



INTERESSENT ANALYSE





Formål

En interessentanalyse har til formål at skabe overblik over de interne og eksterne parter, som enten er en del af virksomheden eller som virksomheden er afhængig af, for derefter at planlægge involvering af disse. Analysen bidrager til at sikre en effektiv gennemførelse af forandringer ved at definere roller og ansvar for den kommunikation, der skal skabe engagement og involvering

Deltager(e)

Foretages af personer, der har dybdegående kendskab til virksomhedens interne og eksterne samarbejdspartnere, kunder, leverandører mv.

Anvendelsestidspunkt

Interessentanalysen gennemføres i forbindelse med det konkrete supply chain innovations projekt således, at det sikres at formål, mål og succeskriterier, er attraktive for de væsentligste interessenter.





Fremgangsmåde

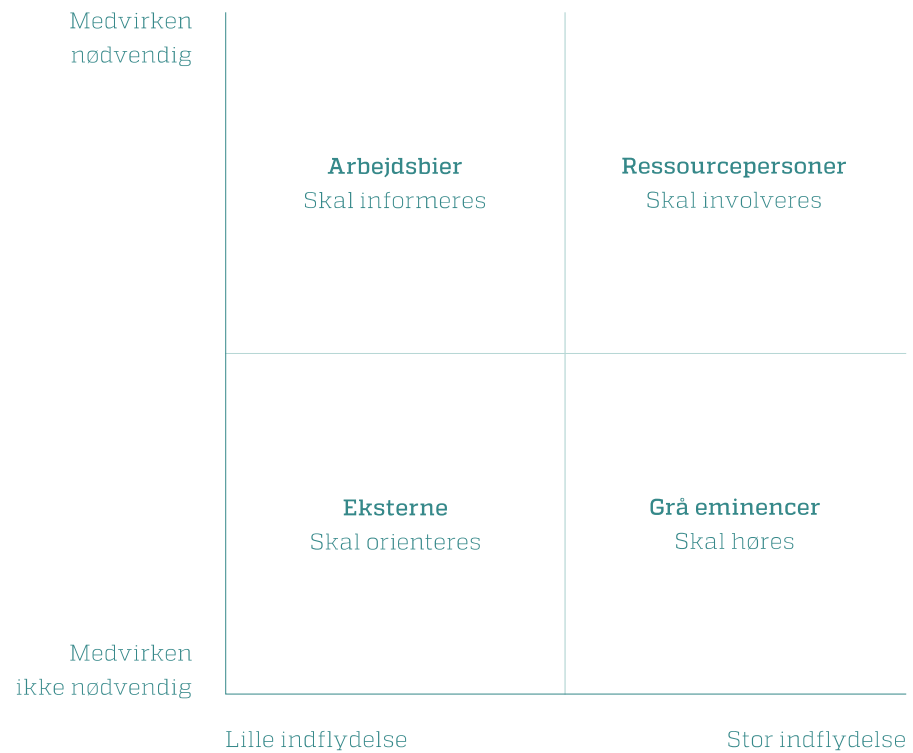
Interessentanalysen gennemføres i følgende trin:

1. Brainstorm.
2. Interessenterne sorteres i kategorier fx ud fra hvem, der har størst indflydelse.
3. Efter sorteringen udvælges de væsentligste interessenter. Der opstilles en beskrivelse af, hvilke forventninger disse interessenter har til virksomheden eller projektet, og hvilke mål der vil være attraktive for disse.
4. Når interessenterne er beskrevet med deres mål og interesser, identificeres mulige interessekonflikter.
5. Det samlede billede vurderes. Giver dette anledning til justeringer indarbejdes disse.



Figur 7 | Interessentanalyse

Interessentanalysen kan foretages ved hjælp af figuren, hvor interessenterne er listet eksempelvis efter graden af deres indflydelse og deres medvirken i supply chain innovationsprojektet.





Fordele

Interessentanalysen giver et overblik over interessenter, viden om hvilke interessenter, der skal fokuseres på samt en plan for, hvorledes de kan inddrages.

Output

Forventet output er en oversigt over og beskrivelse af interessenterne samt, hvorledes de bør involveres. Outputtet er samtidig input til virksomhedens overordnede informationsstrategi.