**Stakeholderanalyse Biermatcafé**

Final Assignment 1 BIM

Inhoudsopgave

[1. Missie, visie en strategie 3](#_Toc120552351)

[1.1 Missie 3](#_Toc120552352)

[1.2 Visie 3](#_Toc120552353)

[1.3 Strategie 3](#_Toc120552354)

[2. Key business drivers 4](#_Toc120552355)

[3. Stakeholders 5](#_Toc120552356)

# 1. Missie, visie en strategie

In dit hoofdstuk worden de missie, visie, en strategie van het Biermatcafé besproken. Deze drie punten zijn de kern van een organisatie en vormen de basis voor een succesvol bedrijf.

## 1.1 Missie

Om de missie van een organisatie te bepalen kun je de volgende vragen stellen: Waarom bestaat een bedrijf? Een missie is de opdracht die de organisatie intern heeft om de visie te bereiken.  
Het Biermatcafé bestaat om aan zoveel mogelijk studenten een tropisch vakantiegevoel te bezorgen, maar dan dicht bij huis.

## 1.2 Visie

Een visie is het toekomstbeeld van een organisatie. Het is een doel die over de lange termijn behaald moet worden. Dit doel kan later aangepast worden als het niet haalbaar blijkt te zijn, maar in eerste instantie wordt er hoog ingezet.   
De visie van het Biermatcafé is als volgt: het café moet de beste service en de kortste wachttijden van Neude hebben.

## 1.3 Strategie

In de strategie wordt beschreven wat een organisatie gaat doen om de missie en visie te bereiken. Voor de strategie van het Biermatcafé gebruiken we de waardedisciplines van Treacy en Wiersema.

Zie afbeelding 1 voor een visualisatie van deze waardedisciplines.

# 2. Key business drivers

# 3. Stakeholders