

Interessentmodell

Referanse til kapittel8

En interessentanalyse bygger på Freemans betraktninger vedrørende «stakeholder mapping» (Freeman, Edward R. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Marshfield, MA: Pitman).

Interessentanalysen bør inneholde følgende sentrale momenter:

1. Identifiser viktige interessenter som påvirkes av den aktuelle strategien.
2. Vurder deres bidrag til virksomheten.
3. Finn ut hva interessentgruppene ønsker av virksomheten, og hvor sterke ønskene og behovene deres er.
4. Prioriter de ulike interessentene basert på viktigheten for virksomheten.
5. Balanser konkurrerende ønsker og behov ved valg av strategi:
 - De som bidrar mest, bør få mest.
 - Det er lurt å vurdere styrken i ønskene til de ulike interessentgruppene.
 - Hvis det er behov for en gruppe, bør man gi den noe selv om den har lav prioritet.

I hjelpeskjemaet for interessentanalyser kan man sette inn tall eller tekst.

Hjelpeskjema for interessentanalyse

Interessent	Interesseområde	Bidrag	Forventning	Makt	Strategi overfor interessenten	Ansvar for interessenten

