



# Strategiplan 2024-2028

## Formålet med Strategiplanen

Strategiplanen skal øke bevisstheten om statusen til Ranso og den skal fungere som et styringsverktøy i den daglige driften.

Visjon (kundeløftet), verdier og mål skal bygge opp under bedriftens formål og drift.

De ansatte skal ha mulighet for å tilegne seg den kompetansen som er nødvendig for å utvikle bedriften og opprettholde godkjenning som tiltaksarrangør.

## Kort om Ranso

Ranso er en arbeids- og inkluderingsbedrift lokalisert i Randaberg og Sola som tilbyr Varig tilrettelagt arbeid (VTA). Navnet har vi etter kommunene som eier oss; **RAN**daberg**SO**la. I Ranso skal vi heie på hverandre og være en engasjert samfunnsaktør med et stort hjerte for lokalsamfunnet vårt. Gjennom tverrfaglig samarbeid jobber vi for å gi livsglede via meningsfullt arbeid og kameratskap.

Grunnsynet er at alle kan og skal få mulighet til å delta i arbeidslivet, og gjennom det oppleve mestring, tillit, stimulering og inkludering. Våre nye inspirerende formål, verdier og den nye unike posisjonen peker i samme retning, og gir oss mening og stolthet.

## Det meningsfulle og inspirerende formålet

Formålet er svaret på hvorfor vi skal glede oss til å gå på jobb hver dag, og hva som skal inspirere oss og drive oss frem. Det handler om hva vi står for og hvilken rolle vi skal spille i samfunnet og i folks liv. Formålet skal være unikt, ekte, inspirerende og overbevisende.

Ranso sitt formål er: Gjennom mestring og samspill skaper vi hverdagsmagi.

Vi opplever daglig små og store magiske øyeblikk, både i samspill med kollegaer og våre VTA-medarbeidere. Og det er denne hverdagsmagien vi jakter i alt vi gjør, og alt vi er.

I samspill kobler vi sammen mennesker med forskjellige forutsetninger, der målet er at alle skal få næring og blomstre gjennom godt vennskap og gode arbeidsdager.

## Våre 4 Kjerneverdier – vårt personlige kompass

Verdiene våre er de få, sterke begrepene som skal kjennetegne Ranso og organisasjonen i ett og alt. De skal gjøre oss tydelige, drive oss frem mot formålet og hjelpe oss å ta beslutninger i hverdagen.

### VÅGAL

Å være VÅGAL er den verdien som kanskje er mest fremmed, men det er viktig å ha noe som utfordrer og bringer oss ut av komfortsonen og inn i fokus på utvikling (ikke endring). Det betyr at vi må bli flinkere til å tenke langsiktig, at vi av og til må ta kalkulerede risikoer der utfall er ukjent/uklart, og den gjør oss offensive i både hode og handling.

### SKAPERGLAD

Dette er en offensiv verdi, som forteller at vi er frampå, kreative og ønsker å utvikle oss.

### RAUS

I valget mellom raus og generøs landet vi på RAUS. Raus rommer mye mer av det menneskelige perspektivet, og vi mener det er en forutsetning for å kunne fungere hos oss, at vi er rause og anerkjenner ulikhet. Det å være raus betyr også at vi ser, aksepterer og respekterer andre, og det legger dermed også føringer for hvordan vi snakker til og om hverandre i kollegiet.

### LAGSPILLER

En særdeles viktig verdi, for den legger premisser for alt vi gjør. Ingen er større enn helheten, og det vi oppnår av resultater, det oppnår vi alltid sammen - både seire og tap. Videre er det få ting som er bedre enn å seire sammen, når vi har jobbet målbevisst og hardt over tid. Det å anerkjenne hverandres styrker/svakheter, men allikevel lage et vinnerlag. Det er det som kjennetegner vinnere på alle nivå. Vi i Ranso skal være både vinnere og dem som leder an på våre fagfelt fordi vi har en bedrift fylt med lagspillere.

## Den verdifulle posisjonen

Kortversjonen av den plassen vi ønsker å innta i målgruppen. "Hjertelimet" – Det etterlatte inntrykket som skal lime kundene til oss og hjelpe oss i å gjøre valg, så vi kan bli tydeligere i markedet.

**Ranso sin nye posisjon er: Fordi Ranso har lokale kvalitetsprodukter skapt gjennom mestring velger vi dem.**

En posisjon skal være ledig, langsiktig og lønnsom. For oss som både har produkter og tjenester å selge, men der det overordnede samfunnsoppdraget handler om å gi mennesker verdighet og gode dager, må vi få med begge disse aspektene. Posisjonen slår fast, uten skygge av tvil, at vi leverer kvalitetsprodukter. Derfor skal også kunder handle hos oss. Men; I tillegg så får kjøpere en vennlig påminnelse om at det er mennesker som trenger tilrettelegging i jobben som har skapt produktene, uten at det virker stigmatiserende. Det skal være en tilleggsverdi for kunden. Dette poenget understrekes gjennom

kommunikasjon og deling av de gode historiene, som det blir ekstremt viktig å fortelle med kontinuitet og kvalitet.

## **VÅRT KUNDELØFTE (slagord)/Visjon:**

### **Ranso – Ekte hverdagsmagi**

Kundeløftet er særdeles forpliktende for alle i bedriften. Det å gå på arbeid hver dag for å skape EKTE HVERDAGSMAGI; det er det få personer forunt. Kundeløftet er også fint for å skape god kommunikasjon, der vi kan spille ytterligere på MAGI og alt som hører til i et slikt univers.

### **Logokonseptet**

Vi har tatt utgangspunkt i to rektangel som er stabile former som uttrykker ærlighet. Med rette kanter og hjørner representerer de matematisk orden, rasjonalitet og formalitet. De blir ofte sett på som jordnære former. For å gjøre dem mer spennende har vi avrundet to av hjørnene i hver av dem for å skape mer spennende former. I tillegg har vi en strek eller stilk som vi velger å kalle den.

Vi har speilet de to elementer og koblet dem sammen. Arbeid handler om å være en del av et fellesskap og det å ha sosiale relasjoner til andre mennesker. Vi er alle forskjellige, men vi speiler ofte de vi har «funnet tonen med», beundrer og vil skape et fellesskap sammen med. Det skal også illustrere den nære og rause lagfølelsen vi i Ranso ønsker å utvikle.

Med den lille stilken gir de også assosiasjoner til buskeblader, og er det noe vi jobber hardt for, så er det å koble sammen mennesker for at de skal få næring og blomstre gjennom godt kameratskap og gode arbeidsdager. Vi har valgt en frisk oransje farge for å symbolisere livsglede, vitalitet og hverdagsmagi. Logoen skal først og fremst være oransje eller hvit på oransje flate.

## Styrker, svakheter, muligheter og trusler (SWAT- analyse)

Styrker	Svakheter	Muligheter	Trusler
<p>God økonomi</p> <p>Godt arbeidsmiljø</p> <p>Mye humor og glede</p> <p>Lavt sykefravær (ordinært ansatte)</p> <p>Faste oppdrag/avtaler</p> <p>Gode på service og kvalitet.</p> <p>Stabil arbeidsstokk med kompetanse på arbeidsoppgavene</p> <p>ISO- sertifisert</p> <p>Godt renommé i lokalmiljøet.</p> <p>Samarbeid med andre vekstbedrifter</p> <p>Gode på leveringspunktligheit</p> <p>Høy kvalitet på produktene</p> <p>Kreativ og åpne for nye ideer</p>	<p>Mange på venteliste, særlig på Sola</p> <p>Sårbarhet pga 2 lokasjoner</p> <p>Egenmelding (VTA)</p> <p>Muligheter for kompetanseheving for VTA</p> <p>Utstyret, spesielt på snekker begynner og utdateres.</p> <p>Mangler bil med 5 seter.</p> <p>2. etasje (toving og diverse) på Forus ikke tilpasset VTA- ansatte.</p> <p>Felles ståsted, kompetanse for ordinært ansatte</p> <p>For få oppgaver med enkle manuelle oppgaver</p>	<p>Logistikk og utarbeid kan få nye oppdrag</p> <p>Mer makulering</p> <p>Innkjøp av papir og sponpresse</p> <p>Nytt utstyr på snekker</p> <p>Samarbeid med andre vekstbedrifter</p> <p>Leveringspunktligheit</p> <p>Godt renommé</p> <p>Utvide/endre produktområdene</p> <p>Kunne investere i nytt produksjonsutstyr, kjøretøy og teknologi</p> <p>Aktivitetssenter på Sola (Forus)</p> <p>Mer salg i butikkene</p> <p>Mer synlighet</p> <p>Mer oppdrag for Kolumbus</p> <p>Styrkebasert Coaching – sertifisere ordinære ansatte</p> <p>Lærekandidatordning</p> <p>Flere VTA-plasser</p>	<p>Tilgang og pris på råvarer</p> <p>Krav til inntjening</p> <p>Marginene er små</p> <p>Rammebetingelser og krav fra NAV</p> <p>Nye VTA-plasser uteblir</p> <p>Omfang av kvalitetssystemet ISO</p> <p>Miste/ikke fornye avtalen med Kolumbus</p>

## Produkt – og markedsmatrise

	Lokalt næringsliv	Regionalt næringsliv	Institusjoner	Sola og Randaberg kommune	Lag og foreninger	Privat - personer
Trepaller	x	x				
Transport – kasser	x	x				
Hagemøbler	x	x	x	x	x	x
Andre treprodukt	x	x	x	x	x	x
Makulering	x	x	x	x	x	x
Logistikk. Pakke og kjøre – oppdrag	x	x	x	x	x	x
Tennbrikette	x	x			x	x
Uteoppdrag	x	x	x	x	x	x
Maleroppdrag	x	x				x
Produksjon på bestilling	x	x	x	x	x	X
Andre håndarbeids - produkter	x	x	x	x	X	x
Lys	x	x		x	x	X
Makulert papir og spon	X bønder	X bønder				

## Handlingsplan

Interesseparter	Arbeidstakere	Eiere, Nav og samarbeids – partnere	Foresatte / verger	Ordinært ansatte	Kunder
<b>Mål</b>	God livskvalitet med meningsfulle arbeidsoppgaver  Mulighet for kompetanseheving	Godt samarbeid og en kvalitativ god tjeneste	De kjenner virksomheten  Godt og konstruktivt samarbeid	Ha en interessant arbeidsplass  Gode lønns – og arbeidsvilkår  Mulighet for kompetanseheving	Kunne levere varer og tjenester av god kvalitet, til rett tid og til rett pris
<b>Suksess – faktorer</b>	Fornøye arbeidstakere  Aktiv bruk av “mestringsstien”  Arbeidstakere får «kompetansebevis på lavere nivå» - lærekandidatnivå	Førnøye eiere og et fornøyd NAV og samarbeids – partnere  Eiere som velger å bruke oss	Foresatte deltar på arrangement, kjøper våre produkter og som gir oss god tilbakemelding	Konkurransedyktig vilkår  Faglig utvikling og kompetanse - påfyll	Kundene kommer tilbake – gjensalg  Nye kunder
<b>Styrings – indikator</b>	Trivsels – undersøkelse/ samtale årlig  Variert jobbtilbud  Lavt fravær	Samarbeids – møter  Bruker – undersøkelse 2025 og 2027	Antall som deltar på arrangement / kjøper produkter  Gode tilbakemeldinger	Kompetanse- oversikt våren 2024  Sertifisert styrkebart coach høsten 2024  Faglig utvikling og kompetanse- påfyll  Trivselsamtaler med daglig leder årlig.	Antall kunder som er lojale  Nett- basert spørreundersøk. 2025
<b>Ambisjons - nivå</b>	Fått 10 nye VTA innen 2027  Kjøpe en 5- seter bil for å transportere ansatte til uteoppdrag i 2025  Kjøpe papir og sponpresse 2024	Beholde godkjenning av NAV  Få nye plasser  Etablere aktivitetssenter høsten 2024	Årlig økning av foresatte som deltar på arrangement  Åpen dag 1 dag i året der de ser produksjon	Ett kompetanse- hevende tiltak per år.  Tilby ASVL fagkurs for 3 arbeidsledere hvert år f.o.m 2025	Øke omsetning med 5% hvert år Få 10 nye bedrifter som bruker oss i perioden.  Markedsføring på ulike flater