

# Kako predvoditi i implementirati brze promjene unutar tvrtke



John  
Lodder

To vam neće zajamčiti uspjeh jer to obično čini mala skupina vrhunskih *managera* koja je (previše) udaljena od ljudi koje predvodi (od svojih zaposlenika), a koji pak bolje znaju što klijenti traže od vaše tvrtke. Vaši zaposlenici razgovaraju i pregovaraju s klijentima svakodnevno!

Primjerice o tome: „Čime su vaši klijenti zadovoljni? Na što se žale? Što očekuju od vas? Kako ćete poboljšati kakvoću svojih usluga, proizvoda i unutarnjih odnosa?“

*Evo nekoliko promjena koje će vrlo brzo utjecati na vaš posao*

## • Internet stvari

Ne samo ljudi i društveni mediji, i strojevi će uskoro biti međusobno povezani. Predviđaju se veze između 26 do 200 milijardi strojeva koji će 2020. g. razmjenjivati podatke i zajedno raditi.

## • Obratni poredak

Potrošači će imati moć, oni će određivati i "stvarati" tržište, a ne proizvođači.

## • Svi trendovi ukazuju na rastuću moć klijenata

Klijenti plaćaju i odlučuju na temelju sve većih informacija i konkurentnih ponuda koje imaju na tržištu 24 h na dan 7 dana u tjednu.

## • Pro-konzumer

Veliki angažman konzumera vodi do "pro-konzumera" koji aktivno sudjeluju u razvoju proizvoda, brenda ili tvrtke. Na njima je da izaberu!

Promjene su posvuda oko nas, a izmjenjuju se brzo kao nikad dosad pa nitko ne može predvidjeti kako će poslovanje i tržište izgledati za, recimo, tri godine. Možete sagledati trendove, slijediti ih, analizirati i pokušati na njih proaktivno reagirati.



*"Teško je išta predvidjeti, osobito kad je posrijedi budućnost."*  
(Mark Twain)

## Uprava može na različite načine reagirati na promjene

Može reagirati tako da ignorirate promjene ili se nadati da će se rješenje pojaviti samo od sebe ili će ga predložiti država. To je zapravo vrlo neučinkovita strategija,

ja, no često se rabi, većinom zato što uprava nema pojma kako reagirati; a kada to i učini, obično je prekasno.

Tvrtke kao Nokia, Kodak i Blackberry primjeri su takve "strategije", a sad je s njima gotovo.

## 8 principa agilnih uprava

- 1. Stvarajte vrijednosti** bazirane na jednostavnosti i kvaliteti novih/obnovljenih proizvoda i usluga za unutarnje i vanjske potrošače: nudite relevantna rješenja na koja se može osloniti.
- 2. Morate razumjeti klijenta** kako biste za njegovo stvorili vrijedan proizvod: rabite njegovo mišljenje kako biste konstantno mogli analizirati njegove želje, potrebe i ponašanje.
- 3. Uskladite sve zaposlenike** koji se nalaze u ključnim odjelima: surađujte u multidisciplinarnim timovima na zajedničkome cilju, a zapravo se usredotočite na potrošača.
- 4. Opunomoćite timove:** dajte im posvemašnju odgovornost i uklonite sve prepreke: ako im pružite povjerenje, olakšat ćete njihovu nezavisnost u samo-organiziranju.
- 5. Sinkronizirana i vizualna komunikacija:** članovi tima rade fizički zajedno u vlastitom prostoru te komuniciraju, zajedno stvaraju i planiraju u radionicama/workshopima.
- 6. Učite iz primjera** tako što ćete raditi u 'Think-Do-Learn-Act' ciklusima; oni svoj rad baziraju na pretpostavkama, mjerenjima, analizama i evaluacijama u kojima je pogreška uračunati rizik te se stoga članovi tima osjećaju sigurno.
- 7. Brzina i fleksibilnost** prilikom planiranja postiže se radeći u kratkim rokovima: tim postiže poboljšanja jer su mu prioriteti vrijednost i trud.
- 8. Odgovornost za sve aktivnosti;** nakon svakog izvedbenog roka transparentno se procjenjuju trud i rezultati kako bi učenje bilo stalni proces koji će poboljšati buduća postignuća.