



۵ استاندارد یک هدف آرمانی

هدف آرمانی، یک چشم‌انداز ویژه به‌سوی آینده‌ای است که هنوز وجود ندارد و برای اینکه یک هدف آرمانی، سمت‌وسوی کارمان را مشخص کند، الهام‌بخش ما برای فداکاری باشد و ماندگاری خود را نه صرفاً در شرایط کنونی بلکه برای نسل‌های بعد نیز حفظ کند، باید پنج استاندارد را رعایت نماید. آن دسته از افرادی که از آرمانی بودن بیانیه هدف، ماموریت یا چشم‌انداز خود اطمینان ندارند یا آن‌هایی که علاقه‌مندند تا هدفی آرمانی را برای رهبری خود برگزینند، می‌توانند از این استانداردها به‌عنوان یک آزمون ساده بهره بگیرند.

۱. برای یک مقصود مشخص باشد

اهداف آرمانی چیزی است که به‌پای آن می‌ایستیم و به آن باور داریم، نه چیزی که علیه آن کار می‌کنیم. وقتی عصبانی یا وحشت‌زده هستیم، به‌شدت احساساتی می‌شویم و کنترل خودمان را از دست می‌دهیم؛ اما کار برای یک مقصود مشخص،

موجب الهام بخشی و هدفمندی ما می شود.

این مقصود مشخص، روح انسان را شعله ور کرده و وجودمان را سرشار از امید و خوش بینی می کند. کار علیه یک هدف به بدنام کردن، ارائه یک تصویر شیطانی یا نفی رقبا ختم می شود؛ اما کار برای یک هدف، همه را دعوت می کند تا به این جنبش مشترک بپیوندند.

وقتی علیه یک هدف کار می کنید، توجه خود را معطوف به ارائه واکنش به حرکات دیگران خواهید کرد. اما وقتی برای یک هدف کار می کنید، توجهتان را بر ساخت یک آینده جدید می گذارید و قوه تجسمتان را فعال خواهید کرد.

۲. پذیرا باشید

آغوش خود را برای تمامی افرادی که خواهان کمک رسانی هستند بگشایید. انسانها دوست دارند بخشی از یک جامعه باشند. این حس تعلق را دوست داریم. از عضویت در یک گروه لذت می بریم.

هدف آرمانی هم در نقش یک دعوت نامه عمل کرده و ما را ترغیب می کند تا به گروه بپیوندیم و هدفی فراتر از خودمان را به پیش ببریم. وقتی واژگان هدف آرمانی، به ما کمک می کنند تا نسخه مثبت، ویژه و متفاوتی را برای آینده مان تصور کنیم، جنبشی را در درونمان راه می اندازند تا دستمان را بالا بیاوریم و به دیگران بپیوندیم.

بیانیه هدفی که با مهارت نوشته شده، تشویقمان می کند تا ایده ها، زمان، تجربه و هر آنچه می تواند به پیش چشم انداز جدیدمان یاری برساند را ارائه دهیم.

۳. خدمت محور باشد

یک هدف آرمانی باید حداقل شامل دو جناح باشد؛ مشارکت کننده ها و ذی نفعان. دهنده ها و گیرنده ها. مشارکت کننده ها چیزهایی نظیر ایده ها، سخت کوشی یا پول

خود را اعطا می‌کنند تا به‌پیش هدف آرمانی یاری برسانند و گیرنده‌های این کمک‌ها نیز منتفع می‌شوند. برای خدمت محور بودن یک هدف آرمانی، باید شرایطی برقرار شود که عواید اصلی کمک‌های سازمان نه در اختیار مشارکت‌کننده‌ها بلکه در اختیار مردم قرار بگیرد.

۴. منعطف باشد

در بازی نامحدود کسب‌وکار، هدف آرمانی باید بزرگ‌تر از محصولات ساخته‌شده و خدمات ارائه‌شده توسط ما باشد. در واقع محصولات و خدمات ما، بخشی از چیزهایی هستند که از آن‌ها برای پیشبرد هدف خود بهره می‌گیریم و خودشان یک هدف محسوب نمی‌شوند. اگر هدف خود را در قالب محصولات ترسیم کنیم، وجود سازمان مشروط به آن محصولات خواهد شد. ظهور هر فناوری جدید می‌تواند یک‌شبه محصولات، هدف و در واقع کل شرکت را منسوخ و باطل کند.

به‌عنوان نمونه ناشرانی که به‌جای انتشار ایده‌ها، هدف خود را صرفاً محدود به چاپ کتاب کردند، فرصت سرمایه‌گذاری روی فناوری‌های جدید و پیشبرد هدف خود را پیدا نکردند. آن‌ها هم می‌توانستند آمازون یا کتاب‌خوان‌های الکترونیک و دیجیتال را اختراع کنند.

بازارها افت‌وخیز دارند، افراد می‌آیند و می‌روند، فناوری‌ها تکامل می‌یابند و محصولات و خدمات، خود را با ذائقه مشتریان و تقاضاهای بازار انطباق می‌دهند. به اهدافی نیاز داریم که ماندگار باشند و بتوانیم پیرامون آن‌ها مانور بدهیم. اهدافی که بتوانند در برابر تغییرات و بحران‌ها تاب بیاورند. برای بقا در بازی نامحدود، باید اهدافی ماندگار، منعطف و جاودان داشته باشیم.

۵. آرمان‌گرایانه باشد

هدف آرمانی باید بزرگ، جسورانه و درنهایت دست‌نیافتنی باشد.

["message_box text_color="light]

هدف آرمانی مثل یک کوه یخ شناور است. تنها نوک کوه یخ را می‌بینیم و دستاوردهای کنونی ما هم نقش همین نوک کوه یخی را ایفا می‌کنند. در یک سازمان، غالباً این بنیان‌گذارها و مشارکت‌کننده‌های اولیه هستند که شفاف‌ترین دیدگاه را نسبت به آینده نامعلوم شرکت دارند، آینده‌ای که دیگران نمی‌توانند آن را ببینند. هر قدر هدف سازمان شفاف‌تر و صریح‌تر باشد، توانایی بیشتری در زمینه جذب و جلب نظر افراد خلاق و مشارکت‌کننده‌ها خواهد داشت، همان افرادی که حاضرند ریسک‌های ابتدایی را بپذیرند تا آن چیزهایی که عمدتاً در تصوراتشان وجود دارند را به‌پیش ببرند.

با هر موفقیت، درصد بیشتری از آن کوه یخ نمایان خواهد شد و سایرین دیدگاه مشهودتری نسبت به چشم‌انداز سازمان خواهند داشت. وقتی مردم ببینند که چشم‌اندازها رنگ واقعیت می‌گیرند، بدبینی‌ها کنار خواهند رفت و افراد بیشتری مشتاق می‌شوند تا زمان، انرژی، ایده‌ها و استعدادهای خود را صرف پیشبرد آن هدف کنند؛ اما صرف‌نظر از اینکه چه مقداری از کوه یخ را می‌توانیم ببینیم، رهبران موظف‌اند به ما یادآوری کنند که هنوز حجم زیادی از این کوه یخ کشف نشده و در زیر آب قرار دارد. صرف‌نظر از موفقیت‌هایی که کسب می‌کنیم و می‌توانیم از آن‌ها لذت ببریم، هدف آرمانی ما کماکان در پیش رویمان قرار دارد و هنوز آن را پشت سر نگذاشته‌ایم.

[message_box/]

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «بازی بی‌نهایت»



نویسنده: سایمون سینک

ناشر: نشر نوین

ترجمه: تیم ترجمه نشر نوین

[message_box/]