

Strategija, misija i vizija SSAB

Svaka organizacija, pa i najmanja i neprofitabilna nema šansu za uspeh ukoliko ne postoji jasna i precizna strategija

STRATEGIJA

Definicija strategije

Strategiju možemo definisati kao kombinaciju odluka i aktivnosti koje sprovodi organizacija kako bi postigla **dugoročne ciljeve**, zadovoljila potrebe svojih klijenata i kako bi osigurala stabilno i prepoznatljivo mesto na tržištu.

- ★ Pokrenuti i voditi posao bez jasne STRATEGIJE je jedna od najvećih grešaka na ovim prostorima
- ★ Imati STRATEGIJU znači poznavati kurs kojim se kreće organizacija, cilj koji treba da postigne i resurse koji su za to potrebni
- ★ Strategija preduzeća treba i mora da bude poznata svima, od Predsednika do svakog roditelja u klubovima
- ★ Dobro postavljena STRATEGIJA definiše i pravi brend, ona je temelj svake organizacije pa i sportske

Artikulisanje strategije

Artikulisati strategiju znači pronaći pravi način da uspešno plasirate svoju organizaciju i ideju, **a ne da je objasnите.** Postoje tri osnovna elementa za artikulisanje strategije u poslovanju

1. Cilj ili ciljevi (šta je to što želimo da postignemo na dugi rok)
 2. Okvir (oblast u kojoj želimo da delujemo ili da budemo aktivni)
 3. Naše prednosti (način na koji mislimo da možemo da pobedimo, zašto smo različiti i bolji)
- ★ Strategija je ono što će nas odrediti na tržištu, po čemu ćemo biti prepoznatljivi, odnosno različiti od drugih

Dugoročni cilj sportske organizacije

Primarni koncept u strateškom menadžmentu je "Cilj sportske organizacije". Definisati dugoročni cilj znači pronaći pravi razlog postojanja našeg delovanja, gde želimo da stignemo, kojim kursom ćemo se do tamo kretati i konačno koji su naši motivi za to.

Kada govorimo o dugoročnom cilju i o tome kako da ga uspešno definišemo, u stvari govorimo o četiri fundamentalna elementa

- ★ MISIJI
- ★ VREDNOSTIMA
- ★ VIZIJI i
- ★ IZAZOVIMA

PRIPREMA

- Iskreno postavimo strategiju organizacije, ona nije skup lepih želja, već postavljanje delovanja za dug period
- Svi stakeholders-i rade na zajedničkom zadatku koji je definisan našom usvojenom strategijom
- Na žalost, uobičajeno je da male organizacije nemaju strategiju a da se velike ne ponašaju u skladu sa usvojenom
- Definisanje strategije svima će dati jasan i konkretan pravac kretanja i ponašanja isti za sve
- Tako definisana strategija, motivisće sve zaposlene i stakeholders-e na potpuno identičan način
- Naši klijenti i kupci tačno će znati ko smo, zašto se razlikujemo od drugih i šta od nas mogu da očekuju

MISIJA

Misija organizacije

- Predstavlja MOTIV postojanja našeg biznisa
- Reflektuje naše ideje poslovanja, sem zarade postoji i socijalna komponenta postojanja
- Treba da inspiriše zaposlene, da im omogući potpunu identifikaciju i veru u to što rade
- Mora da bude trajna i ne menja se tokom vremena
- Definisaćemo je precizno i kratko bez obzira koliko razmišljamo o njoj, na primer
- **GOOGLE - ORGANIZOVATI INFORMACIJE U SVETU I NAČINITI IH UNIVERZALNO DOSTUPNIM I KORISNIM**



MISIJA JE MOTIV

VREDNOSTI

Vrednosti organizacije

- Predstavljaju osnovne principe koje koristimo da i spunimo misiju
- Ne treba da budu "poželjne" već one koje nas karakterišu
- Vrednosti se određuju sa pozicije osnivača, idejnih tvoraca...i spuštaju se po vertikali do zaposlenih i korisnika
- Ispitati vrednosti je lako postavljajući dva pitanja - Da li se vlasnici i menadžeri ponašaju u skladu sa njima? Da li bi kompanija poštovala svoje vrednosti kada bi to donosilo manje novca?
- **ORACLE - POJEDNOSTAVI, STANDARDIZUJ, AUTOMATIZUJ**



VREDNOSTI SU PRINCIPI

VIZIJA

Vizija organizacije

- Vizuelno opisana željena budućnost, bogata detaljima
- Vizija nije predviđanje, već naša želja kako želimo da izgledamo u budućnosti
- Mora da izgleda uzbudljivo, da pokreće ljude i poziva na akciju
- Obavezno se odnosi na period u dalekoj budućnosti, na primer 10, 20 ili više godina od danas
- **NIKE -PONUDITI INSPIRACIJU I INOVACIJE SVAKOM SPORTISTI* U SVETTU**
***ko ima telo za nas je sportista**



VIZIJA MI U BUDUĆNOSTI

IZAZOVI

Izazovi organizacije

- Predstavljaju dugoročne teško ostvarljive ciljeve kompanije
 - Moraju biti postavljeni tako da budu poznati svim zaposlenima i da ih motivišu
 - Izazovi koje postavljamo su jasni i konkretni
 - Izazovi su zajednički za sve, promovišu timski duh kompanije
 - Izazovi u strateškom smislu nisu ciljevi koje možemo da dostignemo u kratkom vremenskom roku, najbolji primer u svetu sporta postavio je Nike još dok je bio potpuno nepoznat
- **NIKE -POBEDITI ADIDAS**



**IZAZOVI
SU TEŠKO
OSTVARIVI
CILJEVI**



VAŽNO

- Sve ove elemente izuzetno je značajno analizirati pre dizajniranja biznis strategije, odnosno pre nego krenemo sa radom
- Ukoliko iskreno elaboriramo sve ove elemente, naša strategija biće prepoznatljiva, a naši zaposleni zadovoljni i motivisani
- Kada na pravilan način, iskreno definisemo osnovne principe, onda ćemo vrlo lako birati taktike koje ćemo koristiti u poslovanju
- Pravilno postavljena Misija, Vrednosti i Vizija daju mogućnost svim stakeholders-ima da se identifikuju sa našom kompanijom