



Dansk Projektledelse



Strategiplan

2016 – 2020

(Version 1.3)

INDHOLDSFORTEGNELSE

| | |
|---|-----------|
| 1. EXECUTIVE SUMMARY | 3 |
| 2. INTRODUKTION | 4 |
| 2.1 INDLEDNING..... | 4 |
| 2.2 BAGGRUNDEN FOR STRATEGISK PLANLÆGNING | 4 |
| 2.3 STRATEGIPROCESSEN 2015..... | 4 |
| 2.4 SITUATIONSBESKRIVELSE 2015 | 5 |
| 2.5 VIGTIGE DEFINITIONER..... | 5 |
| 3. MISSION & VISION | 6 |
| 3.1 MISSION..... | 6 |
| 3.2 VISION | 6 |
| 4. MÅLGRUPPER..... | 7 |
| 5. VÆRDIER..... | 8 |
| 6. STRATEGISKE FOKUSOMRÅDER..... | 9 |
| 6.1 BRUGER-VÆRDI | 9 |
| 6.2 TILGÆNGELIGHED | 9 |
| 6.3 DYNAMIK..... | 10 |
| 6.4 FORRETNINGSMODEL | 10 |
| 6.5 IMAGE | 11 |
| 7. AFSLUTTENDE BEMÆRKNINGER | 11 |

1. Executive summary

Dansk Projektledelse har generelt et godt renommé. Foreningen opleves som en professionel aktør, der gør og har gjort en solid og god indsats for at styrke faget projektledelse i Danmark igennem mange år.

Samtidig er det klart, at foreningen skal være mere dynamisk fremover – mere i bevægelse for at kunne følge med tiden og for at sikre en bæredygtig ramme (organisation, produkter/ydelser, kommunikation, økonomi m.m.) også i fremtiden.

Sammenfattende har tilgangen til denne strategiproces og den strategiplan som nu foreligger derfor været: *hvordan sikrer vi foreningens fremtid med afsæt i det gode udgangspunkt vi allerede har?*

Foreningens **mission** er: *Vi inspirerer til værdiskabende ledelse af projekter!*

Foreningens nye **vision** er: *Vi vil være omdrejningspunkt for projektledelse i Danmark!*

Foreningens **målgrupper** for strategiperioden er:

- Projektniveauet
- Virksomhedsniveauet
- Professionen (projektledelse)

Vores-**værdier** er defineret således:

- Brugeren-i-centrum
- Nytænkende
- Ansvarlighed
- Samarbejdsglæde

Der er defineret fem nye **strategiske fokusområder** som i de kommende år skal sætte scenen, præge beslutninger samt definere mål og handlinger for det daglige arbejde i foreningen Dansk Projektledelse:

- Bruger-værdi
- Tilgængelighed
- Dynamik
- Forretningsmodel
- Image

Strategiplanen vil i strategiperioden 2016-20 blive genbesøgt og om nødvendigt justeret som del af foreningens årscyklus.

2. Introduktion

2.1 Indledning

Dette dokument beskriver Dansk Projektledelses strategiplan for perioden 2016-20. Dokumentets målgrupper udgøres af bestyrelsen, programledere, medarbejdere samt foreningens øvrige aktive.

2.2 Baggrunden for strategisk planlægning

Som de fleste andre virksomheder er Dansk Projektledelse også aktør i et dynamisk samfund under stadig forandring. Projektledelse som disciplin er under konstant udvikling; kompetencekravene til projektledere vokser i takt med virksomhederne bliver mere og mere *projektorienteret* her forstået således, at en stadig voksende del af virksomhedernes værdier skabes gennem projekter.

For at Dansk Projektledelse kan forblive en *bæredygtig* forening (bevarer sin berettigelse og det nødvendige økonomiske fundament), er det derfor nødvendigt løbende at genbesøge foreningens vision, mission og strategi.

Strategisk planlægning er et spørgsmål om at *vælge sin fremtid!*

2.3 Strategiprocessen 2015

| | |
|--------------|--|
| Mar 2015 | Strategiprocessen blev igangsat som følge af en bestyrelsesbeslutning i marts 2015 med fokus på behovet for en ny strategi for foreningen Dansk Projektledelse. |
| Maj 2015 | En arbejdsgruppe blev nedsat bestående af to bestyrelsesmedlemmer og en repræsentant fra foreningsledelsen. |
| Maj-Aug 2015 | Kommissoriet for arbejdsgruppen bestod af tre hovedopgaver: 1. Forberedelse og gennemførelse af en større meningsundersøgelse blandt foreningens brugere (medlemmer og ikke-medlemmer) 2. Udarbejdelse af situationsrapport 3. Planlægning af strategiseminar |
| Maj-Jun 2015 | Udarbejdelse af spørgeskemaer til meningsundersøgelse |
| Jun-Jul 2015 | Gennemførelse af meningsundersøgelser |
| Aug 2015 | Resultaterne af meningsundersøgelse blev bearbejdet og sammenfattet i <i>Situationsrapporten august 2015</i> , som også udgjorde hovedgrundlaget for det efterfølgende strategiseminar. |
| Aug 2015 | Gennemførelse af 2 dages strategiseminar med den samlede bestyrelse |
| Sep-Dec 2015 | Efterfølgende var det arbejdsgruppens opgave at transformere de mange resultater, dels fra meningsundersøgelsen, dels fra strategiseminar til en egentlig strategiplan. Sent i processen blev en virksomhedskonsulent tilkøbt |
| Jan 2016 | Godkendelse af den færdige strategiplan 2016-20 på bestyrelsesmøde 18. januar 2016. |

2.4 Situationsbeskrivelse 2015

En sammenfatning af hovedelementerne fra *situationsrapporten august 2015* med naturlig fokus på de situationer, tilstande, opfattelser m.m. som har givet anledning til justeringer af den tidligere strategi er opstillet i nedenstående tabel og under overskrifterne styrker & svagheder, muligheder & trusler.

| | |
|--|---|
| <p>Styrker:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Professionel ▪ Lang og "god" historie ▪ Faglighed ▪ Kvalitet ▪ IPMA Certificering ▪ Symposiet ▪ Tidsskriftet ▪ Arrangementer & Gå-hjem-møder | <p>Muligheder:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektledelse er kommet for at blive! • Virksomheder bliver stadig mere projektorienterede • Behov for kompetenceudvikling af projektledere stiger stadigt • Netværk & Videndeling • Flere har behov, som DPL ikke dækker i dag (tese) • Effektivisering • Nye veje til finansiering • Øvrige IPMA produkter/tilbud (fx Project Excellence Award) |
| <p>Svagheder:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lidt "støvet" og statisk (følger ikke nok med tiden) ▪ Mangler fornyelse ▪ Synlighed (bruger-værdier) ▪ Begrænset kendskab til produkter/ydelser ▪ Tilgængelighed ▪ Høje priser (IPMA Certificering) ▪ Økonomi (for lille margin) | <p>Trusler:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konkurrence (fra andre aktører) • Konkurrence (brugernes tid er knap og "kostbar") • Virksomheders budgetter til kompetenceudvikling er begrænsede • Trenden i foreningslivet i Danmark |

2.5 Vigtige definitioner

| | |
|--|--|
| <p>Mission: Hvorfor?</p> | Beskriver det overordnede strategiske formål med foreningens eksistens; er svaret på spørgsmålet: <i>hvorfor skal vi også i fremtiden have en Dansk forening om projektledelse?</i> |
| <p>Vision: Hvorhen?</p> | En klar, entydig og specifik beskrivelse af foreningens fremtidige mål. Det eller de mål foreningen skal styre mod. Visionen skal være foreningens <i>ledestjerne</i> . |
| <p>Strategi(er): Hvordan?</p> | En sammenhængende overordnet plan som beskriver <i>hvordan foreningen vil nå visionen</i> og opfylde intentionerne beskrevet i missionen. |
| <p>Brugere:</p> | Anvendes som en generel betegnelse for foreningens målgrupper (ref. 4 Målgrupper) og hovedinteressenter (medlemmer, ikke-medlemmer, aktive, certificerede, samarbejdspartnere m.fl.) |
| <p>Værdier:</p> | Værdierne fortæller om den ånd vi arbejder i, om grundholdningen til vores arbejde, vores kolleger og vores omgivelser. Værdierne er virksomhedens kulturbærer og underbygger spillereglerne for organisationen. Værdierne er også et ledelsesværktøj hvor de fungerer som pejlemærker for de beslutninger som skal træffes. |

3. Mission & Vision

3.1 Mission

Vi inspirerer til værdiskabende ledelse af projekter!

Dansk Projektledelse vil med nytænkning og brugeren i centrum inspirere til at få skabt mere værdi i ledelsen af projekter.

3.2 Vision

Vi vil være omdrejningspunkt for projektledelse i Danmark!

3.2.1 Uddybning

Som omdrejningspunkt for projektledelse i Danmark er vi det naturlige forum for projektledere, projektorganisationer samt professionen og vi tager del i det som foregår af betydning om projektledelse i Danmark. Vi formidler information og ny viden om tendenser og generelt om projektledelse. Vi rummer flere retninger og foreningen er attraktiv, anerkendt og foretrukket som interesseorganisation og forum for netværk inden for ledelse af projekter.

3.2.2 Indikatorer

Der gennemføres periodiske brugertilfredshedsundersøgelser i strategiperioden, hvor fokus vil være på indikatorer for at være *omdrejningspunkt*:

- Brugertilfredshed
- DPL opleves som omdrejningspunkt (der måles på imageord i afsnit 6.5 Image)
- Kendskab blandt foreningens målgrupper:
 - "Vi findes"!
 - Kendt for hvad? (vores værdiord og at vi rummer flere PL-retninger)
- Antal medlemmer/brugere fordelt på de 3 målgrupper
- Antal brugere har anvendt DPL
- DPL er synlige i medierne
- Fastholde årlige antal IPMA-certificeringer

4. Målgrupper

Dansk Projektledelse skal i den kommende strategiperiode:

- Favne både projekter og projektvirksomheder
- Virke på tværs af sektorer og brancher
- Anerkende flere tilgange til god projektledelse
- Rumme både nye og erfarne brugere

Foreningen bevarer derfor de tre målgrupper fra seneste strategiplan 2011-16; en beslutning som falder naturligt med relation til foreningens nye vision om at ville være *omdrejningspunktet for projektledelse i Danmark*.

| Målgruppe 1: | Projektniveau – personer som udøver projektledelse |
|--|---|
| Roller: | <ul style="list-style-type: none">▪ Projektledere▪ Del-projektledere▪ Projekt-koordinatorer▪ Projekt-assistenten▪ Young Crew (YC) |
| Primære strategiske fokus-/indsatsområde | Gentænke og tydeliggøre <i>værdien</i> af medlemskab i forhold til andre brugere. |

| Målgruppe 2: | Virksomhedsniveau |
|--|--|
| Roller: | <ul style="list-style-type: none">▪ Virksomhedsledere/ledere▪ Projektdirektører▪ Projekt-chefer▪ Projektsponsorer/-ejere▪ Porteføljeledere▪ Programledere▪ PMO-"ansatte" |
| Primære strategiske fokus-/indsatsområde | Dansk Projektledelse skal i højere grad være <i>omdrejningspunkt</i> for denne målgruppe. |

| Målgruppe 3: | Professionen projektledelse |
|--|--|
| Roller: | <ul style="list-style-type: none">▪ Forskere▪ Undervisere▪ Konsulenter▪ Øvrige specialister |
| Primære strategiske fokus-/indsatsområde | Gentænke og italesætte win-win relationer. |

5. Værdier

Værdierne skal ses som del af grundlaget for visionen, hvormed værdierne i høj grad skal støtte op om implementeringen af strategiplanen. Kulturen i Dansk Projektledelse skal i fremtiden hvile på følgende 4 grundlæggende værdier:

1. Brugeren i centrum

Vi vil møde vores brugere - der hvor de er!

Vi vil forstå vores brugeres behov - og tænke udefra og ind!

Vi vil skabe unikke oplevelser - og give vores brugere mere end de forventer!

2. Nytænkende

Vi vil modernisere og følge med tiden!

Vi vil tænke i nye koncepter!

Vi vil udfordre "plejer" og turde bryde vanens magt!

Vi vil det skal være sjovt og motiverende at tænke nyt!

3. Ansvarlighed

Vi er vores roller og ansvar bevidst!

Vi vil yde det bedste vi kan!

Vi vil gå hjem fra foreningsarbejdet med god samvittighed!

Vi lykkes kun når teamet lykkes!

4. Samarbejdsglæde

Vi vil at arbejdsglæden mærkes i kontakten med DPL!

Vi har respekt for andres holdninger - vi lytter, roser, og lærer!

Vi giver gerne en hånd, når der er behov for det!

Vi vil dele gode oplevelser!

6. Strategiske fokusområder

Foreningens *mission* og nye *vision* samt resultaterne af vision-nedbrydningen (ref. afsnit 5 om Strategiske mål, værdier og virkemidler) har ledet frem til valget af 5 strategiske fokusområder for den kommende 5-års-periode:

1. Bruger-værdi
2. Tilgængelighed
3. Dynamik
4. Forretningsmodel
5. Image

6.1 Bruger-værdi

Målsætning:

For at være inspirerende for tidens travle brugere af foreningen, skal Dansk Projektledelse synliggøre og kommunikere hvordan foreningen skaber værdi for sine brugere.

Indsatsområder:

- Vi skal kende brugernes behov (produkter/ydelse) for at kunne opfylde dem!
- Vi skal følge med tiden fagligt
- Vi skal "ose" af faglighed ved at involvere fagligt kompetente og gode formidlere
- Vi skal påvirke projektsamfundet ved at bidrage aktivt til fagets udvikling og ved at styrke vores relationer og netværk i projektsamfundet
- Vi skal definere og kommunikere foreningens bruger-værdier
- Vi skal være brugerorienterede frem for produktorienterede

6.2 Tilgængelighed

Målsætning:

For at gøre foreningen mere attraktiv, skal Dansk Projektledelse udvide og styrke sin push-pull evne og her-og-nu tilgængelighed. Derudover skal foreningen også i handlinger udvise rummelighed over for forskellige tilgange til god projektledelse.

Indsatsområder:

- Vi skal med ny teknologi og videreudvikling styrke foreningens tilgængelighed
 - *Virtuel tilgængelighed (anytime og real time)*
 - *Fysisk tilgængelig (real time)*

Vi skal styrke foreningens rummelighed ved at

- Udbyde produkter/ydelse som henvender sig til alle målgrupper
- Skabe plads til alle PL-retninger

6.3 Dynamik

Målsætning:

For at skabe fornyelse skal Dansk Projektledelse være dynamisk.

Indsatsområder:

- Vi skal følge med tiden og aktivere flere nye kræfter
- Vi skal være mere *eksperimenterende* – vælge nye midler og metoder samt prøve noget "uprøvet"
- Vi vil være *udadvendte*
- Vi skal sikre mere *bevægelse* i foreningen som helhed
- Vi skal tage regelmæssig pejling på omgivelserne og gennemføre *forandringer*

6.4 Forretningsmodel

Målsætning:

For at sikre Foreningens eksistens skabes en bæredygtig økonomi – en økonomi som kan "bære" både drift og nyudvikling.

Foreningens forretningsmodel skal sikre det finansielle grundlag for den løbende *drift* herunder markedsføring, levering og vedligeholdelse af foreningens bestående produkter og ydelser.

Derudover er det helt afgørende, at foreningens forretningsmodel også kan levere de nødvendige finansielle ressourcer til *nyudvikling*, som skal sikre eksistens og bæredygtighed fremadrettet.

Indsatsområder:

Vi skal (men ikke begrænse os til):

- Sælge vores produkter (ydelser og services)
- Sælge abonnementer (medlemskaber)
- Sælge vores image (partnerskaber)
- Sælge vores brugere (*sponsorer*)
- Sælge vores "impact" (*fonde*)

Vi skal fortsætte den målrettede *optimeringsindsats* ved at

- *Effektivisere* arbejdsgange
- Aktivere *frivillige* i foreningsarbejdet med fokus på *win-win*-relationer
- Anvende andres medier og ressourcer via indgåede *partnerskaber*

6.5 Image

Målsætning:

Image handler meget om den umiddelbare opfattelse og oplevelse, når en bruger "møder" foreningen. Et stærkt image er vigtigt for at kunne opnå status som *omdrejningspunkt* (ref. 3.2 Vision).

For at sikre sin status som omdrejningspunkt skabes et image med nedenstående ord som beskrivende for foreningen Dansk Projektledelse.

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Brugeren-i-centrum• Nytænkende• Værdiskabende• Dynamisk• Troværdig• Netværk | <ul style="list-style-type: none">• Udadvendt• Tempo• Tilgængelig• Rummelig• Inspirerende• "Not for profit" |
|--|--|

7. Afsluttende bemærkninger

Foreningens bestyrelse har en klar målsætning om i samarbejde med foreningens ledelse årligt at "genbesøge" strategiplanen for på den måde dels at foretage de justeringer, som måtte være nødvendige, dels sikre de aftalte strategier også bliver omsat til operationelle mål og handlinger.

Bestyrelsen og Foreningsledelsen
Januar 2016