

JAK DOSTOSOWAĆ FIRMĘ DO STAŁE ZMIENIAJĄCEGO SIĘ OTOCZENIA RYNKOWEGO?



W tej chwili wiemy, że Ci przedsiębiorcy, którzy najszybciej dostosowali się do nowych wymagań rynku, wygrywają. Na tym opiera się u największych światowych graczy. Jak nadążać za ciągłą zmianą? odpowiadać na nowe potrzeby rynku?

Aktualnie, w czasach kiedy pewne jest tylko to, że otoczenie rynkowe nieustannie zmienia się, zdolność adaptacji a także ich przewidywanie może być kluczowe. Zależy od niej nie tylko sukces przedsiębiorstwa ale czasem również bycie albo nie bycia. Sukces największych światowych liderów opiera się nie tylko na błyskawicznym dostosowywaniu się do zmian ale często samodzielnie kreowaniu trendów.

Znajdź przyczynę

Zagadka nie jest zbyt trudna do rozwiązania. Większość firm koncentruje się na optymalizacji efektywności poprzez uproszczenie procesów, obniżenie kosztów

jednocześnie maksymalizację zysków. Problem pojawia się, kiedy do rynku idzie przekaz, że firma może więcej niż w rzeczywistości. Nie jest bowiem nieustannie zmniejszanie kosztów i uzyskiwanie coraz lepszych wyników. Granica istnieje.

Większość projektów skupia się na rozszerzaniu aktualnych ofert poprzez dodanie nowych elementów lub zwiększenie współczynników. Zamiast patrzeć na przerwane inwestycje lub rozszerzać rynek na nowe obszary, które rokują na przyszłość, robimy wszystko by być najlepszym ale tu i teraz. Świetnym przykładem by to zobrazować jest rynek smartfonów. Jest on na tyle dojrzały, że nowy produkt bardziej nudzi odbiorców niż ich ekscytuje i zachęca do zakupu.

Dlaczego nie chcemy się zmieniać

Skupiamy się na niedoścignionej idealnej efektywności polegającej na redukcji kosztów i ciągłym ulepszaniu ofert, usiłując utrzymać wzrost sprzedaży. Po czasie w kontekście zmieniającego się otoczenia okazuje się być głęboko zakorzeniona w kulturze organizacyjnej i w samych ludziach.

Kultury organizacyjne rozwijają się poprzez odzwierciedlanie wartości, którymi kieruje się przedsiębiorstwo, osobowości, a także poprzez priorytety zaangażowanych w jej budowę, rozwój i utrzymanie.

Utrwalone stałe praktyki, które sprawdzały się lata wcześniej teraz tracą swoje zastosowanie. Nie odpowiadają aktualnie zmieniającym się warunkom i trendom. Presja pracy, zgodnie z takimi założeniami i ludzkiej opozycji do każdej zmiany naturalnie tłumi chęć robienia czegoś nowego lub tego samego ale w inny sposób. Jednocześnie następuje idealizacja tych praktyk, które jednak w większości przypadków dały wcześniej mniejszy lub większy sukces. Inwestycja w odmienne działanie jest sprzeczna z tym, co ludzie uważają za cel swojej codziennej pracy.

Zobowiązanie do obsługi klienta, zgodnie z przyjętymi zasadami i oferta, gdzie firma jest ekspertem w swojej dziedzinie nigdy nie będzie przyczyną do zmiany procesów czy ich samych. Za tym idzie kolejne zjawisko - w podejściu liderów i managerów tworzą się ramy dla ich kreatywności, na które mają wpływ dotychczasowe doświadczenia i kultura organizacyjna przedsiębiorstwa. W silnej kulturze, w oparciu o wieloletnich pracowników, większość decyzji podejmuje przez pryzmat przeszłości firmy.

Jako ludzie jesteśmy skłonni postrzegać zmiany jako niekorzystne, szczególnie kiedy status quo jest względnie wygodny. Dobrowolnie nie szukamy możliwości zmian procesów i podejść, które nie są może idealne ale działają. Działania zmierzające do zmian są blokowane lub odkładane na półkę. Strategia staje się argumentem w uzasadnieniu tych samych lub podobnych wysiłków inwestycyjnych, co do tej pory, czasem w nowych obszarach, z wykorzystaniem nowo technologii aby pozyskać nowych klientów. Podejście pozostaje dokładnie takie samo jak wcześniej.

W tej chwili niektóre przedsiębiorstwa próbują wyjść z cyklu sukcesów opartego na dotychczasowych doświadczeniach. Nie mają już one zastosowania w świecie, którym wszystko się zmieniło. Kodak, kiedyś olbrzymi gracz rynku aparatów wymyślił aparat cyfrowy ale ostatecznie stracił, ponieważ kultura i podkultura organizacyjne nie pozwoliły mu na to.

8 pomysłów, jak to zrobić

Siły organizacyjne, kulturowe, osobiste a także przyjęte zwyczaje opierając się na zmianach, są bardzo silne. Jest to jedno z najbardziej doniosłych wyzwań dla liderów.

Oto 8 pomysłów, które pomogą Twoim managerom i starszym specjalistom pokonać ten opór:

Uzyskaj wsparcie dla zmian po stronie najbardziej aktywnych liderów.

Promowanie i pozyskiwanie poparcia dla aktywnego dążenia "do nowego" jest zadaniem niezwykle trudnym ale bez werbalizacji tego oczekiwania, nie da się osiągnąć. Ten element powinien stać się jednym z podstawowych zadań managerów. Musi wykraczać poza codzienne rozmowy. Powinien obejmować straty i określać konkretne cele. Liderzy powinni wyrażać własne potrzeby i promować innowacyjną postawę, by uczyć, modelować i wzmacniać podobne zachowania swoich zespołów.

Wykorzystaj doświadczenie organizacji

Nigdy nie podejmuj działań, które mogłyby trywializować lub umniejszać sukcesy z przeszłości. Czasem zdarza się, że zmiana powoduje burzenie fundame Pracownicy, zwłaszcza wieloletni, tracą poczucie stabilności. Poswataj znaleźć w przeszłości element, do którego mógłbyś się odwołać. Dowód, że firma r przewyżczyć przeszkody i rozwiązywać problemy. Kreatywność i dotychczasowe dokonania mają zasadnicze znaczenie dla budowania przyszłości. Chwal t było ale wykształć w ludziach potrzebę użycia narzędzi zmian, by wykorzystać te zwycięstwa.

Dokonaj rozpoznania

Zidentyfikuj nowe możliwości, jako priorytet. Zadaniem właścicieli firm jest dążenie do nowego nie tylko poprzez stałe werbalizowanie oczekiwań ale także po działania i nagrody. Poprzez finansowanie kreatywnych projektów, wszyscy uczą się, że warto się w nie angażować. Celebrowanie sukcesów i wyciąganie wnio z nieudanych eksperymentów będzie miało dla organizacji wielką wartość. Konsekwentnie umacniaj konieczność zmiany.

Użyj Modelu horyzontów

Konieczne jest, by zarówno pracownicy, jak i inwestycje uwzględniały wiele horyzontów czasowych. Użyj Modelu Horyzontów, w którym plany i działania podzi są na ramy czasowe odnoszące się do następnego roku, kolejnych trzech lat i powyżej trzech lat (horyzont pierwszy, drugi i trzeci). Uznajcie, że inwestycje oceniane na horyzoncie pierwszym ale musisz też mieć skierowane prace na działania w horyzoncie drugim i trzecim.

Zeskanuj każdego pracownika

W firmach, które próbują nadażyć za zmianami, zaobserwować można prace zewnętrznego skanowania i rozwijania nowego pomysłu są ograniczone do pozycji mających w nazwie *strategiczny*. To starsze, restrykcyjne podejście nie sprawdza się w otoczeniu, gdzie każdy ma dostęp do ogromnych ilości danych czasie rzeczywistym. Zamiast tłumaczyć pomysły i informacje, znajdź sposób by angażować wszystkich pracowników w kreowanie nowych rozwiązań. Wykor. media społecznościowe lub crowdsourcing

Znajdź powiązania pomiędzy sukcesami

Kluczem do sukcesu jest odnajdywanie powiązań osobowych a także kreowanie i ukazanie wielu propozycji "ułatwiających pracę". Wymagają one inwencji i cierpliwości a większość firm ma zbyt duże tempo pracy, by oddzielić plany horyzontu pierwszego oraz drugiego w perspektywie krótkoterminowej. Bez wsparcia inicjatywy umierają z powodu utraty zainteresowania. Pamiętaj też, że bez solidnego wsparcia horyzontu drugiego i trzeciego, przyszły sukces jest zagrożony. Dlatego staraj się, by każdy projekt miał osobę, która za niego odpowiada i dba o efektywne przeprowadzenie prac a później wdrożenie.

Wykorzystuj nowe pomysły jako możliwość rozwoju pracowników

Często potrzebne są nowe umiejętności - by odnieść sukces dzięki technologiom, czy podejściu biznesowemu. Upewnij się, że szanse chętnych i zdolnych którzy są starsi niż pozostali są równe w stosunku do ich młodszych kolegów. Nie każdy pracownik prezentuje innowacyjną postawę ale wielu będzie zadowolone z ponownego wykreowania samego siebie w ramach procesów zmian w firmie.

Wykorzystaj sukcesy, by podsycać pożary

Świętowanie małych i wielkich zwycięstw w tworzeniu czegoś nowego powinno stać się procedurą operacyjną firmy. Konwencja mająca na celu wychwytywanie najciekawszych rozwiązań a także nauka poprzez dążenie do zmian jest kluczowa z punktu widzenia ugruntowania odpowiedniego nastawienia. Nie przejmij tylko wynikami horyzontu pierwszego. Pamiętaj też o horyzoncie drugim i trzecim. Wykorzystaj starannie dobrane współczynniki, które uwzględniają włą środki dla przyszłych inwestycji.

Ignorowanie potrzeby zmiany lub uznania wyzwania bez aktywnego wspierania organizacji i pracowników może doprowadzić do upadku firmy. Wszyscy muszą skupić się, pracując teraz na przyszłość. Nadszedł czas, by uczyć pracowników, że lęk przed zmianą jest irracjonalny a to, czego naprawdę powinniśmy się bójmy unikanie.

Joanna Sadowska-Nowotniak



Autorka prowadzi bloga wlovebusiness.pl/. Zajmuje się promocją miękkich aspektów zarządzania, przywództwa oraz organizacji pracy. Proponuje najnowsze trendy i badania naukowe, które można wykorzystać w codziennej pracy.

Lubię to! 1

Udostępnij

Komentarze

[Dodaj komentarz](#)