

Plancher til strategiarbejdet

Omverdensanalysen PEST

Interessentanalysen

Forretningsmodellen

Den opsamlende analyse af styrker, svagheder, eksterne muligheder og trusler, SWOT

Planchen til de strategiske mål, TOWS

PEST

Pestanalysen er en makroanalyse af omgivelserne.

Det er de store samfundsmæssige tendenser af relevans for institutionen, der ses på.

<p>Politiske forhold</p> <p>Politiske forhold, der har betydning for institutionen. Ny lovgivning, ny kommunestrategi eller –kulturpolitik. Den politiske holdning hos partierne og betydende enkeltpolitikere i folketing og kommunalbestyrelse til kunst og kultur i almindelighed og institutionen i særdeleshed. Den politiske holdning i befolkningen og medierne. Forventningerne til hvad institutionen skal.</p>	<p>Økonomiske forhold</p> <p>Faktorer, der har indflydelse på institutionens økonomi. Samfundets økonomiske tendenser. Offentlig støtte, armslængdeorganer, fonde. Betalingsviljen i befolkningen og muligheden for at skabe øget omsætning ved forretningsudvikling.</p>
<p>Sociale forhold/sociokulturelle forhold</p> <p>Sociodemografiske forhold, der har betydning for institutionen. Befolkningssammensætningen, uddannelse, alder, segmenter. Kulturvanerne, lokalkultur. Kunstsynet, synet på dannelse og børns møde med kunsten og kulturarven. What's hot and what's not.</p>	<p>Teknologiske forhold</p> <p>Teknologiske faktorer, der udgør muligheder og trusler for institutionen. Ny teknologi der udbredes i befolkningen, mulighederne for formidling og relationsopbygning. Nye platforme for kommunikation f.eks. med frivillige. Dataanalyse og marketing. Teknologi, der kan indgå i kunstproduktionen.</p>

PEST

Politiske forhold 1 2 3 4 5 6	Økonomiske forhold 1 2 3 4 5 6
Sociale forhold/sociokulturelle forhold 1 2 3 4 5 6	Teknologiske forhold 1 2 3 4 5 6

Interessent-analyse

1. Identificér og placer efter interessentens indflydelse og interesse i institutionen.
2. Beskriv interessentens krav, interesser og betydning i institutionen. Beskriv egne opgaver i relationen til interessenterne.
3. Prioritér indsatsen og planlæg kommunikationen til interessenterne

	Lille indflydelse	Stor indflydelse
Stor interesse i institutionen	Gidsler (informér dem løbende) 1 2 3 4 5 6	Ressourcepersoner (involvér dem) 1 2 3 4 5 6
Lille interesse i institutionen	Eksterne interessenter (lad dem vide I eksisterer) 1 2 3 4 5 6	Grå eminencer (hør dem, hold dem glade) 1 2 3 4 5 6

Forretningsmodellen

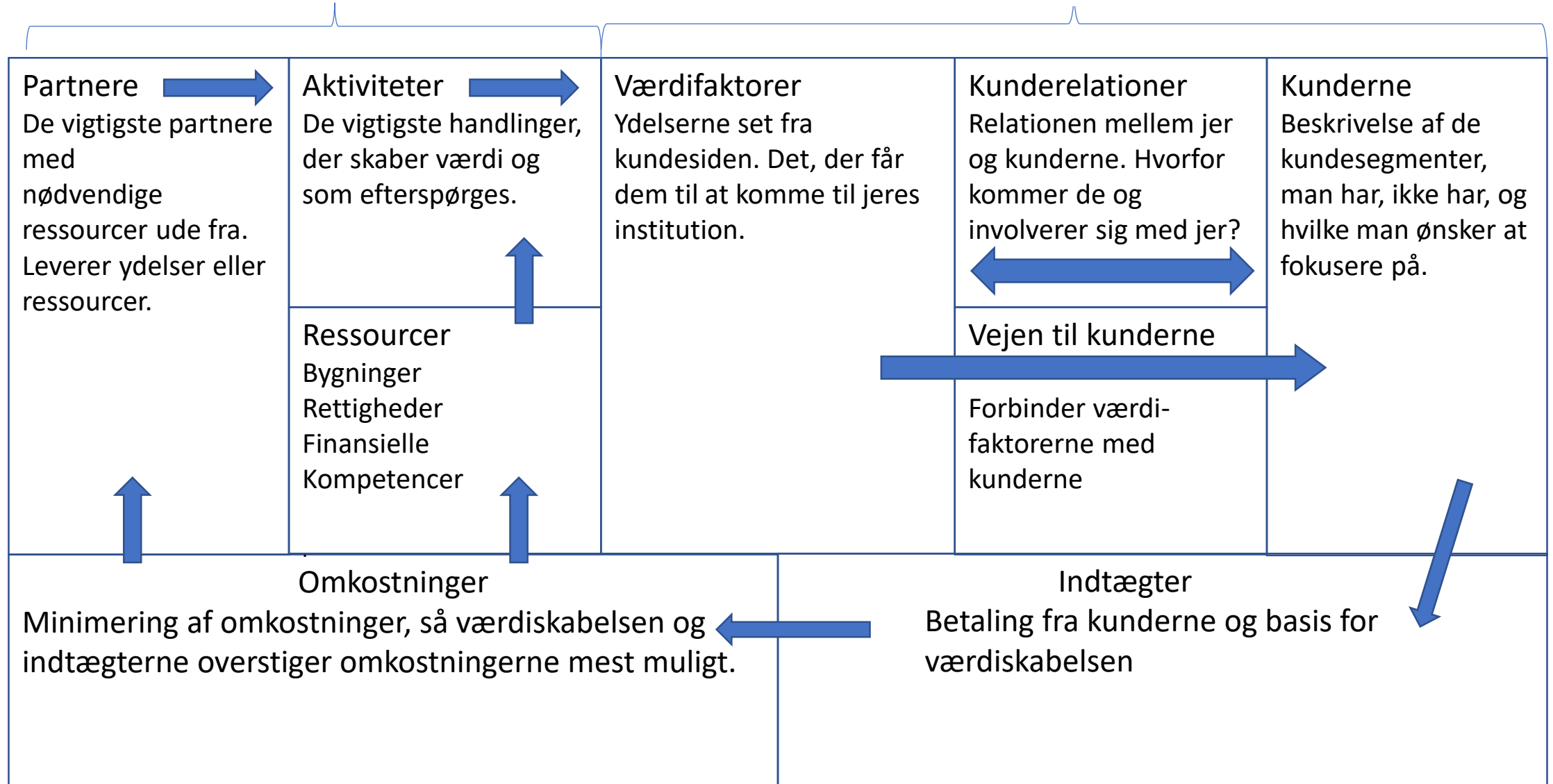
Partnere Hvem er vores vigtigste partnere? Hvem er vores vigtigste leverandører? Hvilke aktiviteter udfører vores partnere? Hvordan skaber og fastholder vi de ønskede partnerskaber?	Aktiviteter Hvilke aktiviteter kræver det at levere <ul style="list-style-type: none">• en aften på institutionen?• gode relationer til kunder?• gode relationer til frivillige?• at skaffe indtægterne?	Værdifaktorer Hvad består en god aften på institutionen af? Hvilken oplevelse får publikum på stedet? Hvad sætter publikum særlig pris på? Hvad betyder stemning, service, musik, lokaleindretning, udsmykning mm. for publikum?	Kunderrelationer Hvordan skaber vi relationer til publikum? Hvordan fastholder vi relationerne? Hvilke relationer sætter publikum mest pris på? Hvilke relationer gavner institutionen mest?	Kunderne Hvilke kunder har vi i butikken? Hvilket publikum synes, vi har noget at tilbyde dem? Hvilke segmenter af publikum når vi, og hvilke når vi ikke? Hvilket nyt publikum skal vi prioritere?
	Ressourcer Hvilke ressourcer kræver driften af institutionen? F.eks. bygninger, rettigheder, penge, personale, udstyr etc.		Vejen til kunderne Hvordan når vi publikum i dag? Hvilke veje sætter publikum mest pris på? Hvilke veje er de bedste for institutionen? Hvordan når vi publikum før, under og efter besøget, koncerten eller forestillingen?	
Omkostninger Hvor er de vigtigste omkostninger i forretningsmodellen? Hvilke ressourcer er mest omkostningstunge? Hvilke aktiviteter er mest omkostningstunge? Hvilke omkostninger er faste? Hvilke omkostninger er variable? Hvordan reduceres omkostningerne?		Indtægter Hvilke værdifaktorer vil publikum gerne betale for? Hvor meget er publikum villige til at betale? Hvilke forskellige indtægtskilder har vi? Hvordan foretrækker publikum at betale? Hvor meget bidrager hver indtægtskilde til den samlede omsætning?		

Forretningsmodellen

Værdier, kundesiden

Effektiv struktur, produktionssiden

Hvordan værdier bliver skabt for kunderne og skaber indtægt til institutionen



Forretningsmodellen

Hvis der er for lidt plads, så brug wordfilen, der kan downloades

Partnere	Aktiviteter	Værdifaktorer	Kunderrelationer	Kunderne
	Ressourcer		Vejen til kunderne	
Omkostninger			Indtægter	

SWOT

SWOT'en bruges til at lægge en nøgtern analyse af situationen frem. Den sammenfatter de foregående analysers vigtigste punkter ; men den indeholder ikke løsningsforslag.

<p>Interne styrker</p> <p>Det interne er såvel institutionens indre organisation og dens kompetencer, bestyrelsen og de frivillige, som det er den omverdensstøtte fra tilskudsydere og andre interessenter, som allerede er opnået, og som giver legitimitet og forhandlingsstyrke.</p>	<p>Interne svagheder</p> <p>Interne svagheder er institutionens egne mangler i forhold til opgaverne. Det kan også være den uvilje eller modstand, som institutionen møder i omverdenen, og som giver institutionen ringere legitimitet og forhandlingsstyrke.</p>
<p>Eksterne muligheder</p> <p>Eksterne muligheder er de endnu ikke udnyttede fordele, som findes eller er på vej i omverdenen.</p> <p>Det kan være politiske, økonomiske, befolkningsmæssige, og teknologiske muligheder, som institutionen kan have fordel af at udnytte.</p> <p>(Medtag ikke de handlinger, institutionen kan foretage sig i fremtiden. De beskrives i SWOT/TOWS-skemaet)</p>	<p>Eksterne trusler</p> <p>Eksterne trusler er de forhold i omverdenen, som kan komme til at udgøre en fare for institutionen. Det kan være årsagerne til et muligt tab af opbakning og publikum, eller det kan være tegn på ændringer, som underminerer institutionens position ved at påføre nye udfordringer.</p>

SWOT

Interne styrker 1 2 3 4 5 6	Interne svagheder 1 2 3 4 5 6
Eksterne muligheder 1 2 3 4 5 6	Eksterne trusler 1 2 3 4 5 6

TOWS

I dette skema kombineres elementerne fra SWOT'en for at skabe løsningsforslag

<p>Eksterne muligheder</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p>	<p>Eksterne trusler</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p>	
<p>Interne styrker</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p>	<p>Brug jeres styrker til at maksimere muligheder</p>	<p>Brug jeres styrker til at minimere trusler</p>
<p>Interne svagheder</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p>	<p>Brug mulighederne til at minimere svagheder</p>	<p>Minimer svagheder for at undgå trusler</p>