

# Roadmap: een stappenplan met focus

Grote doelen in goede banen leiden



**Nieuwe producten op de markt brengen? Beginnen met het aanbieden van diensten? Nieuwe technologie toepassen? Dat zijn belangrijke strategische onderwerpen die een planmatige aanpak verdienen. Bij de uitvoering van grote doelen komt veel kijken. Complexe projecten raken verschillende aspecten van het bedrijf.**

De tijdsdruk is aanzienlijk, je wilt immers snel de markt op én je investering terugverdienen. Hoe leid je dat in goede banen? Voor een praktische aanpak zet je steeds kleine stappen die te overzien zijn. Dit doe je door het grote doel in kleinere doelen op te delen en deze uit te zetten in de tijd. Deze noteer je allemaal in een roadmap.

## **Inzicht met een roadmap**

Een roadmap is eigenlijk een ontwikkelingsplan voor je bedrijf. Een plan waarin zowel de activiteiten als de tijdsplanning zijn benoemd. Én

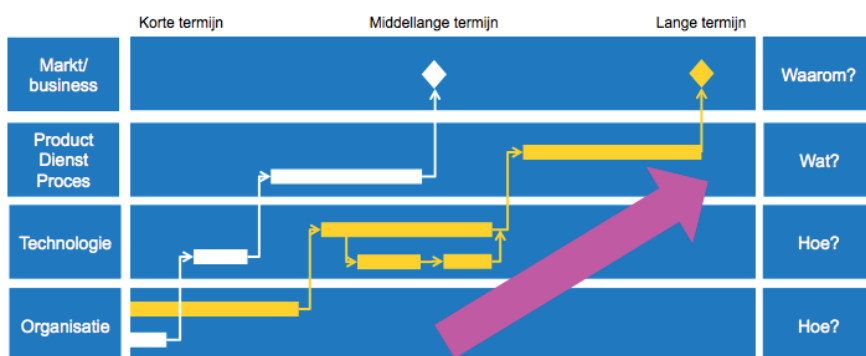
de samenhang van de activiteiten onderling. Een roadmap geeft in eerste instantie duidelijkheid en inzicht aan de medewerkers van het bedrijf zelf: 'Waar werken we aan?'. Ook helpt een roadmap het management om inzicht te krijgen in de (toekomstige) capaciteitsplanning op verschillende vakgebieden. Maar onderschat ook de kracht niet van het delen van de roadmap met klanten en toeleveranciers: zij krijgen inzicht in de stappen die het bedrijf wil zetten. Voor klanten is het goed om te weten wat eraan gaat komen en voor toeleveranciers om te weten wat er op middellange termijn van hen verwacht gaat worden.

**'Een doel zonder plan is slechts een wens'**

## **Route van ontwikkeling**

Een roadmap bestaat uit 4 niveaus. Je begint bij het eind: namelijk de marktintroductie. Daarvoor moet je eerst de nieuwe producten en diensten ontwikkelen. Om dat te kunnen doen, is wellicht nieuwe technologie nodig. En dat kan alleen maar als je extern expertise verwerft of als je mensen zelf de kennis en kunde hebben. Dus er zijn ook wat betreft toeleveranciers, organisatie en hrm-zaken te regelen. Kortom, als de roadmap straks op papier staat, zul je een 'route' herkennen die van linksonder naar rechtsboven loopt, van de organisatie naar de marktintroductie (zie de paarse pijl).

# “Wat moeten we vandaag doen om de competenties, technologie en producten te hebben voor de marktintroducties van morgen?”



Voorbeeld van een roadmap

## Stap 1: Begin bij het eind: de markt

Door te starten met wat je in de markt wilt realiseren, houd je focus op het creëren van meerwaarde voor je klanten. Belangrijk op dit niveau is het ‘waarom’: ‘Waarom wil ik dit introduceren, welk probleem van mijn klant lost het op?’. Door vervolgens vast te stellen wanneer je dit wilt introduceren (kies een natuurlijk moment, bijvoorbeeld een beurs) is het eerste blokje (rechtsboven) op je roadmap ingevuld.

## Stap 2: Producten, diensten, processen

Op het tweede niveau leg je het ‘wat’ vast: ‘Welke producten, diensten en processen ga ik ontwikkelen die het probleem van mijn klant oplossen? En wanneer?’. Door uit te gaan van de doorlooptijd die de ontwikkeling heeft, staat het tweede blokje op je roadmap. Denk in deze fase ook aan het doen van tests, certificeringen en dergelijke, kortom het hele ontwikkelproces.

## Stap 3: Technologie/kennis

Vaak is voor het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten ook nieuwe kennis nodig. Namelijk het ‘hoe’ van deze nieuwe producten en diensten. Het kan gaan om nieuwe technologie of misschien nieuwe toeleveranciers (die je dan wel redelijk moet kunnen beoordelen, dus is het zelf opbouwen van kennis hierin ook noodzakelijk). Ook dit kost tijd en capaciteit.

## Stap 4: Organisatie

Behalve technologie, kennis en toeleveranciers, moet je soms ook in je organisatie het nodige veranderen. Bijvoorbeeld competentie-ontwikkeling bij medewerkers, aannemen van nieuwe mensen maar wellicht ook een afdeling erbij of een andere organisatieverandering. Dus ‘wat is er verder nog voor nodig?’ staat hier centraal. Met dit vierde niveau kom je als het goed is ook aan bij de dag van

vandaag. En weet je dus wat je nu moet gaan doen voor je doelen van morgen.

## Stap 5: Tijdsspanne en samenhang

Nu heb je inzicht in de te nemen stappen en benodigde tijd. Nu kun je zien of het gekozen moment van introductie reëel is, of je voldoende capaciteit en financiering vrij kan maken, of dat je bepaalde dingen anders moet regelen. Bijvoorbeeld toch uitbesteden. Zo kom je tot een haalbaar plan.

**‘Een roadmap is een levend document en wordt regelmatig geüpdate’**

## Aanpak voor het maken van de roadmap

Het is praktisch om de roadmap met een wat groter team uit de organisatie te maken. Met een lang stuk papier horizontaal op de muur geplakt en een stapel post-its kan iedereen meedoen. Het voordeel van het samen maken, is dat iedereen heeft bijgedragen en de roadmap heeft doorleefd. Iedereen weet wat hij moet doen en hoe urgent dat is. Er ontstaat teamwork om de doelen van morgen ook daadwerkelijk te halen.