

10 zapovijedi duhovnog managementa i primjeri njihovih konkretnih primjena

1 Volite sebe - osoba koju će drugi prepoznati kao vođu, a ljudi su energetska bića koja ne žele slijediti robote, ne smije više djelovati iz pozicije ega kojeg kumuliraju strahovi od nepoznatog i gubljenje pozicije od sposobnijeg, već iz pozicije voljenja sebe u kojoj čovjek zna priznati grešku, zna prihvatiti kritiku bez ljutnje i zna uvažiti drukčije mišljenje. Osobi koja doista voli sebe neće smetati to što su drugi različiti. Ona će to razumjeti.

Konkretan primjer: Organizacija koja ima vođu koji je iza debelih vrata i kojem nitko ne smije ništa reći, završit će poput Njemaca kod Staljingrada. Vođa mora biti u prvim redovima, jednak drugima.

2 Volite svoj posao - ljubav je najbolji način svim jelima, a posao je jedno od najvažnijih. Samo osoba koja ne dolazi na posao kako bi ispunila neki svoj kompleks manje vrijednosti ili kako bi samo osigurala egzistenciju i dominantan položaj na društvenoj ljestvici vrijednosti, može doista voljeti ono što radi.

Konkretan primjer daju Japanci: Njima nije potrebna kontrola, sami se kontroliraju jer im je osobna misija obaviti dobar posao.

3 Volite one s kojima radite - svi problemi, razmirice i antipatije, moraju biti eliminirani s radnog mjesta. To je jedini način kako različita mišljenja, pritiske i interese spriječiti u eskalaciji u otvoreni ili što je još gore, skriveni sukob. Može li uspješan tim voditi osoba koja ne voli svoje „igračke“? Samo onaj tko pozna srce svakog člana tima ponaosob, može do tog srca i stići, ispuniti ga energijom i poraz pretvoriti u pobjedu. Manager koji ne voli svoje ljude, ne može računati na njihovu vjernost i žrtvovanje.

Konkretan primjer: Razgovarajte sa svakim članom tima, čak i kada imate predrasude. Ne rijetko će se dogoditi kako mu je samo nedostajala pozornost kako bi dao sve od sebe!

4 Volite one za koje radite - kupac je uvijek u pravu. Jedina svrha današnjeg poslovanja je zadovoljenje potreba kupaca. Pogotovo u gospodarstvenoj grani kao što je turizam. Komunikacija, poštovanje želja, odgovaranje na prigovore i poznavanje psihologije potrošača, temeljni su postulati uspješnog poslovanja. Kupac ne živi za poduzeće, ono živi za kupca!

Konkretan primjer: Nemojte dozvoliti da samo Vaši djelatnici dočekuju kupce. Učinite to i sami, pravi manager dat će i djelatniku i kupcu do znanja kako mu je stalo. Još je važnija situacija kod odlaska. Kupca se ne smije tretirati kao automobil na pokretnoj traci, jedan je završen, dolazi drugi!

5 Vaš posao je Vaša misija - nikada kao do sada nije bilo potrebno shvatiti svoj posao kao misiju zbog koje smo ovdje, kao „poslanje“ zbog kojeg postojimo. Ova paradigma temelj je

za 6. zapovijed duhovnog managementa.

Konkretan primjer: U glavi svakog managera mora biti ugrađena misao: sudbina poduzeća i svakog njegovog djelatnika je i moja sudbina. Potpuno ista situacija mora biti i kod djelatnika!

6 Podijelite misiju s drugima - jedino manager koji duboko vjeruje u ono što čini, može svoja uvjerenja i zanos prenijeti na sve dionike poslovnog procesa. Svi mi volimo raditi s osobama koje su pune energije, ne s napuhanim balonima koji se pri prvom problemu ispušu, uz prsak poraza.

Konkretan primjer: Ljudima je potrebno delegirati poslove iz pravih pobuda, zato što su za njih osposobljeni, ne zato što im želimo naškoditi jer nismo sigurni u sebe.

7 Svi smo jednako vrijedni - manager u ovoj situaciji nije nadređeni, već koordinator napora koje tim ulaže u rješavanje nekog problema. Nitko ne pozna situaciju u proizvodnji ili situaciju na tržištu bolje od čovjeka koji je na prvoj liniji bojišnice.

Konkretan primjer: Nadređeni mora slušati savjete ljudi s terena, ne samo primiti k znanju i odmahnuti rukom. Djelatnici moraju vidjeti kako je njihov savjet ugrađen u neku odluku!

8 Iz slobode dolazi kreacija - jedna od odlika dobrog managera, uz pronalaženje pravih ljudi i njihovu edukaciju, je i davanje dovoljno slobode tim ljudima u realizaciji ciljeva poduzeća. Poduzetnički duh i kreacija neće doći iz strogih pravila upravljanja.

Konkretan primjer: Ako postoje stroga pravila prodajnog razgovora koju prodavači naštrebaju poput gradiva za ispit, svi će zvučati kao roboti. Ljudima treba dati smjernice, ali i dovoljno slobode kako će ih primijeniti!

9 Jedina konstanta je promjena - ova istina mora strujati kroz svaku poru organizacije, biti činjenica u svakom umu djelatnika i osnovna mantra koja se mora ponavljati na svim sastancima.

Konkretan primjer: Nokia je nekada proizvođač toalet papira, a nekada bila i lider u proizvodnji mobilnih uređaja. Gdje je danas?

10 Učenje je eliksir mladosti - svaki proizvod ima svoj životni vijek, svaka organizacija svoje reorganizacije, a svaki čovjek svoje znanje. Jedino konstantnim poboljšanjem kvalitete proizvoda i usluga, osvajanjem novih tržišta na drukčiji način i ulaganjem u znanje managera i djelatnika, poduzeće može „pomladiti“ svoje poslovanje i prilagoditi se promjeni!

Konkretan primjer: Učenje primjene moderne, IT tehnologije u turizmu. Gdje smo na mobilnom uređaju turista ako nemamo aplikacije kojima već unaprijed može razgledati našu ponudu, odraditi e-booking i e-plaćanje?

no tako, organizacija sutrašnjice moći će odgovoriti na sve izazove koji je neumitno čekaju. Deviza „od čovjeka čovjeku“ koja će morati dominirati marketingom i prodajom u zadovoljenju sve specifičnijih i individualnijih potreba potrošača, morat će se u potpunosti preslikati i na organizaciju samog poduzeća i svijest ljudi koji upravljaju.



Znam, netko će reći: „Kako primjenjivati deset zapovijedi duhovnog managementa u svijetu u kojem su glavne vijesti opća informatizacija i buduća robotizacija poslovanja, od same proizvodne trake, do uslužnog robota ugodna izgleda, koji će svojim sensorima proučavati ponašanje svog sugovornika i servilno udovoljiti svakoj njegovoj potrebi!?“

No, netko će te robote morati i programirati, netko će ih ipak prvi morati i prodati, netko će ih morati učiti i netko će morati pokušati u njih udahnuti barem najgvoštaj posjedovanja duše. Budemo li krenuli putem potpune automatizacije, bez imalo suosjećanja i putem servilne hladnoće bez utjecaja čovječnosti, naša destinacija vrlo je izvjesna. Pretilo stanovišтво koje više ne zna niti čitati niti pisati, „generacija idiota“ kako ju je nazvao Einstein, svijet bez emocija i bez onoga što ga pokreće od samog postanka, svijet bez ljudske energije koja svladava sve zapreke. I na kraju, potpuno otuđenje i propast. Da svijetu automatizacije koja je u službi čovjeka, da duhovnom managementu, da organizacijama koje uče, ne razvoju tehnologije bez razvoja duhovnosti!