrekken

Veel invloed, veel interesse

Het succes van uw verandering hangt van deze groep af.

- Betrek hen in actief in de verandering
- Communiceer hoogfrequent

Houd op de hoogte

Weinig invloed, veel interesse

Deze groep heeft niet veel directe invloed, maar kan de sfeer rondom uw verandering doen omslaan.

- Laat zien dat u ze serieus neemt
- Communiceer voldoende

TEAMSAMENSTELLING

Bij de samenstelling van het team wat de aanbesteding in 10 dagen gaat realiseren zijn de volgende punten belangrijk om in gedachten te houden:

Allereerst is een gekwalificeerde **procesbegeleider** onmisbaar voor een geslaagde aanbesteding in 10 dagen. Het is van het grootste belang dat deze persoon in staat is de het overzicht te bewaren over de te nemen stappen in het proces, daarin structuur aan kan brengen en de groep kan motiveren. Het is daarbij raadzaam om ook een **procesondersteuner** in het team te zetten die er onder andere voor zorgt dat de voortgang wordt bewaakt en belangrijke zaken worden vastgelegd.

Zorg dat het een **multidisciplinair** team is met in ieder geval vertegenwoordigers uit de volgende organisatieonderdelen:

- Inkoopafdeling
- Contract- / Leveranciersmanagement
- Opdrachtgever / Klant

Daarnaast zijn er een aantal organisatieonderdelen die niet per definitie een plaats in het team vereisen, maar wel op oproepbasis beschikbaar moeten zijn. Zorg dus dat er iemand is die direct beschikbaar is zodra het nodig is. Voorbeelden hiervan zijn:

- Juridische afdeling
- Financiële zaken

Naast dat het team multidisciplinair moet zijn is het ook belangrijk dat er voldoende senioriteit in het team zit. Het voordeel hiervan is dat deze personen de processen binnen de organisatie kennen en weten hoe deze te doorlopen.

Tot slot is het van belang dat de teamleden beschikken over **mandaat**. Om besluiten snel te kunnen nemen is het essentieel dat de vertegenwoordigers van de betrokken afdelingen hiertoe bevoegd zijn, en niet eerst toestemming nodig hebben van een leidinggevende.

PROCESANALYSE

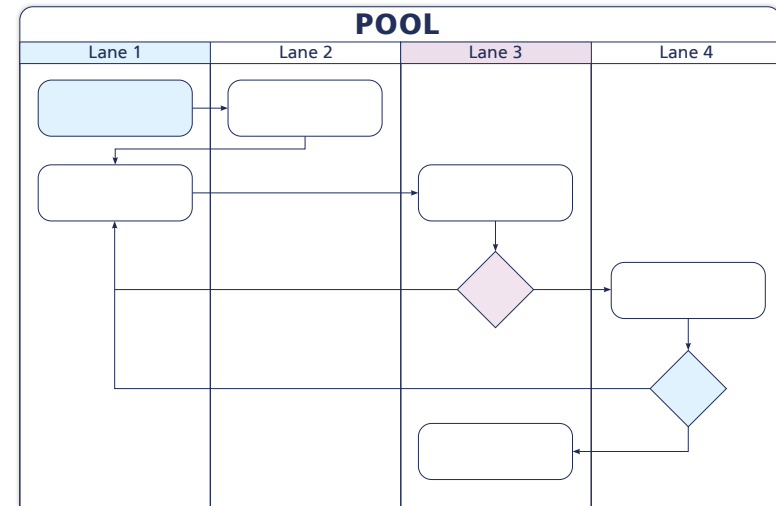
Alvorens u begint met de aanbesteding in 10 dagen is het goed om het te doorlopen proces in kaart te brengen.

De doorlooptijd gaat u namelijk terugbrengen van enkele maanden naar 10 dagen. Daarom is het relevant om de belangrijkste bottlenecks voor uw proces vooraf inzichtelijk te hebben. Voor de ene organisatie kan dit bijvoorbeeld het besluitvormingsproces zijn en voor de andere organisatie het samenbrengen van diverse partijen.

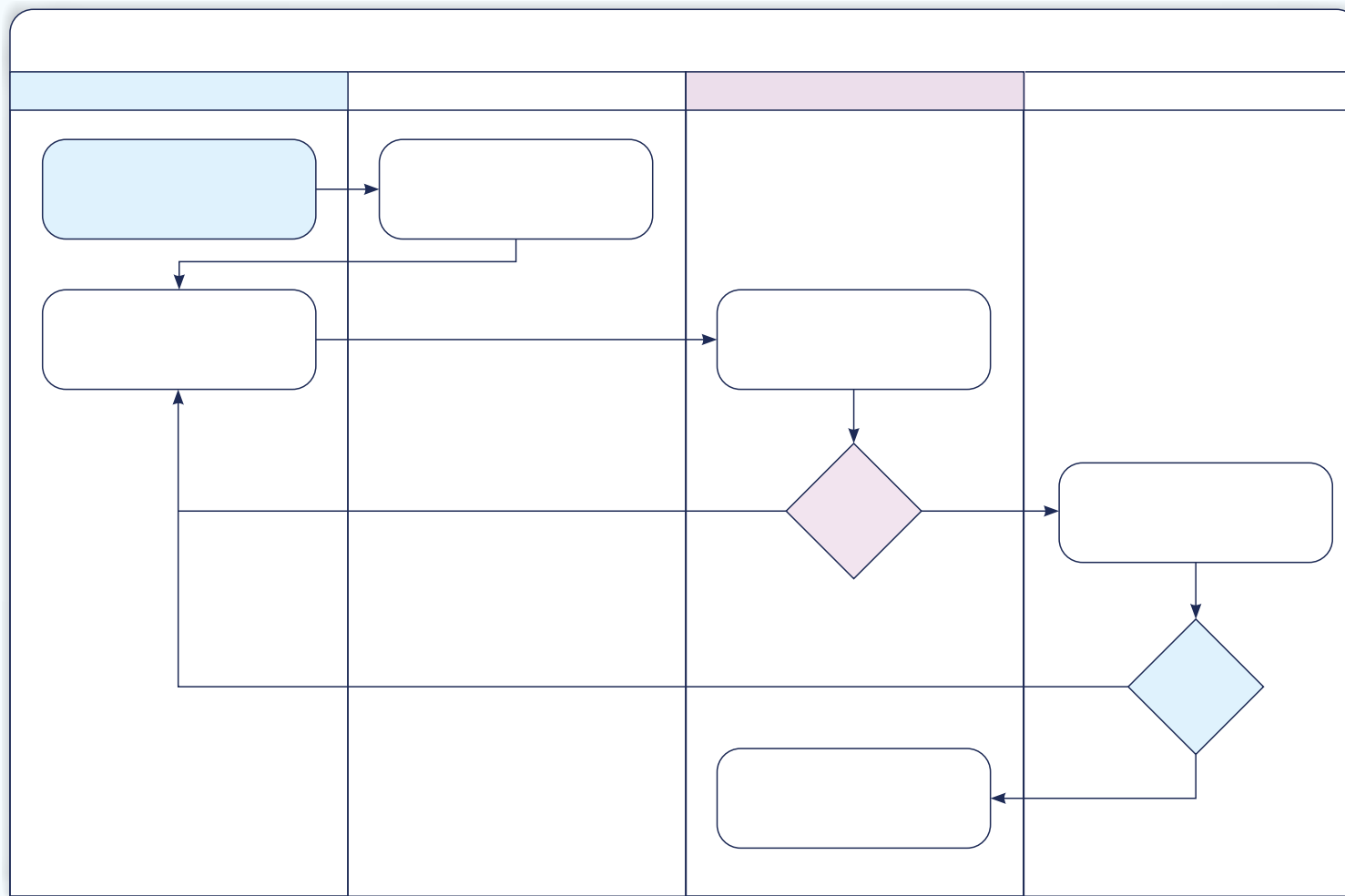
U kunt dit doen aan de hand van een flowchart, swimlane of value stream map. Dit zijn schematische weergaves van een proces. De volgende vijf punten zijn van belang om in ieder geval weer te geven:

- Wat is het einddoel van het proces (wie is de eindklant);
- Wie zijn er betrokken bij het proces;
- Welke stappen zet u, in welke volgorde en hoeveel tijd kost één stap;
- Hoeveel wachttijd zit er tussen twee processtappen;
- Waar zitten de besispunten in het proces.

Op deze manier kunt u de verspillingen in uw proces achterhalen en hierop actief maatregelen treffen.



PROCESANALYSE TEMPLATE



COMMUNICATIE NAAR DE REST VAN DE ORGANISATIE



Als voorbereiding op de 10 dagen is het goed om na te denken op welke manier u de organisatie gaat meenemen in het traject. Uit onze ervaring is het erg waardevol om het breder te communiceren om zodoende meer draagvlak te creëren en anderen te inspireren. Dit kunt u doen door iedere dag van de 10 dagen een korte nieuwsbrief rond te sturen of het ontwerpen van een infographic met alle geleerde lessen en successen die u kunt ophangen in uw organisatie.

**Deze stakeholders wilt u
aan uw goede kant houden.**

- Ken hun belangen
- Communiceer genoeg

A woman with long brown hair, wearing a dark blue t-shirt, is sitting at a desk in a bright office. She is smiling and looking at a computer monitor. The desk has a potted plant, a blue water bottle, and some papers. Large windows in the background show a modern building with a glass facade.

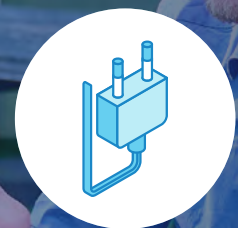
GEDURENDE DE 10 DAGEN

HOE ZIEN DE 10 DAGEN ERUIT?

Hier ziet u hoe u globaal de 10 dagen kunt indelen.

Een heldere planning geeft richting en structuur. Nadat in de voorbereiding het proces in kaart is gebracht, kunnen de belangrijkste deliverables in een planning gezet worden. Zo weet iedereen precies wat op welke dag opgeleverd moet worden. Hieronder ziet u een voorbeeld van hoe u de 10 dagen globaal kunt indelen.

Dag	Planning	Fase van de Value Sprint ©
1	Kennismaking + klantvraag achterhalen	Framing
2	Korte marktverkenning	Empathise
3	Bepalen van de aanbestedingsstrategie	Sketch & build
4	Opstellen van gunnings- en beoordelingscriteria, de aanbestedingsplanning & de prijs/kwaliteitverhouding	Sketch & build
5	Tussentijdse stukken valideren bij stakeholders & bijstellen van de aanbestedingsstrategie	Validate & build
6	Uitschrijven van de documentatie	Build
7	Valideren bij stakeholders	Validate
8	Bijstellen van de documentatie	Build
8	Besluitvorming	Validate
10	Publiceren	Test



ENER-GIZERS

KENNISMAKING

1 KENNISMAKING GEMEENSCHAPPELIJKE DELER

Jullie krijgen 15 minuten om de...

ZES ELEMENTEN / KENMERKEN
te vinden die iedereen heeft (op uiterlijk na).

Voorbeelden zijn:

studie in buitenland / aantal kinderen nemen



2 KENNISMAKING SPEED DATING

Ga in twee rijen tegenover elkaar staan met genoeg afstand tussen elkaar.

Opdracht:

Ieder vertelt 1 minuut over zichzelf en de ander mag vragen stellen, na 1 minuut vertelt de ander 1 minuut over zichzelf en mag de ander vragen stellen. Na 2 minuten wisselt de rechterkant door.

Let op! 2 minuten is erg kort



VOORBEELD DAGINDELING

Hier ziet u een voorbeeld van hoe u efficiënt uw dag kan indelen met de juiste balans tussen samenwerk- en schrijftijd.

Om aan de strakke planning van 10 dagen te kunnen voldoen, is een efficiënte dagindeling van groot belang. Doorloop deze dagindeling steeds aan het begin van de dag, zodat het team gefocust aan het werk kan. Zorg daarbij wel voor een goede balans tussen samenwerk- en schrijftijd, zoals in het voorbeeld hieronder is weergegeven.

Bezigheid

Tijd

1.	Opening	09:00 - 09:15
2.	Vooruitkijken week 2	09:15 - 09:30
3.	Gunningscriteria en eisen (IT)	09:30 - 10:30
4.	Pauze	10:30 - 10:45
5.	Energizer	10:45 - 11:00
5.	Schrijven	11:00 - 12:00
6.	Lunch	12:00 - 12:30
7.	Gunningscriteria en eisen deel 2	12:30 - 13:45
8.	Energizer	13:45 - 14:00
9.	Schrijven	14:00 - 15:30
10.	Dag van morgen	15:30 - 15:45
11.	Retrospective	15:45 - 16:00

SCRUMBORD

To be done

Doing

Review

Done ✓



IT VALUE SOURCING MODEL

Wanneer de aanbesteding is gericht op het inkopen van een IT-product of -dienst, is het door Supply Value ontwikkelde IT Value Sourcing Model een handig hulpmiddel. Dit model is gericht op het vaststellen van een gebalanceerde doelstelling voor de aanbesteding en het structureel in kaart brengen van de randvoorwaarden. Door gebruik te maken van dit model voorkomt u dat belangrijke punten bij het inkopen van een IT-product of -dienst over het hoofd worden gezien.



Voorbeeld van een interactieve workshop om de gunningscriteria op te stellen aan de hand van het IT Value Sourcing model.

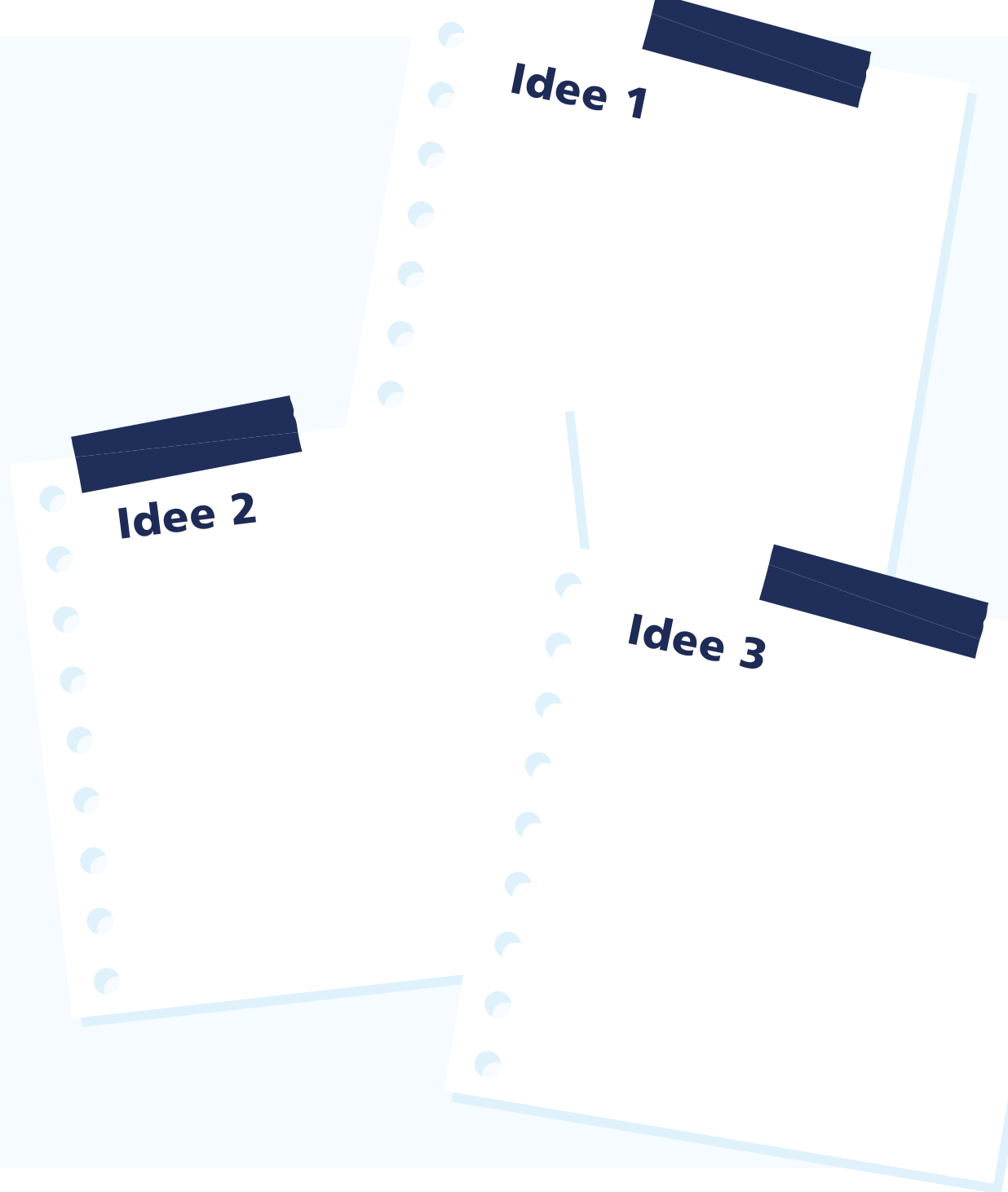
Retransitie			
Going concern			
Transitie			
Beveiliging en privacy			
Beheer			
	Wie	Wat	Hoe
Business	Organisatie	Diensten producten	Processen
Informatie	Medewerker Applicaties	Berichten gegevens	Informatie uitwisseling
Techniek	Technische componenten	Gegevens opslag	Netwerk

SCOPE VERHELDERING

BRAINDUMP

Een mind dump is een methode om alle gedachten uit uw hoofd te krijgen. Het is een goede manier om een brainstorm mee te beginnen en werkt heel simpel.

- Formuleer de klantvraag;
- Schrijf alle oplossingen voor de klantvraag die in u opkomen op (één idee per post-it);
- Deel de oplossingen met elkaar en vul eventueel aan met ideeën die op dat moment nog in u opkomen.

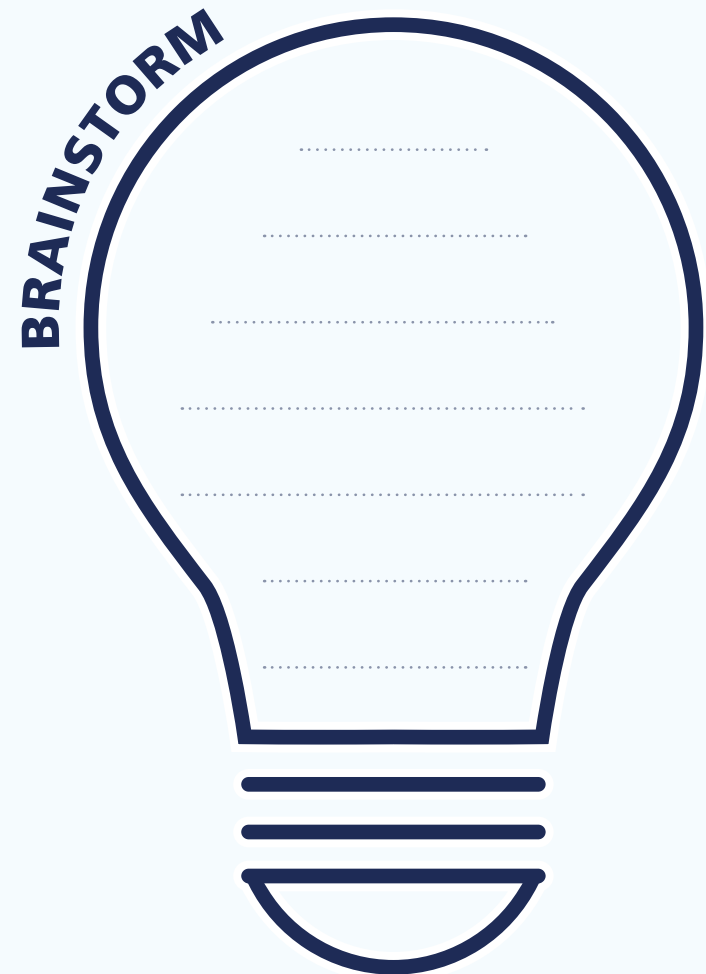


SCOPE VERHELDERING

BRAINSTORMEN

Een effectieve manier van brainstormen is door aan te geven wat u vooral ook niet wilt bereiken. U kijkt zo op een andere manier tegen de klantvraag en dit kan verrassende resultaten opleveren.

- Formuleer de klantvraag;
- Geef aan wat u als klant vooral niet wilt;
- Bedenk oplossingen voor zaken die u juist niet wilt;
- Bedenk vervolgens welke zaken u 180° kunt omdraaien, waardoor u toch helder heeft wat u wilt.



SCOPE VERHELDERING

TEKENEN

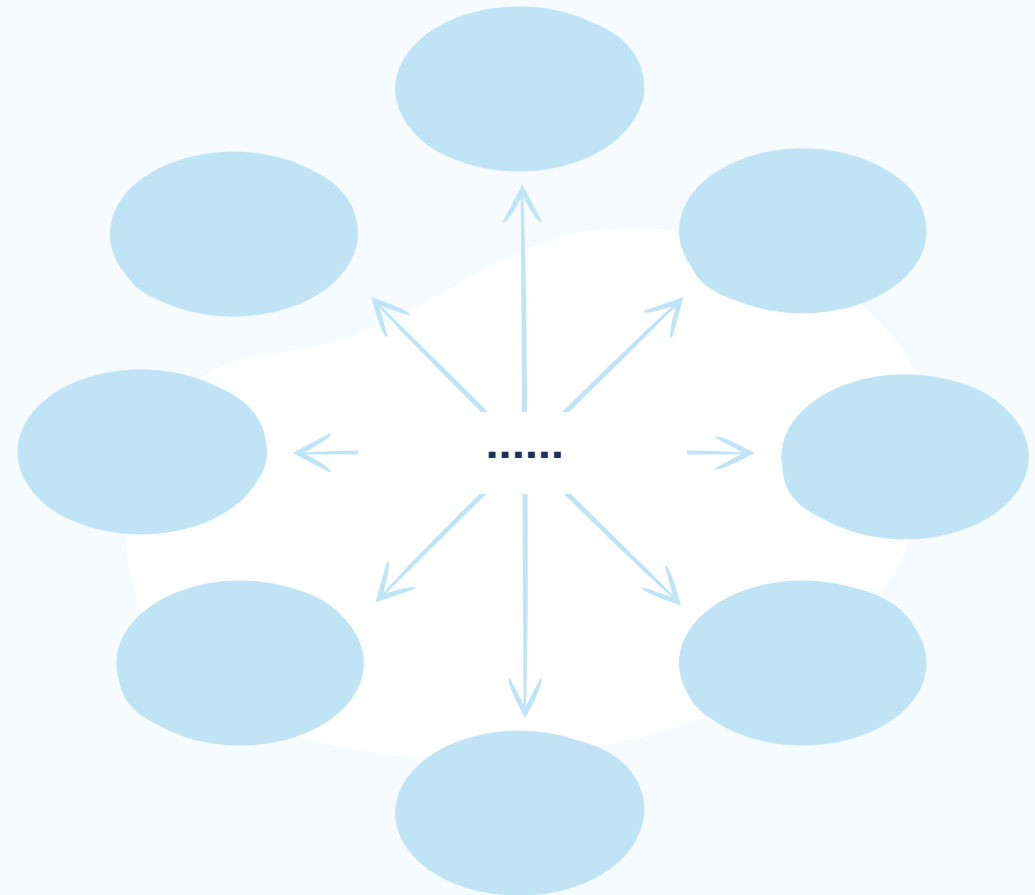
Vaak heeft de klant een ideaalbeeld van het in te kopen product of dienst in het hoofd, wat lastig in woorden is uit te drukken. Laat het team zich dan ook niet beperken door woorden, en teken in plaats daarvan dit ideaalbeeld uit:

- Formuleer de klantvraag;
- Teken de ideale (of minst ideale) oplossing voor de klantvraag;
- Deel de tekeningen met elkaar en heb met elkaar het gesprek over de mate waarin de tekeningen voldoen aan de klantvraag.



SCOPE VERHELDERING MINDMAPPING

Mindmapping is een veelgebruikte techniek, waarbij u de klantvraag midden in het vel papier schrijft en alle associaties die in u opkomen hier rond omheen schrijft of tekent. Deze techniek zorgt ervoor dat u associaties aan elkaar kunt verbinden en nieuwe connecties kunt ontdekken. Deze oefening kunt u zowel individueel als in groepsverband uitvoeren.



SCOPE VERHELDERING

ROLWISSELING

Het wisselen van rol is een goede techniek om eens met een andere bril naar een probleem of vraag te kijken. De techniek werkt heel simpel. Iedereen in de groep krijgt een bepaalde rol toebedeeld. De rollen kunnen de verschillende stakeholders vertegenwoordigen die te maken hebben met het probleem of de vraag. Door te denken vanuit een bepaalde rol, krijgt u meer inzicht in wat mensen beweegt. Met welke uitdagingen hebben zij te maken? Waarom zouden zij geen baat hebben bij een bepaalde oplossing of waarom juist wel?



SCOPEBEPALING

KNIPPEN EN PLAKKEN

Een veelvoorkomend dilemma bij aanbestedingen is de afweging of een criterium een wens of een eis is.

Één voor één de gunningscriteria afgaan en hier de discussie over hebben is zeer tijdrovend. Maak in plaats daarvan gebruik van knippen en plakken:

- Zet alle gunningscriteria onder elkaar, print deze uit en knip ze in strookjes;
- Verdeel het team in 3 groepjes, met in elk groepje een vertegenwoordiger van de klant;
- Elk groepje maakt twee rijen op een whiteboard, raam, of muur: eisen en wensen;
- Laat elk groepje de opgeknipte gunningscriteria plakken in de rij waarvan ze vinden dat het criterium thuishoort;
- Ga de gunningscriteria een voor een af, en laat elk groepje zeggen in welke rij ze elk criterium hebben geplaatst;
- Wanneer er verschillen zijn tussen de groepjes, kunt u daar met elkaar over in gesprek.





ENERGIZERS

WARMING-UP

1 FOCUS

HANDEN DRAAIEN

Opdracht:

Probeer uw handen voor uw lichaam te draaien.

Uitdaging: Probeer met 1 hand van u af te draaien, en de andere hand naar u toe, gelijktijdig!



2 FOCUS DE KNOOP

Opdracht:

Verdeel de groep in even aantallen.

Doe uw ogen dicht, steek uw handen uit op schouderhoogte, pak de handen van een ander beet (let op: niet van één en dezelfde persoon).

*Doe uw ogen weer open en ontwar de knoop!
(zonder de handen los te laten!)*





RETROSPECTIVE

De dag eindigen met een retrospective helpt om continu te leren en verbeteren binnen de 10 dagen.

Iedere dag eindigen met een retrospective helpt het team om zich te focussen op hoe de samenwerking verloopt. Op die manier kan het team zelf uitvinden wat voor hen prettig werkt, en wat hen juist tegenwerkt. Zo wordt het mogelijk continu te leren en verbeteren en iedere dag een stukje beter en fijner samen te werken dan de dag ervoor.

Vraag

1

2

3

4

Waar dienen wij mee
te stoppen om ons doel
te bereiken?

Waar dienen wij door
te gaan om ons doel
te bereiken?

Waar dienen wij mee
te starten om ons doel
te bereiken?

INFOGRAPHIC

Aanbesteding in 10 dagen



Beoordeling van het team
voor de aanbesteding
in 10 dagen!

Wat ging goed en raden wij aan bij een aanbesteding in 10 dagen



.....



.....



.....



.....



.....



.....



Wat kan er beter bij een aanbesteding in 10 dagen

Wat gaat er ingekocht worden?

.....

.....

Supply  Value

En:

Supply Value

We make strategy work

**EIND-
EVALUATIE**

EINDEVALUATIE TEAM



EINDEVALUATIE ORGANISATIE



Welke processen binnen
de organisatie ondersteunen
een aanbesteding in
10 dagen?

Welke processen binnen de
organisatie inhiberen een
aanbesteding in 10 dagen?

EINDEVALUATIE SLOTVRAAG

**Welk cijfer zouden
jullie de aanbesteding
in 10 dagen geven?**



ONZE TIPS VOOR EEN SUCCESVOLLE AANBESTEDING IN 10 DAGEN

01 Zorg dat u voor de start van de 10 dagen duidelijke en heldere randvoorwaarden en afspraken heeft gemaakt met uw team. Op deze manier kunt u doelgericht te werk gaan en bespaart u tijd gedurende de 10 intensieve dagen.

02 Houd de lijnen tussen de teamleden en de afdeling waar ze vandaan komen kort, zodat waar nodig makkelijk bijgesproken kan worden.

03 Manage de verwachting van stakeholders buiten het project-team. Zorg dat deze personen weten wanneer zij iets kunnen reviewen of dienen aan te leveren.

04 Creëer interactie en discussie in de groep door kritische vragen te stellen, maar blijf niet te lang hangen in deze discussies en forceer waar nodig een besluit.

05 Denk vooruit in het proces: wat moeten we wanneer opleveren, en wat kunnen we daar nu al voor doen.

06 Plan een demomoment in om te laten zien wat er bereikt is binnen 10 dagen. Op deze manier is de rest van de organisatie ook op de hoogte van het project en creëert u draagvlak. Bovendien levert het wellicht nieuwe inzichten op voor een volgende keer.

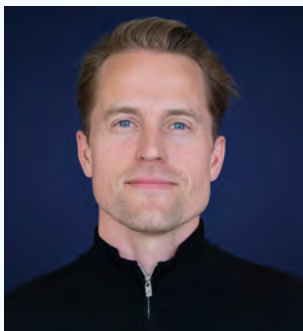


CHECKLIST VOOR EEN AANBESTEDING IN 10 DAGEN

- ✓ U heeft alle stakeholders geïdentificeerd.
- ✓ U heeft alle leden van het beoogde projectteam op tijd bij het traject betrokken, zodat zij hun andere projecten goed kunnen managen.
- ✓ U heeft het te doorlopen besluitvormingsproces helder.
- ✓ U maakt gebruik van relevante informatie uit eerdere aanbestedingsdocumenten.
- ✓ U start de dag met een korte recap van de dag ervoor en een planning met duidelijke deliverables voor de hele dag.
- ✓ U zorgt voor voldoende pauzemomenten op een dag en plant iedere dag minstens 1 of 2 energizers van 5 – 15 min.
- ✓ U maakt gedurende de 10 dagen zoveel mogelijk gebruik van één ruimte.
- ✓ U zorgt voor voldoende eten en drinken in de ruimte.
- ✓ U maakt gebruik van creatieve werkvormen, brainstorms en opdrachten.
- ✓ U communiceert de voortgang naar de rest van de organisatie om ook daar betrokkenheid te creëren.
- ✓ U plant voldoende tijd in om individueel aan belangrijke stukken te schrijven, om deze vervolgens gezamenlijk te bespreken.



CONTACTGEGEVENS



Lowi Vervoorn
Managing Consultant

Telefoonnummer: +316 83 85 94 36
E-mailadres: l.vervoorn@supplyvalueconsulting.com



Gert van Beek
Managing Consultant

Telefoonnummer: +316 29 58 56 17
E-mailadres: g.vanbeek@supplyvalueconsulting.com



Supply Value

Arnhemse Bovenweg 160
3708 AH Zeist

E info@supplyvalueconsulting.com
T +31(0)88 0555 999
supplyvalueconsulting.com



WE MAKE STRATEGY WORK

Supply Value

Arnhemse Bovenweg 160,
3708 AH Zeist

office@supplyvalueconsulting.com

+31(0)88 0555 999