

# Sunergie

In het boek 'OGSM in de praktijk' gebruiken we het fictieve bedrijf Sunergie als voorbeeld. Graag stellen we dit bedrijf aan je voor. Op deze volgende pagina vind je de OGSM van Sunergie.

Sunergie is een leverancier van zonnepanelen. Deze panelen koopt het bedrijf in bij een Chinese leverancier. De bevestigingsmaterialen om panelen op daken te bevestigen maakt het bedrijf zelf.

Voor de verkoop en installatie van de panelen werkt Sunergie samen met installateurs, maar ze verkopen ook rechtstreeks aan consumenten. Onder installateurs heerst ontevredenheid over deze constructie.

Sunergie heeft een innovatief concept ontwikkeld waarmee je lokale energienetwerken kunt creëren. Zo kunnen burens en organisaties in de wijk (denk aan scholen en bedrijven) hun energie delen en verrekenen. Deze innovatieve dienst heet 'Enershare' en heeft een enorme potentie. Helaas kampt de app met veel storingen.

*Sunergie is een fictief bedrijf en niet gebaseerd op bestaande bedrijven. Mogelijke overeenkomsten met bestaande bedrijven berusten op toeval.*



Sunergie is vorig jaar overgegaan in de handen van Martijn en Lisa. Ze hebben de aandelen verworven van hun vader Freek, die het bedrijf 15 jaar geleden is gestart. Freek heeft met Sunergie een periode van flinke groei doorgemaakt, maar de laatste jaren is de omzet gestabiliseerd. Zorgelijk is dat de marges dalen. Bij hun aantreden stonden Martijn en Lisa voor enkele fundamentele vraagstukken. De kernvraag van Martijn en Lisa is: hoe behouden we onze positie als leidende partij in de energietransitie?

De aandeelhouders van Sunergie zijn Lisa, Martijn en een investeerder. Ze hebben hun focus op de lange termijn. Ze geloven in het maatschappelijke belang van duurzaamheid, maar het bedrijf is geen stichting. Over enkele jaren moet de onderneming winstgevend zijn. Hiervoor is een traject gestart om een nieuw strategisch plan te bepalen.

# OGSM

in de praktijk

# OGSM van Sunergie

## Ambitie

Over 3 jaar is Sunergie een succesvol internationaal opererend bedrijf door meer rendement te halen uit zonnepanelen voor consument en klimaat.

Doelstellingen	Strategische keuzes	Maatregelen: Indicatoren	Maatregelen: Acties
<ul style="list-style-type: none"> <li>Klimaat: totale hoeveelheid opgewekte energie 2,6 miljard kWh</li> <li>Consument: Netto Promotor Score: 40</li> <li>De terugverdientijd van zonnepanelen is 20% korter dan gemiddeld in de sector</li> <li>Internationaal: actief in 5 landen met een minimale omzet van 3 miljoen euro</li> <li>Succesvol: rendement &gt; 15%</li> <li>Succesvol: omzet &gt; 35 miljoen euro</li> <li>De medewerkers-tevredenheid is groter dan 8,5</li> </ul>	<b>Installateurs</b> Ons netwerk van installateurs versterken door hen actief te ondersteunen bij de verkoop van onze producten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afhankelijkheid van installateurs (aantal dat 80% van de omzet realiseert): 10,2</li> <li>Minimale omzet per installateur: &gt; € 50.000 per kwartaal</li> <li>Klanttevredenheid installateurs: &gt; 8,5</li> <li>Groei van het aantal leads, per kwartaal: 10%</li> <li>Groei van het aantal abonnees, per kwartaal: 5%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inzicht in hoe we installateurs beter kunnen ondersteunen door een behoefteonderzoek uit te voeren onder huidige installateurs.</li> <li>Relatie met installateurs versterken door de competenties van accountmanagers te verbeteren.</li> <li>Capaciteit accountteam versterken door mensen aan te nemen.</li> <li>Leads voor installateurs genereren door een marketingcampagne te lanceren.</li> <li>Inzicht krijgen in marketingresultaten door een dashboard te ontwikkelen.</li> <li>Directe kanaal met consumenten opheffen door de webshop uit te faseren.</li> </ul>
	<b>Internationaal</b> Groei van ons bedrijf vergroten door nieuwe landen te betreden, met de focus op Duitsland.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Omzetgroei, per jaar: 15%</li> <li>Percentage omzet buitenland: 60%</li> <li>Aantal landen waar we actief zijn: 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Slagkracht vergroten door onderzoek te doen naar subsidies en ondersteuning bij internationalisering.</li> <li>Inzicht in de Duitse markt door onderzoek te doen naar de behoeften van consumenten en de positie van concurrenten.</li> <li>Duitse markt betreden door installateurs te selecteren en te contracteren.</li> </ul>
	<b>Enershare</b> Enershare positioneren als een betrouwbare en innovatieve oplossing door onze IT-competenties en capaciteit te vergroten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Klanttevredenheid Enershare: &gt; 8,5</li> <li>Daling van het aantal klachten: 80%</li> <li>Aantal fte IT-afdeling: 15 fte</li> <li>Aantal bijeenkomsten klantenpanel: 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IT-afdeling ontwikkelen door HRplan op te stellen en uit te voeren voor doorontwikkeling en werving en selectie.</li> <li>Nieuwe functionaliteit ontwikkelen op basis van behoeften door een klantenpanel op te zetten.</li> <li>Resultaten van Enershare voor consumenten inzichtelijk maken door data te ontsluiten in de app.</li> <li>Kwaliteit borgen door ISO 27001 certificering te organiseren.</li> <li>Afhankelijkheid van leverancier Catch the Sun verminderen door een tweede leverancier te contracteren.</li> </ul>
	<b>Resultaat</b> Rendement van de organisatie verbeteren door het werk van medewerkers makkelijker en leuker te maken.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toegevoegde waarde per medewerker: € 110.000</li> <li>Werkgeluk van medewerkers: &gt; 8,5</li> <li>Benutting van het ontwikkelingsbudget: 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werkprocessen in de hele organisatie verbeteren door samen met medewerkers een leanprogramma te ontwikkelen.</li> <li>Inzicht krijgen in de resultaten van de organisatie door de afdeling Financiën te professionaliseren.</li> <li>De positie van medewerkers versterken door met elke medewerker ontwikkelafspraken te maken en budget ter beschikking te stellen.</li> </ul>
	<b>Duurzaamheid</b> We verkleinen onze ecologische voetafdruk door verbeteringen in de keten te identificeren en door te voeren.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vermindering van de CO2uitstoot, per jaar: 8%</li> <li>Aantal ongevallen met verzuim per 1 miljoen werkuren bij installateur: &lt; 2,8</li> <li>Aandeel elektrische leaseauto's: &gt; 80%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inzicht in verbeterpotentieel door externe expert ketenonderzoek te laten doen en plan van aanpak op te stellen en uit te voeren.</li> <li>Elektrisch rijden stimuleren onder medewerkers door de leasevergoeding voor elektrische auto's te verhogen.</li> </ul>

# OGSM

in de praktijk