

ATENȚIA FAȚĂ DE VALORI





01

Scopul principal al modului

02

Valori de bază

- Definiție

03

Valorile, misiunea, viziunea și scopul unei companii

- Misiune
- Viziune
- Scop

04

Importanța alinierii valorilor angajaților și ale companiei

- Proiectul SNAIL
- IMM-uri
- Compania
- Angajatul

05

Valori pe care companiile le caută

06

Succes





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Atenția față de valori

Scopul principal al modulului

Modul în care conexiunea dintre valorile organizaționale (sau interpersonale) și valorile individuale este esențială pentru succesul unei companii.

Obiective

Înțelegerea valorilor de bază

A înțelege care este misiunea, viziunea și scopul unei companii

Înțelegerea importanței alinierii valorilor angajaților și ale companiei





Valori de bază

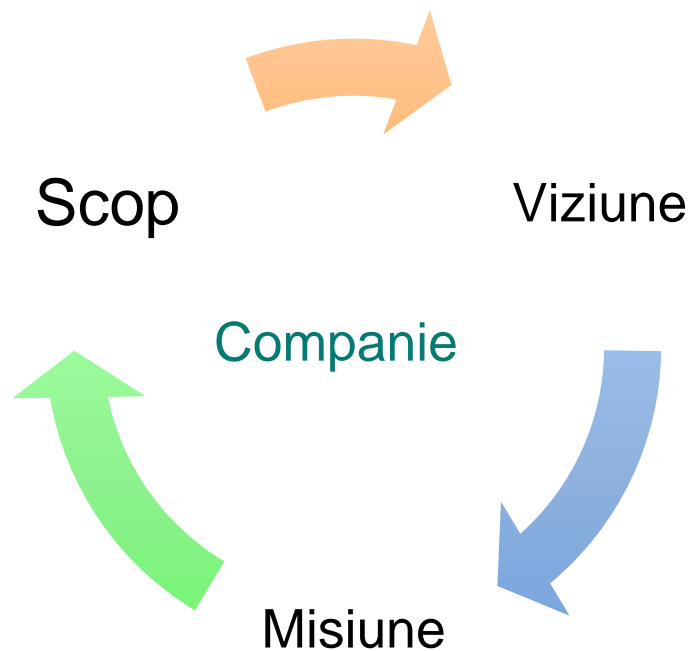
Valorile fundamentale sunt credințele fundamentale ale unei persoane sau organizații. Ele ghidează comportamentul unei persoane sau al unei organizații cu ceilalți. Acestea sunt esențiale atunci când luați decizii, construiți relații și rezolvați probleme.





Valorile, misiunea, viziunea și scopul unei companii

O companie trebuie să fie clară cu privire la valoarea, misiunea, viziunea și scopul său pentru a reuși. Dar pentru ce sunt?





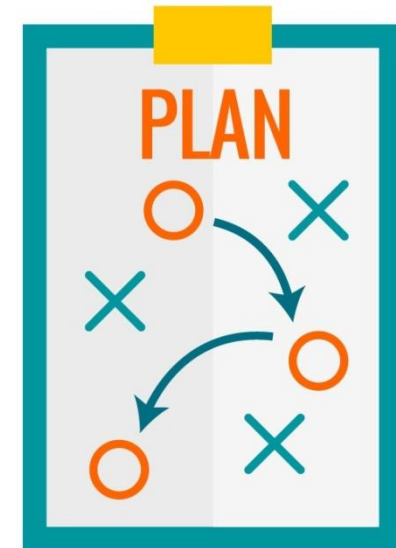
Misiune

Misiunea este ceea ce organizația dorește să realizeze într-o anumită perioadă de timp.

O misiune bună ar trebui să descrie ce face și ce nu face compania. Atât acum, cât și în viitor, ar trebui să pună accent pe conducere și personal.

Pe scurt, o bună declarație de misiune a companiei ar trebui:

- Să includă temporalitatea
- Să descrie activitatea în care își desfășoară activitatea
- Să definească clientul
- Parametrii prin care este definit succesul





Viziune

Viziunea unei companii descrie planurile sale, lumea, clienții săi și pe sine. Adică, indică modul în care ar dori să fie lumea în câțiva ani. Aceasta include o idee despre schimbările pe care vor să le vadă în lume. De asemenea, modul în care își imaginează viața clienților lor îmbunătățindu-se. Și, în cele din urmă, descrie ce fel de organizație ar dori să fie.



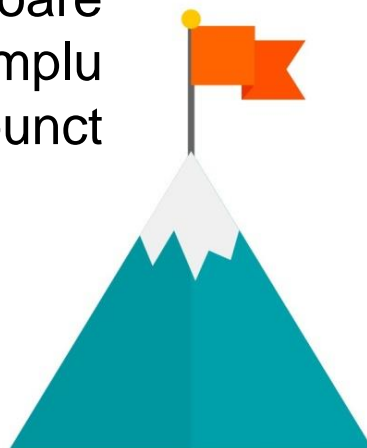


Scop

Scopul unei companii este motivul său permanent pentru a exista. De aceea facem lucruri. Coloana vertebrală de care depindem pentru a lua decizii, fie în viața de zi cu zi, fie când problema este crucială. Cu un scop, putem discerne între deciziile corecte și care generează valoare reală, de cele care sunt pur și simplu ușoare sau chiar eligibile din punct de vedere tehnic.

Realitatea este că, fără un scop, veți lua decizii numai cu un beneficiu pe termen scurt. Strategia singură nu este suficientă fără un scop.

Scopul unei companii este permanent. Numai în cazuri extraordinare se schimbă și atunci doar pentru a se adapta la schimbările majore.





Valorile, misiunea, viziunea și scopul unei companii

Scop: este motivul existenței unei organizații, de ce faceți lucrurile.

Misiune: ce faceți pentru a vă atinge scopul pe o perioadă de timp.

Viziune: este realitatea pe care compania ar dori să o vadă pentru lume, pentru clienții săi și pentru ea însăși





Valorile, misiunea, viziunea și scopul unei companii

Unde se îmbină valorile companiei
cu angajații?

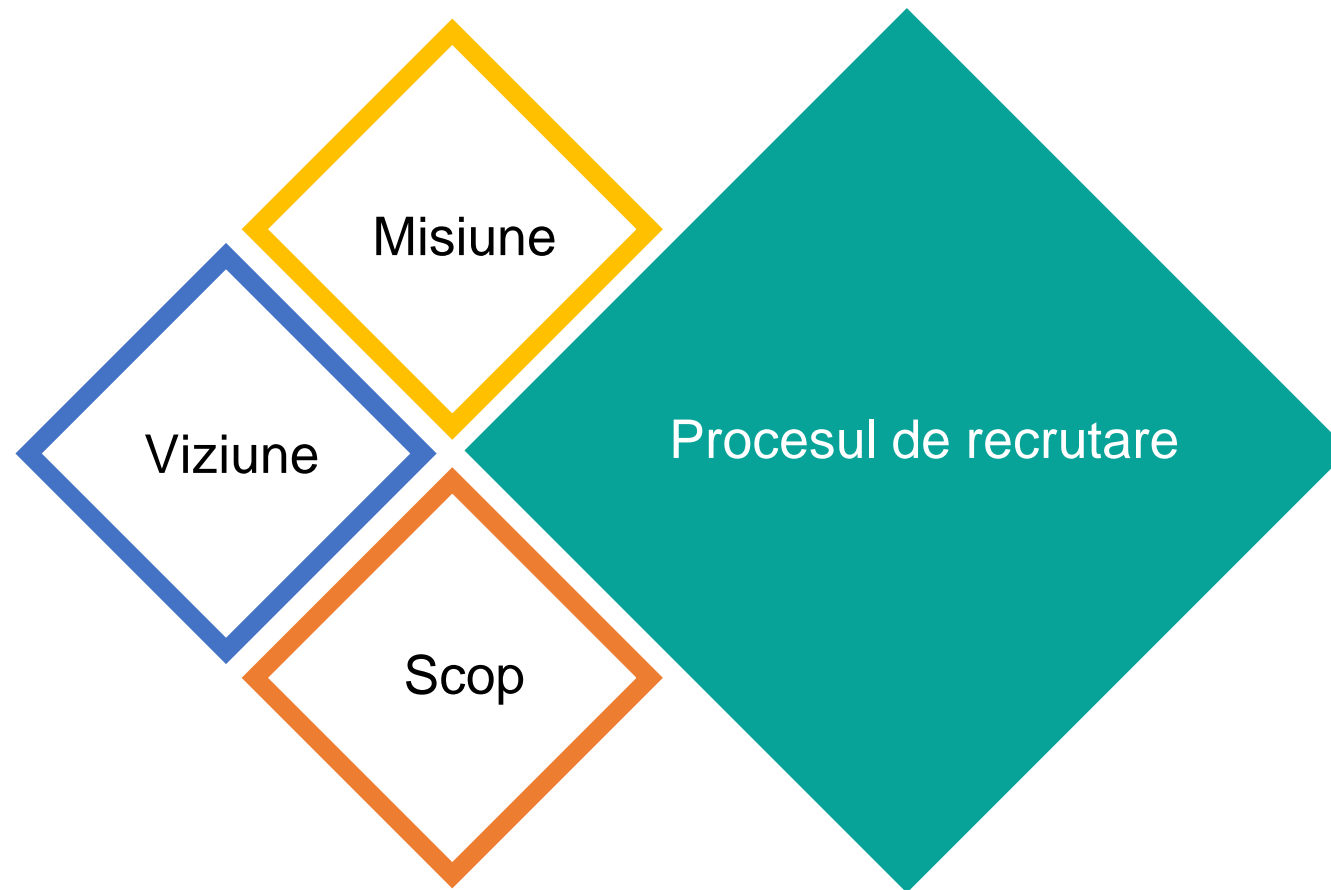
În procesul de recrutare.

Angajator

De ce angajează
compania?

Angajat

Cu cine decide persoana
respectivă să lucreze?

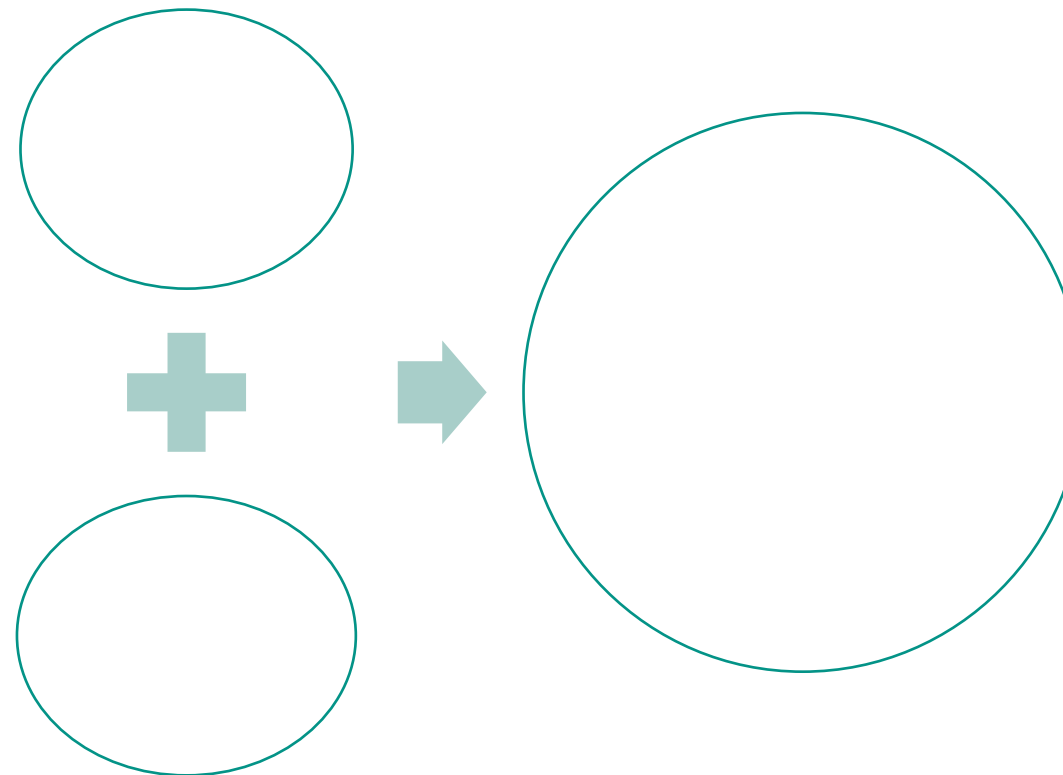




Importanța alinierii valorilor angajaților și ale companiei

Proiectul SNAIL

Scopul proiectului SNAIL este de a ajuta companiile și angajații să înțeleagă importanța valorilor, deoarece dacă nu merg în aceeași direcție, angajatul nu va fi fericit și compania va eșua. Pentru a face acest lucru, atât compania, cât și angajatul trebuie să fie clari cu privire la valorile lor. Acest lucru este deosebit de important în IMM-uri.





Importanța alinierii valorilor angajaților și ale companiei

IMM-uri

Fuziunea valorilor între angajat și companie este deosebit de importantă în IMM-uri, deoarece acestea au nevoie nu numai de profesioniști, ci de persoane cu abilități sociale.

Dacă o companie mare face o greșeală, o poate corecta, dar pentru un IMM este diferit. Valoarea unui IMM este la fel de mare ca valoarea fiecărei persoane din el, deci dacă nu angajezi persoana potrivită poate duce la eșec.



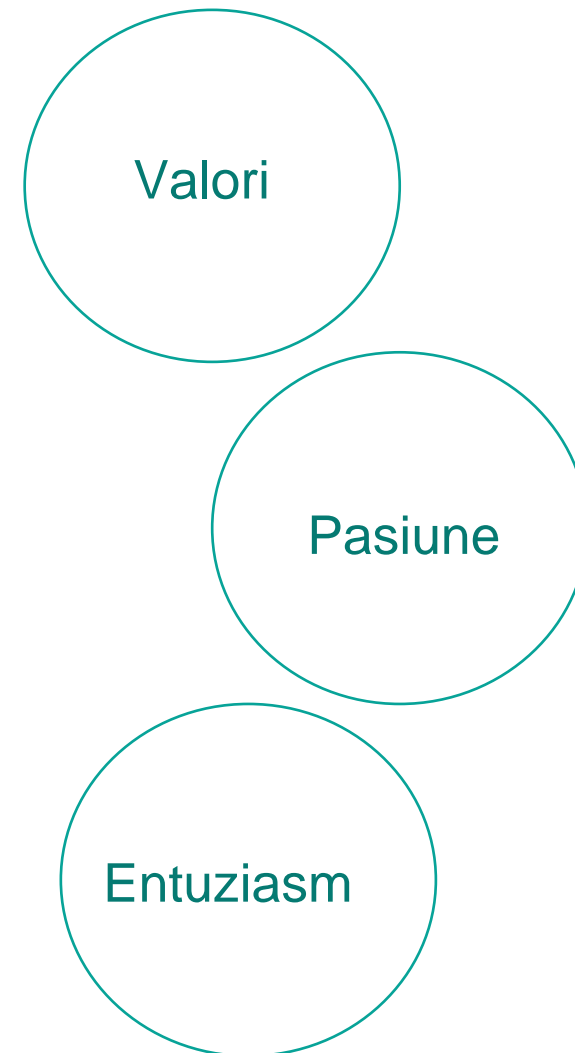


Importanța alinierii valorilor angajaților și ale companiei

IMM-uri

Când angajatul are valori diferite de cele ale organizației, relația nu funcționează. Dacă compania nu selectează bine oamenii, ”valoarea” este estompată deoarece toată lumea merge într-o altă direcție. Pe măsură ce compania evoluează, valorile se pot schimba și trebuie să se asigure că toată lumea se identifică cu noile valori.

Este important să vă înconjurați de oameni care ”simt” la fel. Nu trebuie să gândească la fel, dar trebuie să aibă valori similare și să împărtășească pasiunea și entuziasmul pentru idee, proiect, IMM.





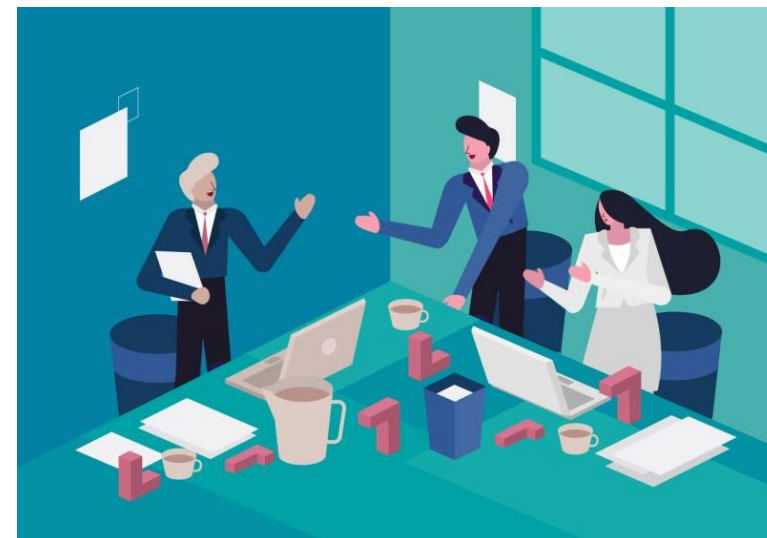
Importanța alinierii valorilor angajaților și ale companiei

Compania

Compania trebuie să transmită angajatului ceea ce caută de la el/ea, dar trebuie să-și transfere și valorile, modul de a face lucrurile, pe scurt: misiunea, viziunea și scopul său.

Trebuie să aibă o înțelegere clară a valorilor pe care dorește să le transmită clienților săi externi, precum și clienților săi interni (angajaților).

Valorile companiei vor fi inițial cele ale fondatorilor săi, iar mai târziu vor fi cele ale fiecăruia dintre oamenii care lucrează acolo.



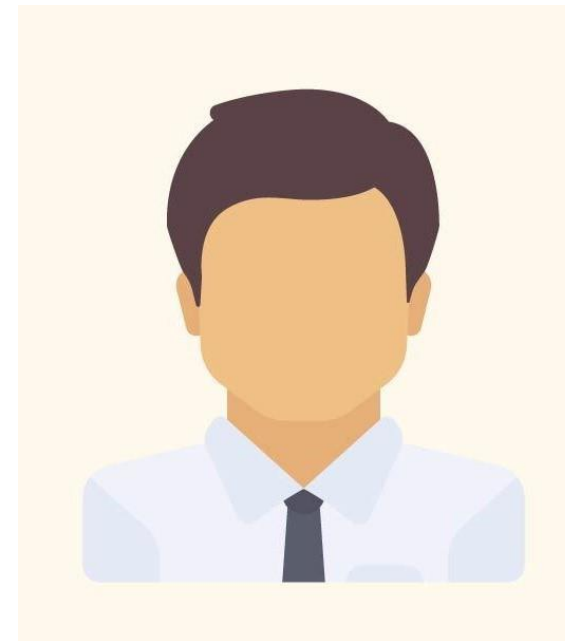


Importanța alinierii valorilor angajaților și ale companiei

Angajatul

Angajatul trebuie să fie clar cu privire la valorile sale intrapersonale. Trebuie să fie valori care funcționează pentru ei și cu care se simt confortabil. Aceste valori nu trebuie să fie aceleași cu cele ale organizației. Cu toate acestea, angajatul trebuie să cunoască în prealabil compania în care dorește să lucreze, astfel încât, atunci când se află în interior, să nu-și dea seama că valorile sale nu sunt aliniate cu aceasta.

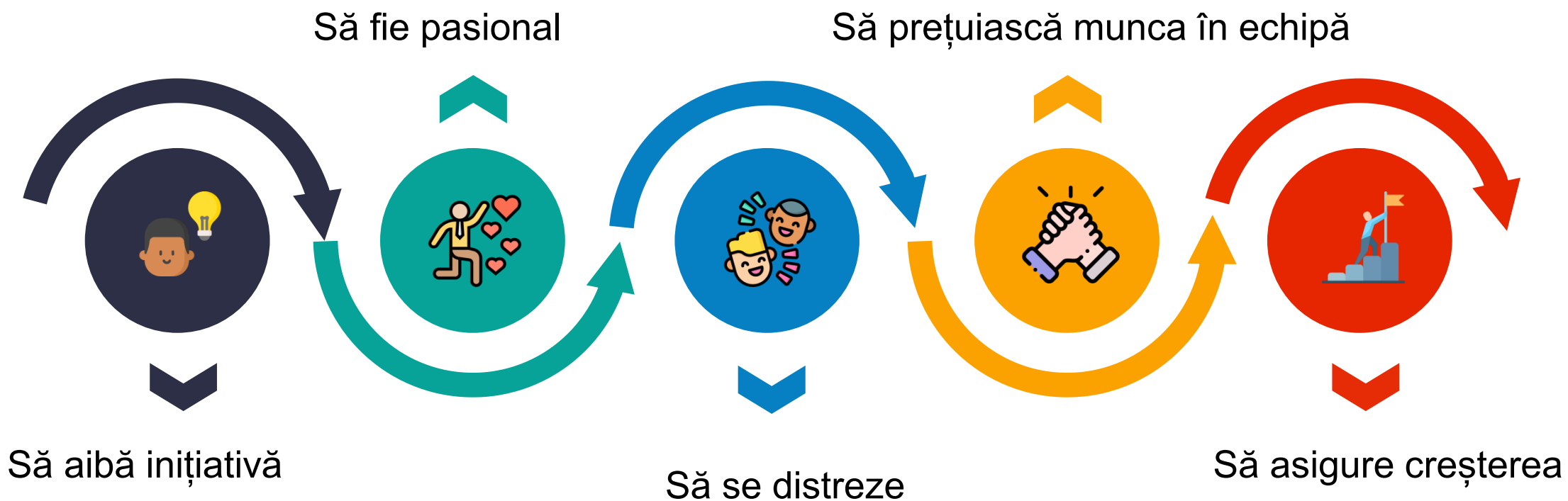
Dacă angajatul nu înțelege valorile companiei, va lua decizii care nu sunt aliniate cu aceasta, ceea ce va afecta departamentul lor și organizația în ansamblu.





Valori pe care companiile le caută

Valori pe care o companie le caută la un angajat, care îl ajută să ia decizii mai bune, să fie mai productivi și mai fericiți la locul de muncă.





Succes

Comaniile ar trebui să definească valorile pe care doresc să le transmită și să le facă cunoscute tuturor. Trebuie să le susțină și să se asigure că toți cei din jur le cunosc și le împărtășesc. În acest fel, vor atrage oameni care îi împărtășesc viziunea și asta va crește valoarea IMM-urilor.

Angajații trebuie să știe că nu există valori bune sau rele, ci valori cu care sunt de acord sau nu. Ei trebuie să decidă dacă valorile lor se aliniază cu cele ale companiei unde doresc să lucreze pentru a fi fericiți.





Materiale de referință

- Indepcie. *Manual de Inteligencia emocional*
- Castrillon, C. (2020, 20 septiembre). *Why Your Work Values Are Essential To Career Satisfaction*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/carolinecastrillon/2020/09/20/why-your-work-values-are-essential-to-career-satisfaction/?sh=792805d218aa>
- Barraza, H. J. (s. f.). *¿Cuál es la diferencia entre propósito, misión y visión de una empresa?* Ayse Lucus. <https://www.ayselucus.es/noticia/%C2%BFcu%C3%A1l-es-la-diferencia-entre-prop%C3%B3sito-misi%C3%B3n-y-visi%C3%B3n-de-una-empresa>
- Gil, C. (s. f.). *El valor de una PYME: ¿Tienes claro cuáles son los valores de tu empresa?* Menudas Empresas. <https://menudasempresas.com/el-valor-de-una-pyme-tienes-claro-que-son-los-valores-de-tu-empresa/>
- T. (2019, 21 noviembre). *Interpersonal vs. Intrapersonal Skills: Why You Need Both to Succeed*. Matterapp. <https://matterapp.com/blog/interpersonal-vs-intrapersonal-skills-why-you-need-both-to-succeed>



VĂ MULȚUMIM

Atenția față de valori