

Věrohodná vize – rozhodnutí o budoucím úspěchu

TC CLUB

Listopad 2021

Sláva Kubátová, Tomáš Bujna

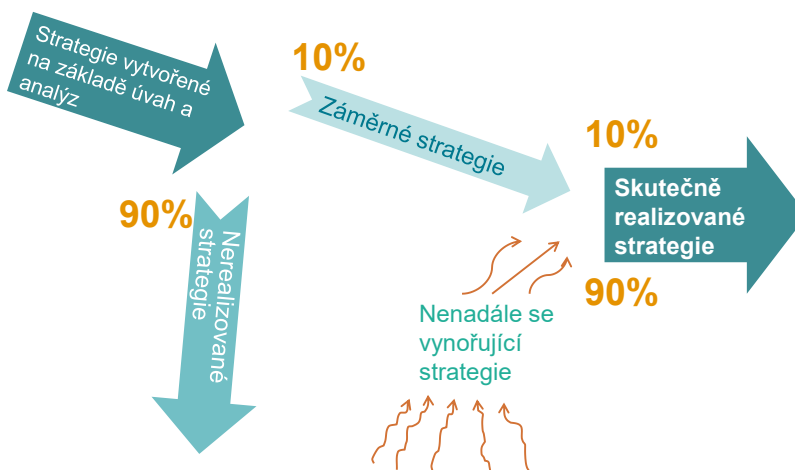
Co se děje?

- Změny trhů jsou stále rychlejší, skokové a nepředvídatelné
- Trhy se přeskupují – některé obory rostou, jiné zanikají
- Objevují se nové příležitosti - dokážeme po nich sáhnout?
- Dokážeme si jich všimnout?
(zamýšlené/nezamýšlené strategie)
- Pracovní trh nadále přehřátý – nešlo by něco někde i bez lidí? Technologické změny?

Podmínka úspěchu

- Udržet nebo aktualizovat konkurenční výhody
- Jaký trend vidíte pro budoucí vývoj konkurenčních výhod?

Posilování strategického svalstva



Strategie jako výchovný proces

- „Nepomohou nám ty strategie, které říkají, že budeme dělat totéž, co teď, jenom ve větším množství, rychleji a s menšími náklady (Charles Handy: The Age of Unreason)
- Skutečná strategie se opírá o **novou přidanou hodnotu**
- Jak dokážete přimět lidi, aby vymýšleli novoty?
- Výsledkem **živého** procesu tvorby a aktualizace strategií by měla být všeobecná agilita a pružnost jak lidí tak systémů = kulturní nastavení učící se organizace
- Největší nepřítel: fachidiocie – takhle to být musí, to jinak nejde
- Pozor – lidé se naučí se strategií pracovat tím, že ji dělají

K čemu vize a poslání?

- **Tvorba poslání a vizí – strukturovaný proces učení, může posloužit jako otvírák konzerv**
- Poslání je důvod existence firmy, organizace, týmu...
- Základní otázka poslání: jakou přidanou hodnotu poskytujeme zákazníkům a dalším důležitým zainteresovaným stranám
- Součástí poslání je **hodnotové vymezení**, hodnoty jsou základními úběžníky rozhodování
- Vize = konkrétní promítnutí poslání do dlouhodobé budoucnosti (10 let?)
- Čím jasnější je vize, tím je poslání efektivnější jako nástroj integrace a zdroj motivace

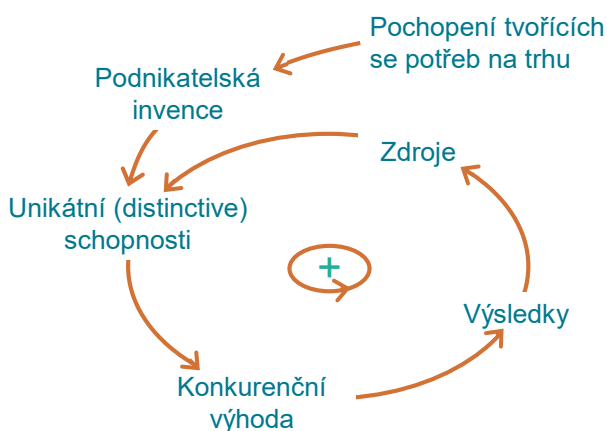
Kultura – učení jako hodnota

- Jaký je rozdíl mezi vyjetými kolejemi a hrobem?
- Všechny učící procesy mají potenciál zvyšovat toleranci k nejistotě. Proč?
- Učení tak může být zdrojem motivace pro mladé i staré
- Jenom „blbec“ má radost z toho, že dělá pořád dokola stejné věci stejným způsobem

Rozhodování a kreativita

- Kreativita je nutnou podmínkou toho, abychom mohli myslet v alternativách.
- Když nedokážeme vymýšlet alternativy, rozhodovací proces se smrskne na zpřesňování nebo kombinace už zažitých schémat
- Lineární myšlení novoty nepřinese
- Až v souboji kreativně vymyšlených alternativ se může objevit **skutečně nová přidaná hodnota**

Business Idea



Skupinová práce

Vyberte jednu organizaci a znázorněte Business Ideu nové příležitosti na trhu. Použijte tuto strukturu:

- Na jaké potřeby na trhu jste se rozhodli reagovat?
- Jakým „vynálezem“ (produktem, službou) na ni chcete reagovat?
- Jaké schopnosti (lidí i organizace) potřebujete k realizaci tohoto záměru na trhu?
- Co bude konkurenční výhodou, která tento produkt na trhu udrží? (pozor, konkurenční výhoda platí, jen když je vnímána zákazníkem)
- Jaké výsledky vám realizace tohoto produktu přinese?
- Jaké zdroje si z výsledků pořídíte?
- Jak tím posílíte své schopnosti?