

Raport z badania ©Firma 360

Dzień dobry,

oto raport ©Firma 360, przygotowany w oparciu o Twoje odpowiedzi. Przedstawiamy w nim wyniki Twojej firmy w podziale na wszystkie elementy naszego modelu. Trzy najwyższe i najniższe wyniki omówimy szczegółowo, wskazując również możliwości działań, które warto rozważyć

Wkrótce skontaktujemy się z Tobą, aby porozmawiać o zawartości Raportu.

Model Firma 360 Grupy ALT



Model Firma 360 zakłada, że całościowe spojrzenie na każdą firmę musi uwzględniać trzy obszary:

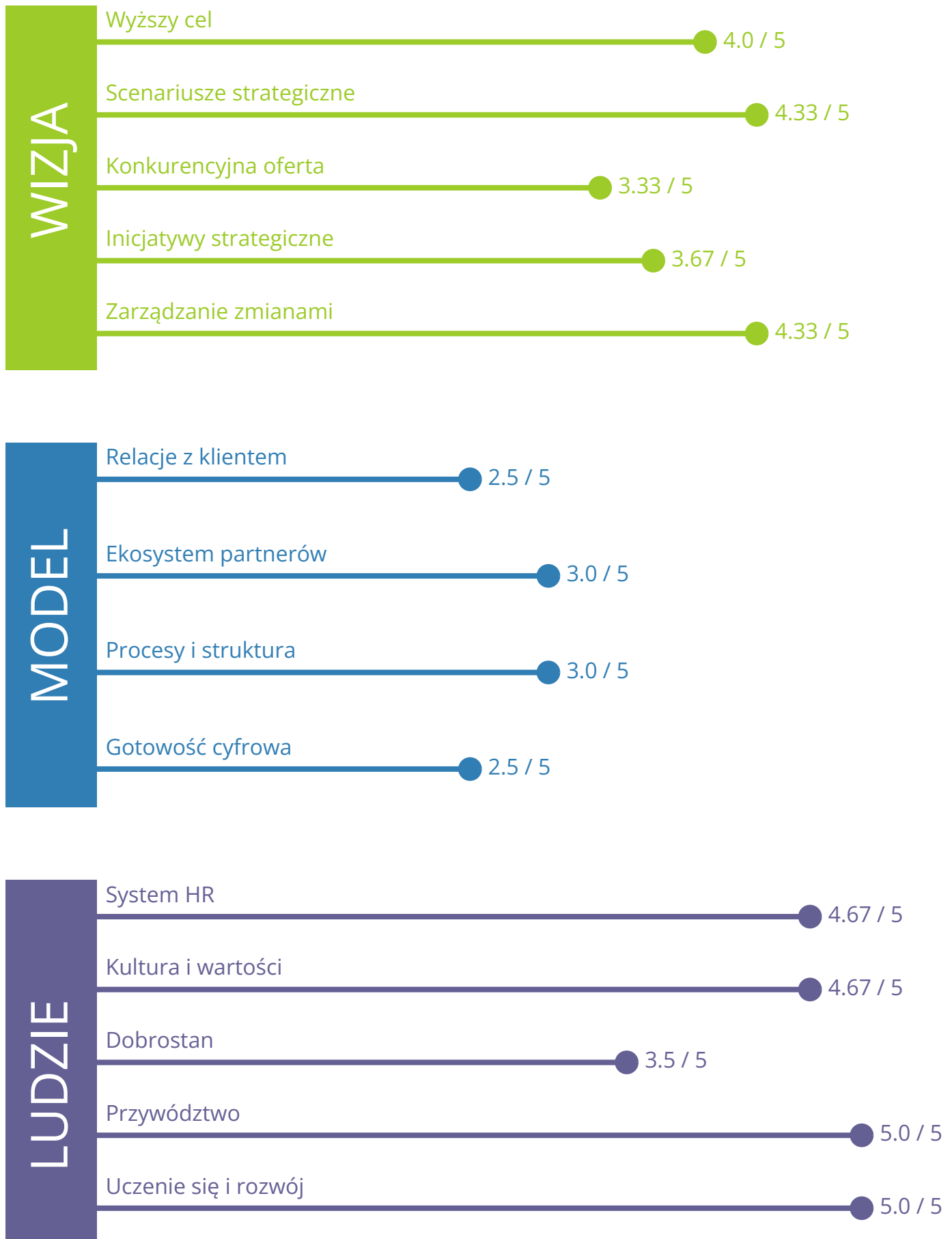
WIZJĘ jej rozwoju

MODEL zarządzania i organizacji biznesu przyjęty w firmie

skuteczne pozyskiwanie i utrzymanie LUDZI

Oczywiście każda firma mierzy się z wyzwaniami i wykorzystuje sukcesy w specyficznych dla siebie obszarach. Przydatność modelu Firma 360 polega właśnie na tym, że jest całościowy – wskazuje precyzyjnie, które obszary należy wykorzystywać, a nad którymi pracować. Po przeprowadzeniu pełnego badania Firma 360 (w udziałem pracowników) stworzymy unikatowy dla Twojej Firmy model połączeń między tymi obszarami tak aby pokazać Ci, jak Twoja firma funkcjonuje jako jeden organizm. Na tej podstawie można najbardziej rzetelnie planować zarówno zmiany, jak pełne wykorzystanie Waszego potencjału.

Wyniki Twojego badania



Mocne i słabe strony Twojej Firmy

Poniżej znajdziesz informacje jak wyglądają u Ciebie w Firmie główne filary Firmy 360. Następnie znajdziesz elementy, które wypadają najlepiej i warto je wykorzystać oraz te, które wypadają najgorzej i trzeba nad nimi pracować.

WIZJA

3.93 /5

MODEL

2.75 /5

LUDZIE

4.57 /5

Najmocniejsze strony Twojej Firmy:

Przywództwo

Uczenie się i rozwój

Kultura i wartości

Najsłabsze strony Twojej Firmy:

Relacje z klientem

Gotowość cyfrowa

Procesy i struktura

Przywódstwo

To jeden z najmocniejszych wyników Twojej Firmy

Świadome przywództwo to jeden z filarów dobrego prowadzenia firmy. Polega ono na wskazywaniu ludziom drogi i wspieraniu ich w osiągnięciu celów. Rozwój własnych kompetencji przywódczych, w tym np. stylów zarządzania lub umiejętności takich jak udzielanie feedbacku, stanowią podstawę coraz skuteczniejszego funkcjonowania w roli lidera. Podejście do tego, jaki powinien być dobry lider w dzisiejszym świecie, różni się znacząco od tego, jak wyglądało to choćby 10 lat temu. Warto zatem śledzić trendy zmieniającego się świata.

Co to znaczy?

Wysoki wynik oznacza, że w Twojej firmie pracują faktycznie liderzy, a nie jedynie menadżerowie. Takie autentyczne przywództwo, czyli oparte na bliskości z ludźmi oraz przykłady osobistym, jest atutem firmy, ponieważ w najlepszy możliwy sposób pozwala kształtować zarówno jakość pracy ludzi, jak i aspekty „miękkie” takie jak kultura organizacyjna. Tak działająca firma, o ile stale wspiera swoich liderów i inspiruje ich do działania, może być pewna wysokiej spójności i zaangażowania ludzi, a także ich lojalności. Nikt zaś lepiej i celniej nie wskaże Wam potrzeby zmian i sposób usprawniania pracy niż ludzie, którym autentycznie na firmie zależy.

Co można zrobić?

Wasi liderzy są prawdopodobnie gotowi do tego, aby wyjść poza standardowe schematy stylów zarządzania i realizacji zadań kierowniczych i zagłębić się w najnowsze koncepcje przewodzenia ludziom, takie jak przywództwo służebne i transformacyjne. Macie doskonałą okazję, by realizować sposób przewodzenia ludziom dostosowany do potrzeb pokolenia wchodzącego właśnie na rynek pracy, a poprzez to zaoferować temu pokoleniu najlepsze możliwe warunki do działania. Jednocześnie warto myśleć o wychowywaniu w firmie kolejnego pokolenia liderów, którzy mogą już w tej chwili (np. za pomocą programów mentoringowych) czerpać z doświadczeń i osobowości obecnych liderów.

Uczenie się i rozwój

To jeden z najmocniejszych wyników Twojej Firmy

Rozwój ludzi obejmuje wiele form, np. szkolenia, coaching, mentoring. W sprawnie zarządzanych firmach funkcjonują mapy kompetencji, które opisują to, jakie kompetencje na poszczególnych stanowiskach są dla firmy ważne. W oparciu o taki model można racjonalnie gospodarować środkami na rozwój pracowników oraz realizować rozwój kompetencji w różnorodny sposób, nie tylko poprzez szkolenia.

Co to znaczy?

Wysoki wynik oznacza, że w Twojej firmie powstał i działa system oceny kompetencji pracowników. To on stanowi podstawę planowania działań rozwojowych (np. szkoleń) i decyzji o wydatkowaniu na te działania środków. W ten sposób możecie zachować efektywność budżetową, w pierwszej kolejności realizując te formy, które dostarczą najbardziej potrzebnych w organizacji kompetencji. Dodatkowo całość systemu rozwoju jest przejrzysta i przewidywalna dla ludzi – można np. tworzyć katalogi szkoleń na cały rok z góry, zapewniając kontakt z dostawcami tych usług i czas na planowanie poszczególnych form.

Co można zrobić?

Warto rozważyć wykorzystanie Waszego modelu kompetencji szerzej – nie tylko do planowania form rozwojowych i diagnozy pracowników. Taki system, jeżeli zamienicie go w Mapę Kompetencji w firmie, pozwoli Was oszacować, na jakie stanowiska wymagane są jakie kompetencje. Dzięki temu pracownicy będą mogli planować swoją karierę wewnątrz organizacji i realizować ją poprzez rozwój swoich kompetencji. W takiej sytuacji tzw. rekrutacja wewnętrzna będzie bardzo skuteczna i jednocześnie pokaże ludziom w firmie, że warto wiązać się z nią na długi czas, nawet mimo chwilowych trudności.

Kultura i wartości

To jeden z najmocniejszych wyników Twojej Firmy

Kultura firmy to zbiór przekonań i zachowań ludzi. To sposób myślenia i działania, który się w firmie utarł. Kulturę widać w każdym działaniu: w tym, jak ludzie się komunikują, jak się nawzajem traktują, jak podchodzą do sytuacji spornych. Kształtowanie kultury organizacyjnej to zadanie długofalowe, za to przynoszące wyraźne rezultaty dla codziennego funkcjonowania firmy.

Co to znaczy?

Wysoki wynik oznacza, że w Twojej firmie wprowadziliście z sukcesem produktywną i powszechnie przyjętą kulturę organizacyjną opartą o wartości wspólne dla pracowników. Nie bez powodu mówi się, że „kultura zjada strategię na śniadanie”. Zrozumienie, że nie da się ludziom wartości narzucić, a zamiast tego należy szukać wśród nich „wspólnego mianownika” to ważny element pracy z wartościami w firmie. Można natomiast wprowadzić zaplanowaną kulturę organizacyjną, jeżeli jednocześnie pokaże się ludziom, jakich konkretnych zachowań i stylu komunikacji oczekujecie od nich w pracy.

Co można zrobić?

O system wartości i kulturę organizacyjną warto stale dbać. Na pewno warto przypominać o nich pracownikom w wewnętrznej komunikacji lub promując określone działania w firmie, jeżeli wynikają one z Waszych wartości. W bardzo zaawansowanych firmach powołuje się często rzeczownika wartości (lub nawet etyki). Warto także włączyć kwestię kultury i wartości do procesów rekrutacyjnych tak, aby zorientować się już na tym wczesnym etapie, jakiego rodzaju wsparcia będzie wymagał nowy pracownik przy wprowadzaniu do firmy (onboardingu).

Relacje z klientem

To jeden ze słabszych wyników Twojej Firmy

Łatwy kontakt z firmą, szybkie rozwiązywanie problemów Klientów, budowanie z nimi zaufanych relacji oraz regularne badanie ich opinii, to podstawa skutecznego pozyskiwania i utrzymywania klientów, a w efekcie wzrostu sprzedaży. Obecnie oferty firm konkurencyjnych są często bardzo podobne do siebie, dlatego przewagę buduje się podejściem do obsługi klientów i kształtowania relacji z nimi.

Co to znaczy?

Niski wynik oznacza, że w Twojej firmie należy popracować nad ukształtowaniem odpowiedniej relacji z klientami. Wiecie na pewno doskonale, że obecnie oferty firm konkurencyjnych są często bardzo podobne do siebie, dlatego przewagę buduje się podejściem do obsługi klientów i kształtowania relacji z nimi. Takie kształtowanie zaufanej relacji to praca długotrwała, która wymaga zaangażowania właściwie wszystkich zespołów w firmie, nawet tych, które nie mają bezpośredniego kontaktu z klientem. Wszak klient ostatecznie będzie miał kontakt z rezultatami ich pracy.

Co można zrobić?

Warto rozważyć działania zmierzające do budowania w świadomy sposób relacji z klientami i Waszego wizerunku w ich oczach. Należą do nich na przykład (1) Warsztaty służące wypracowaniu strategii pozyskiwania i utrzymywania Klientów, które bazują m.in. na pogłębionej analizie „persony” i „mapy podróży klienta” biorących pod uwagę cele klienta i organizacji, działania jakie klient wykonuje oraz emocje, jakie mu towarzyszą na różnych etapach i w różnych kanałach kontaktu z firmą. (2) Warsztaty rozwijające kompetencje sprzedaży konsultacyjnej, w oparciu o koncepcję zaufanego doradcy, dla firm działających w branży usług profesjonalnych.

Gotowość cyfrowa

To jeden ze słabszych wyników Twojej Firmy

Gotowość cyfrowa to stopień przygotowania Twojej firmy do funkcjonowania w nowoczesnym świecie cyfrowym. Obejmuje ona poziom przygotowania procesów wewnętrznych, kontaktów z klientami i dostawcami, a także mentalną gotowość pracowników do działania w świecie cyfrowym, w tym ich kompetencje.

Co to znaczy?

Niski wynik oznacza, że w Twojej firmie nie jesteście jeszcze w wysokim stopniu przygotowani do transformacji cyfrowej. Transformacja cyfrowa oznacza nie tylko przejście na cyfrowe narzędzia czy wprowadzenie odpowiedniego hybrydowego modelu działania. To także poważna zmiana w mentalności i kompetencjach wszystkich ludzi, od najwyższego poziomu zarządzania do szeregowych pracowników. Firma, która w ten szeroki sposób patrzy na kwestię cyfryzacji swojego działania, będzie mogła w pełni wykorzystać korzyści płynące z technologii jednocześnie unikając takich jej pułapek jak np. utrata tożsamości zespołów lub spadek produktywności.

Co można zrobić?

Warto rozważyć działania zmierzające cyfryzowania nie tylko procesów i działań, ale przede wszystkim mentalności Waszej organizacji, w tym realizacji w praktyce modelu hybrydowego działania firmy. Należą do nich na przykład Warsztaty gotowości cyfrowej poprzedzone Audytem Gotowości Cyfrowej i poświęcone zapoznaniu się ze wszystkimi aspektami gotowości: systemowymi, procesowymi i ludzkimi. W trakcie warsztatów, rozmawiamy również jak wyglądają obecnie trendy związane z cyfryzacją w biznesie i określamy kierunki cyfryzacji w firmie, w odniesieniu do planów strategicznych. Planujemy również ich wdrożenie, angażując dodatkowych, profesjonalnych wykonawców specyficznych usług cyfryzacyjnych.

Procesy i struktura

To jeden ze słabszych wyników Twojej Firmy

Zwinne firmy:

- porządkują i upraszczają procesy wewnętrzne,
- spłaszczają struktury organizacyjne,
- wprowadzają przejrzyste zasady ładu korporacyjnego.

Wszystko po to, aby efektywnie dostarczać klientom usługi i produkty oraz bardzo sprawnie przechodzić od realizacji jednego scenariusza strategicznego do drugiego. Hierarchiczne struktury, skomplikowane procesy, które mają kilkoro właścicieli, są przeszkodą nie tylko dla efektywnych działań i sprawnych decyzji, ale często też hamują inicjatywę i zaangażowanie pracowników.

Co to znaczy?

Niski wynik oznacza, że w Twojej firmie od strony ładu korporacyjnego jak do tej pory nie jesteście w bardzo dobrym miejscu. „Ułożenie” procesów, ich logika, przejrzystość i przede wszystkim wygoda użytkowników (Waszych pracowników) zapewnią Wam zarówno wysoką wydajność (tempo i jakość podejmowanych decyzji) jak i przekonanie ludzi, że pracują w uporządkowanej firmie. To duży kapitał.

Co można zrobić?

Warto rozważyć działania zmierzające do usprawnienia podstawowych i zaawansowanych procesów w Waszej firmie. Należą do nich na przykład Warsztaty służące wypracowaniu sprawnego modelu procesowo-organizacyjnego poprzedzone przeglądem kluczowych procesów, struktur organizacyjnych oraz zasad zarządzania, pod kątem efektywności w dostarczaniu klientom produktów/usług oraz zwinności działania.

ALT - GRUPA DORADCZA SP. Z O.O.

ul. Kazimierzowska 43/41, 02-575 Warszawa
NIP: 5213940304
KRS: 0000923209

KONTAKT

tel. +48 602 118 619
tel. +48 661 464 771
e-mail: info@grupaaalt.eu
www.grupaaalt.eu