



## چگونه هویت سازمانی خود را بسازید؟

سه عنصر یک هویت منسجم و کامل، هدف، ارزش و فرهنگ می‌توانند به سازمان‌ها کمک کنند تا در بلندمدت پیشرفت کنند.

آیا تا به حال فکر کرده‌اید که چگونه سازمان‌ها می‌توانند دیدگاه‌ها و بیانیه‌های ارزشی زیبایی بر روی دیوارهای خود داشته باشند، اما قدم زدن در راهروهای آن‌ها تصور متفاوتی برای شما به جا می‌گذارد؟ اغلب شبیه دو دنیای متفاوت است. آنچه گفته می‌شود و آنچه واقعی است.

با این حال، سازمان‌ها نمی‌توانند این ناهماهنگی را تحمل کنند. آن‌ها بدون ارتباطات روشن در این میان که چرا آن‌ها وجود دارند (هدف)، چه چیزی ارائه می‌دهند (برنامه ارزشی) و چگونه عمل می‌کنند (فرهنگ)، دست‌وپنجه نرم خواهند کرد.

سازمان‌های آینده این شکاف را با بیان یک هویت و برگرداندن آن از سطح سازمانی به سطح فردی و اشتراک‌گذاری مفاهیم هویت برای هر فرد در سازمان برطرف کرده‌اند.

یک هویت منسجم و کامل شامل این سه عنصر است: هدف، ارزش و فرهنگ.

## ۱. یک هدف قابل اجرا برای یافتن «چرایی» خود تعیین کنید

هدف یک سازمان باید با بیانیه‌ای مختصر و الهام‌بخش شروع شود که بگوید چگونه از ابرقدرت‌های خود برای ارائه کمک به جهان استفاده می‌کند. یک هدف خوب هم الهام‌بخش است و هم عملی.

## ۲. هدف خود را به دستور کار ارزشی خود متصل کنید

یک هدف تنها زمانی نتیجه می‌دهد که یک سازمان آن را به یک استراتژی با دستور کار ارزشی تبدیل کند که سازمان را با ایجاد ارزش همسو می‌کند. استراتژی باید جریان‌های کاری و ابتکارات موردنیاز برای دستیابی به معیارهای ذکر شده در هدف را بیان کند و آن‌ها را به مشاغل واقعی مرتبط کرده تا برای کسانی که سازمان به آن‌ها اهمیت می‌دهد ارزش ایجاد کند.

بنابراین، دستور کار هدف و ارزش به‌طور یکپارچه از بیانیه هدف گرفته تا منشورهای ابتکاری که در همان سال اجرا می‌شوند، مرتبط هستند.

ایجاد این پیوند نه‌تنها هیئت‌مدیره، مدیران ارشد و مدیریت را همسو می‌کند، بلکه سازمان را به سمت یک هدف مشترک هدایت می‌کند.

دستور کار ارزش همچنین باید به ساختار سازمانی متصل شود: رهبران باید نقش‌های حیاتی را که به سازمان کمک می‌کند تا به هدف خود دست یابد و اطمینان می‌دهند که استعداد مناسب برای هر نقش وجود دارد، شناسایی کنند.

## ۳. رفتارهایی را برای فرهنگ تعریف کنید که دستور کار ارزشی شما را فعال می‌کند

یک سازمان با شکل دادن عمدی فرهنگ خود، می‌تواند به‌سرعت و به‌طور پایدار

ارزش کسب کند. با این حال، فرهنگ تنها زمانی به چگونگی اداره مکان تبدیل می‌شود که یک سازمان انتظار رفتارهای مشخص، خاص و قابل مشاهده را داشته باشد.

این رفتارها باید در سطح سازمانی و فردی بیان شوند و با ارزش سازمانی خاصی مرتبط شوند. برای مثال، یک فرهنگ متمرکز بر اجرا که بر بهبود مستمر عملیاتی متمرکز است، می‌تواند به رفتار زیر به عنوان یک نمونه برتری نیاز داشته باشد: «به شیوه‌ها پایبند است و به طور مداوم برای بهبود آن‌ها اقدام می‌کند.»

یکی از نقش‌های جهانی پیشرو در دنیای فلزات در کمتر از شش ماه، متحمل یک بازتعریف هویت کامل شد. برای شروع، این سازمان تمام ذی‌نفعان، از جمله همه کارمندان را در یک فرآیند شنیداری گسترده که برای بازنگری و به‌روزرسانی هویت سازمان طراحی شده بود، درگیر کرد.

این فرآیند یک بیانیه هدف (برای تکامل و تجدید بیانیه چشم‌انداز) با سه موضوع هدف و دو تعهد جسورانه و چند دهه‌ای برای هر موضوع، مانند کاهش خطر آسیب به صفر و دو برابر کردن سهم تولید ناخالص داخلی سازمان در کشورهایی که در آن فعالیت می‌کند، تولید کرد.

این تعهدات بیشتر به معیارهای واضح یک تا پنج‌ساله تقسیم شدند. پس از نهایی کردن مضامین و تعهدات، این شرکت یک ارائه بصری از هویت ایجاد کرد که به عنوان یک یادآوری و راهنمای بصری و مداوم برای کارمندان عمل می‌کند.

تنها با ایجاد یک هویت منسجم و کامل، سازمان‌ها می‌توانند در عدم اطمینان رشد کنند، به جهان کمک کنند، ارزش برتر ارائه دهند و برای افراد خود معنا بسازند.