



De SOAR-analyse	De SOAR-analyse	
<p>Samenvatting Net zoals de SWOT is de SOAR-analyse een groepsoefening om de belangrijkste elementen van een project samen te vatten in een tabel. In tegenstelling tot de SWOT is de SOAR-analyse toegespitst op positieve elementen (sterke punten) en worden de zwakke punten niet behandeld. Daarnaast is het de bedoeling om een gemeenschappelijke visie te formuleren en te concretiseren. Het is een meer resultaatgerichte analyse die gebruikt kan worden om een communicatieplan voor te bereiden en de mogelijkheid biedt om bijvoorbeeld een samenvatting te maken van de context van een project.</p>	<p>Voordelen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participatieve tool • Resultaatgericht • Positieve formulering • Houdt rekening met de aspiraties • Concretiseert de toekomst 	<p>Voorzorgsmaatregelen/Beperkingen</p> <p>De tool helpt om de context van een project te omlijnen, maar volstaat niet om een communicatieplan op te stellen.</p> <p>Men moet ook rekening houden met de beperkingen bij de beschrijving van een context (afzonderlijk te maken).</p>
<p>SOAR is het Engelse letterwoord voor Strengths (Sterke punten)-Opportunities (Kansen)-Aspirations (Ambities) – Results (Resultaten).</p>  <p>Sterke punten • Wat zijn de sterke punten van ons project?</p> <p>Ambities • Wat willen we voor ons project (= ons streven)</p> <p>Kansen • Welke kansen moeten we aangrijpen? Op wie/wat moeten we steunen voor communicatie rond ons project?</p> <p>Resultaten • Hoe zullen we weten dat we het beoogde doel bereikt hebben? (concrete elementen om dit te meten)</p> <p> SOAR - Template</p>	<p>Waarom?</p> <p>Doel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Samenvatting van de belangrijkste elementen in een grafische weergave • Betrokkenheid van de leden van het projectteam <p>Context</p> <p>De SOAR-analyse maakt net als de SWOT-analyse deel uit van de werkmiddelen van projectmanagers en strategische managers. De tool biedt de mogelijkheid om in groep een visuele samenvatting te maken van de context van een project. De SOAR-analyse vormt een eigentijds alternatief voor de SWOT-analyse. De deelnemers worden aangemoedigd om vooruit te kijken en concrete indicatoren te formuleren. De SOAR-analyse wordt uitgevoerd in fase 1 (context) van het communicatieplan.</p>	<p>Gebruik</p> <p>Fasen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sterke punten • Kansen • Ambities • Resultaten <p>Methodologie en tips</p> <p>Uitvoering in groep.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elke deelnemer denkt afzonderlijk na over de 4 vragen van de SOAR-analyse en noteert zijn/haar ideeën. • De deelnemers delen om beurt hun ideeën mee, ofwel mondeling, ofwel door klevertjes te kleven op het bord. • De groep bespreekt de elementen en beslist welke er behouden blijven. Deze elementen worden genoteerd op het bord.

Hoe kunnen we efficiënter werken?		Om nog een stapje verder te gaan ...
Een korte vergelijking van SWOT en SOAR		<p>De hiervoor beschreven SOAR-analyse is een methode die ontwikkeld werd onder de invloedssfeer van de Appreciative Inquiry (A.I.).</p> <p>A.I. is een benadering van organisaties, teams en personen waarbij gezocht wordt naar de middelen, successen en positieve ervaringen van iedereen binnen de organisatie en de omgeving.</p> <p>Dit vervangt diagnose, kritiek en negatieve standpunten door een focus op de energie die een organisatie tot leven brengt. Het voornaamste doel hierbij is identificatie van de succesfactoren voor het team, de afdeling, de onderneming of instelling.</p> <p>Er bestaan tal van boeken en websites over A.I.</p>
SWOT	SOAR	
STRENGTHS <ul style="list-style-type: none"> • De middelen en knowhow van de organisatie • De basiselementen om zich te onderscheiden 	STRENGTHS <ul style="list-style-type: none"> • Waar zijn we echt goed in? • Wat zijn onze grootste troeven? • Waar zijn we trots op? • Wat kunnen we daaruit afleiden over onze competenties? 	
WEAKNESSES <ul style="list-style-type: none"> • Gebrek aan kracht, middelen of knowhow • Het omgekeerde van een sterk punt, een zwak concurrentievoordeel 	OPPORTUNITIES <ul style="list-style-type: none"> • Op welke wijze kunnen externe bedreigingen opportuniteiten vormen? • Hoe kunnen we bondgenoten vinden (intern en extern)? 	
OPPORTUNITIES <ul style="list-style-type: none"> • De externe voorwaarden die groei en resultaten bevorderen • Onvoldane verwachtingen van klanten, nieuwe technologieën, gunstige regelgeving 	ASPIRATIONS <ul style="list-style-type: none"> • Wat willen we worden, rekening houdend met onze sterke punten en de opportuniteiten? Wat zijn onze aspiraties? • Hoe kunnen we een verschil maken (voor de organisatie en onze belanghebbenden)? 	
THREATS <ul style="list-style-type: none"> • De externe voorwaarden die groei en resultaten belemmeren • Meer concurrentie, evolutie van de waardeketen, ongunstige regelgeving 	RESULTS <ul style="list-style-type: none"> • Hoe meten we onze resultaten? • Waarvoor willen gekend zijn/erkend worden? • Wat zijn de concrete resultaten (hoe worden ze omschreven)? 	