MISIUNEA COMPANIEI

NIVEL 1

ELABORAT DE

GROEN QA EXPERT

OLANDA

"Acest proiect a finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație [comunicare] reflectă doar concepțiile autorului, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă de utilizarea care poate fi dată informațiilor din prezentul document".

Cuprins:

MISIUNEA COMPANIEI **2**

IMPORTANȚA MISIUNII COMPANIEI **2**

DEZVOLTAREA MISIUNII **2**

Exemple ale misiunii companiei **3**

RECOMANDĂRI ÎN FORMULAREA MISIUNII COMPANIEI **3**

MISIUNEA COMPANIEI

Întrebare asociată: Ştiți cum se dezvoltă şi cum se defineşte misiunea, viziunea şi politica companiei?

IMPORTANȚA MISIUNII COMPANIEI

Dați un răspuns calitativ şi mai degrabă filozofic la întrebarea: de ce este important să existe compania dumneavoastră.

- Misiunea stabileşte ce vor angajații (= compania) unul pentru altul şi pentru întreaga societate. Care este valoarea adăugată pe care vor s-o ofere?

- Misiunea clarifică în ce măsură compania este diferită de alte companii din acelaşi domeniu / aceeaşi categorie. Care sunt valorile împărtăşite?

DEZVOLTAREA MISIUNII

Misiunea companiei dumneavoastră poate fi dezvoltată după cum urmează:

- Dezvoltarea unei misiuni este în mod strict o sarcină a top management-ului din cadrul companiei
- Misiunea trebuie să se încadreze în cultura organizației şi să fie uşor de înțeles pentru angajați
- O misiune bine definită va arăta lumii exterioare cum vrea compania să se identifice şi să concureze cu alții pe piață
- Misiunea trebuie să fie unică şi va fi legată în mod semnificativ de obiective (a se vedea 1.1.3)
- Angajații trebuie să se simtă liniştiți în privința misiunii şi să acționeze la nivel practic în conformitate cu misiunea
- O misiune trebuie să genereze un sentiment de familie şi să stimuleze spiritele

Misiunea poate fi dezvoltată pe baza cercetării istorice a arheologiei companiei:

- Care sunt trăsăturile principale ale companiei
- De ce sunt angajații mândrii să lucreze pentru companie?
- Care este diferența față de concurență?
- De ce compania este activă doar în țară sau de ce este activă la scară internațională?

Atunci când directorul a dezvoltat o misiune draft, o va discuta cu managerii, colegii, finanțatorii, clienții, angajații. Întrebarea sa va fi “citiți pentru mine”, “aşa suntem noi?” Din

feedback, îşi poate îmbunătăți încetul cu încetul concepția. Procesul poate dura câteva luni până când să fie în regulă şi până când să fie acceptat la scară largă. Misiunea poate fi atribuită atelierelor din companie la un nivel diferit, pentru a ajunge la cel mai bun rezultat acceptat.

Atunci când misiunea va fi finală, directorul va explica angajaților care este semnificația, iar misiunea va fi supusă discutării împreună cu angajații. De asemenea, misiunea are o funcție puternică la angajarea noului personal care trebuie implicat în aceasta.

Misiunea va arăta calea pentru stabilirea politicii şi obiectivelor şi poate funcționa ca un catalizator pentru standardele de comportare din cadrul companiei.

Exemple ale misiunii companiei

Matsushita: Vom răsplăti amabilitatea asociaților noştri, a comunității, a națiunii şi a prietenilor noştri străini cu recunoştință. Spiritul de recunoştință ne va face să trăim împăcați, bucuroşi şi cu o putere fără egal pentru a învinge toate dificultățile.

Johnson & Johnson: Credem că prima noastră datorie este față de medici, asistente medicale şi pacienți, față de mame şi față de toți cei care ne folosesc produsele şi serviciile.

Apple: Recunoaştem că vine o vreme unică în care eforturile noastre vor schimba modul de lucru şi de viață al oamenilor. Este aventură, iar noi suntem împreună.

RECOMANDĂRI ÎN FORMULAREA MISIUNII COMPANIEI

Să se dea un răspuns calitativ, mai degrabă filozofic la întrebarea: de ce este important să existe compania dumneavoastră.

- Misiunea stabileşte ce vor angajații (= compania) unul pentru altul şi pentru întreaga societate. Care este valoarea adăugată pe care vor s-o ofere?

- Misiunea clarifică în ce măsură compania este diferită de alte companii din acelaşi domeniu / aceeaşi categorie. Care sunt valorile împărtăşite?