



۱- برای کسب و کارتان یک رسالت روشن ایجاد کنید

برای اینکه شما، کسب و کار و افرادتان کارایی بالایی داشته باشید، همه نیاز به یک تصویر ذهنی روشن دارید تا بدانید این کسب و کار به دنبال چیست و به کجا می رود. اولین سؤالی که باید در هنگام تعیین رسالت تان پاسخ بدهید، این است: "اصلاً چرا کسب و کار شما وجود دارد؟"

رسالت همیشه باید از این لحاظ تعریف شود که کسب و کارتان چگونه به بقیه ی افراد خدمت می کند و سود می رساند. یک شرح رسالت خوب، شامل روشی است که رسالت از آن راه عملی می شود؛ به علاوه شرح رسالت خوب، شامل معیار است که شخص ثالث بی طرفی بتواند طبق آن معیار ارزیابی کند که آیا این کسب و کار مطابق رسالتی که برای خودش تعیین کرده بود، پیش می رود یا نه.

در بررسی شرکت هایی که کنت بلانچارد آنها را "پانصد شرکت برتر" نامیده، تحلیل گران دریافتند که شرکت هایی که در سی سال اخیر جزء بیست درصد برتر هر صنعتی بوده اند ارزش ها و اصول مکتوب و روشنی داشته اند که همه از آن ها آگاه و به آن ها متعهد بوده اند. گذشته از این، شرکت های موفق شرح رسالتی هم داشته اند که همه در مورد آن توافق داشته اند. بررسی ها نشان داد که سایر شرکت ها هم دارای ارزش ها و رسالت هایی بوده اند، اما یا مکتوب نبوده اند یا هیچ کس نمی دانسته که آن رسالتهای چه هستند. به عنوان مثال، جهت رقابت برای دریافت جایزه ی کیفیت بالدريج، باید یک فرم پذیرش پنجاه صفحه ای را پر کنید و در ادامه، بازرسان بالدريج را دعوت کنید تا به مدت چندین ماه در شرکت تان پرسه بزنند. بازرسان این اختیار را دارند که جلوی هر کارمندی در هررده ای که باشد را بگیرند و از او بپرسند که ارزش ها، چشم انداز و رسالت شرکت چیست؟! جالب اینجاست که حداقل ۹۵ درصد از کارمندانی که بازرسان بالدريج از آن ها سؤال می پرسند، باید بتوانند بدون اینکه به نوشته ای مراجعه کنند جواب سؤالات را بدهند.

تعیین یک رسالت مشخص برای شرکت تان بر مبنای ارزش هایی که به آن ها اعتقاد دارید و حاضر نیستید از آنها بگذرید، معادل این است که قبل از ساخت یک بنا، زیر بنای بتونی عمیقی برایش بسازید.