

Vizija in poslanstvo podjetja z vidika oglaševalne vloge spletne strani

Judita Trajber

podjetniška svetovalka

za

strokovno podpora pri zagonu mikro podjetij ,
v postopkih javnih razpisov in pri povezavah med ponudniki
v postopkih javnih naročil (tudi snovanje predstavitev
besedil za podjetja in dejavnosti)

28. 11. 2009, WebCamp, Tehnološki park Ljubljana

Kaj pomeni beseda poslanstvo?

- SSKJ o poslanstvu: **poslánstvo** -a s (a?) 1. *kar je komu zaupano, da naredi, opravi v korist določene širše skupnosti, navadno v meddržavnih odnosih: svoje poslanstvo je uspešno opravil / kmalu bo konec mojega poslanstva; njegovo poslanstvo je bilo strogo zaupno / poslanstvo se še ni vrnilo odposlanstvo, odposlanci* 2. *nav. ekspr., s prilastkom kar je smisel, bistvo dejavnosti, obstoja koga: zavedati se svojega poslanstva / kulturno poslanstvo gledališča / zgodovinsko poslanstvo delavskega razreda* 3. *redko poslaništvo: osebje poslanstva ? ekspr. veliko mu je do poslanstva do funkcije poslanca*
-
-

- Iz jezikovnega vidika pojma poslanstvo razberemo, da gre za pojav, ko 'nekdo nekoga nekam pošlje z nekim namenom'.

-

- Tisti, ki je poslan, postane poslanec in s tem dobi svoje poslanstvo.

-

- Bistvo njegove dejavnosti je, da uresniči namen svojega poslanstva.

-

- **Kdo koga kam pošlje in s kakšnim namenom?**



- Včasih slišimo, da se ljudje sprašujejo o smislu svojega življenja, ga iščejo in če ga najdejo, pravijo, da so našli svoje **poslanstvo** na svetu. Spoznali so, kdo so, od kod so prišli in kam gredo. Ne vemo, zakaj človeku ni dovolj obstajati zgolj iz čistega veselja do obstajanja in zakaj mora imeti človek kakšen poseben razlog za svoj obstoj? Ljudem, osebam, ki se jim porodijo tovrstna vprašanja, je težko najti odgovor nanje, kajti nimajo jasnih podatkov o pošiljatelju, o tistem, ki naj bi jih poslal nekam z nekim **poslanstvom**. Svojih roditeljev običajno ne sprašujemo o teh vprašanjih, na primer, čuj mama, si ti mene rodila s kakšnim namenom ali kar tako, slučajno?
-
-

- Pravnim osebam je mnogo lažje odgovoriti na
- tovrstna vprašanja, kajti pri njih se ve.
-

– **KDO?**

- Snovalec poslovne zamisli.

- **KOGA?**

- Zaupanja vredno osebo = svoje podjetje.

- **KAM ?**

- Na pot uresničitve svoje zamisli.

- Podjetje je torej poslanec, odposlanec, poslan na pot.

- **ZAKAJ?**

- Da uresniči, kar si je snovalec zamislil.

- Dobilo je svoje **poslanstvo**.



- ***Kako naj poslanec Podjetje uresniči svoje poslanstvo?***
 -
 - S pomočjo primernih sredstev in načinov. Katera so
 - ta sredstva in načini, uči veda o gospodarskem poslovanju. Ta med sredstva za uresničitev poslovnih zamisli vključuje tudi oglaševanje. Eden od načinov oglaševanja je **spletna stran podjetja**. Zelo pomembno je, kaj na njej lahko preberejo povpraševalci po izdelkih (izdelki v tržnem smislu so tudi storitve, pokrajine, osebe itd.). Veda o gospodarskem poslovanju na uči, da moramo pogoje za opravljanje dejavnosti in vrstni red dejanj ter uporabo sredstev načrtovati.
-
-



- SSKJ o viziji: **vizíja** -e_z (i?) 1. *vidna zaznava brez stvarne podlage, privid: doživljati, imeti vizijo; vizije užívalcev mamil // zaznava prostorsko ali časovno oddaljene stvari brez posredovanja čutnih organov: verjeti vizijam; sanjske vizije preteklih, prihodnjih dogodkov; vizije jasnovidcev* 2. *notranje doživetje česa, kar v stvarnosti (še) ni nastopilo, videnje: vizije so pri njem izrinile logično sklepanje; preroška vizija pesnika; vizije atomske vojne / v viziji je videl stroj, ki si ga je zamislil* 3. *izmišljena, fantazijska podoba (česa): slikar je ustvaril kompozicijo iz vizij; fantastična vizija resničnosti v pesmi; z glasbo upodobiti vizijo morja*
-
-

- 4. navadno s prilastkom *predstava o tem, kakšna naj bi kaka stvar (v prihodnosti) bila*: uresničiti je hotel svojo vizijo sveta; dolgoročna **vizija** razvoja gospodarstva; Platonova **vizija** države // knjiž. *dojemanje, razumevanje*: renesančna **vizija** človeka; pesem izraža harmonično vizijo narave ?
psih. psihedelična **vizija**; psiht. **vizija** *vidna halucinacija, zlasti religiozno mistična*; rel. **vizija** *notranje doživetje, izkustvo česa nadnaravnega brez posredovanja čutnih organov; videnje ?*
 -
 - Nikjer v razlagi pojma ni videti, da bi bila vizija opredeljena kot želja (čeprav jo sicer ta pogojuje).
-
-

Ker je poslanstvo podjetja vsebovano v sami zamisli o njegovem nastanku, izhajajo pri načrtovanju delovanja podjetja vsi prijemci iz tega vrhovnega poslanstva. So v službi poslanstva. V službi prvotne zamisli. Če to prvotno zamisel vidimo v mislih uresničeno, še preden se to zares zgodi, govorimo o viziji. Dogaja se včasih, da kdo ustanovi podjetje, ker je prišel do denarja in bi rad prejemal le dobičke od vložene glavnice, ne da bi imel kakšno zamisel kaj naj bi to podjetje počelo. V tem primeru je poslanstvo njegovega podjetja ustvarjati dobičke s čimerkoli, vizija podjetja pa, da ustvarja dobičke. Če ima ustanovitelj dovolj denarja za začetne plače poslovođnikov in poslovođnic še preden so ti našli donosne posle, je tudi to možno. Ko so ustvarjeni pogoji za pričetek poslovanja, na spletni strani verjetno ne bo pisalo: 'poslanstvo našega podjetja je ustvarjati dobičke s čimerkoli že'. Pač pa v takih primerih nastajajo opredelitve poslanstev, v katerih se čuti neka neprepičljivost ter vizije, v katerih so izražene želje, ne pa videnja uresničenih zamisli. Želje so znamenja nepopolnosti. Povpraševalcev po naših izdelkih, ki raziskujejo ponudbeni trg, pa z našo neprepičljivostjo in izrazi naše nepopolnosti n bomo pritegnili. Le svoje tekmece bomo razveselili. Z vidika oglaševalne vloge spletne strani je dobro biti pozoren na te stvari in po potrebi dati naročnik navodila glede vsebine besedila za objavo njegovega poslanstva in vizije

Če nam je zaupana naloga zasnovati besedilo, ki naj bo objavljeno na spletni strani podjetja, bomo v morebitnem zavihku poslanstvo in vizija, če ju podjetje želi javno objaviti, od naročnika skušali dobiti čim bolj natančne in slikovite podatke o 'prapočelu', o prvotni zamisli ustanovitelja podjetja. Skušali si bomo priti na jasno, kako je snovalec videl prihodnost tega podjetja čez poljubno število let, kako je videl svojo zamisel kot uresničeno. Če bomo dovolj pozorno prisluhnili, pri sestavi prepričljive in učinkovite opredelitev poslanstva in vizije ne bomo imeli večjih težav.

Manjše težavice

Kadar se neko podjetje ne ukvarja z dejavnostjo, zaradi katere je bilo ustanovljeno - mogoče je tisti posel propadel in so zaposleni našli neko nadomestno dejavnost - se s propadlo ne želijo hvaliti prek spletne strani. V takih primerih lahko kljub temu naredimo povezavo do 'prapočela', opišemo razvoj do današnje točke, kako so nas izkušnje obogatile in katerih napak (če so nastale) s pomočjo pridobljenih izkušenj ne bomo več ponavljali. Tukaj preži nevarnost, da bi skušali pokazati na zunanje krivce, tega se raje diplomatsko izognimo.

*Ali je z oglaševalnega vidika
sploh koristno, da javno objavimo
svoje poslanstvo, vizijo, vrednote,
cilje?*

NE

Ker to kupcev ne zanima. Zanimata jih le kakovost in cena našega izdelka tukaj in zdaj. Naše sanje zanimajo le naše tekmece. A manj ko ti vedo, bolje je. Tudi kadar nam sanj ne uspe uresničiti, bomo manj osramočeni, če nismo prej z njimi na veliko mahali. Zato nikar ne silimo svojih strank v javno objavo njihovih poslanstev in vizij.

Primeri objav na spletnih straneh

Poslanstvo podjetja MSO

V podjetju MSO skrbimo za dolgoročno varnost zaposlenih. V današnjem svetu je uspešnost poslovanja pogoj za varnost. Uspešnost in visoko konkurenčno sposobnost bomo zagotovili s stalnim vlaganjem v strokovno izobraževanje zaposlenih, razvoj novih izdelkov in sodobno tehnološko opremo.

Vizija podjetja M SO (z vijolično so označene napake in opombe)

Prihodnji razvoj podjetja M SO bo temeljil predvsem na dveh stebrih: (bolje bi bilo: M SO leta 2012 temelji na dveh stebrih:)

Stavbnem okovju skupaj z No, kjer želimo (brez želimo) prodajno funkcijo nadgraditi s svetovanjem in servisom; (kjer poleg prodaje tudi svetujemo in servisiramo);

Mizarstvu, kjer želimo razviti, izdelovati in tržiti najboljša okna v Sloveniji.

V prihodnosti želimo nadgraditi in povezati obe enoti s skupnim inženiringom. Postati želimo najboljši strokovnjak za okna v Sloveniji. (Hudoo! Ne želimo, smo!)

Vizija društva ŠSSL je **postati (bolje bi bilo reči: biti; vizija je mirujoča negibna - za razliko od poslanstva, ki je gibajoče)** v slovenskem in mednarodnem športnem prostoru prepoznavna, avtonomna ter konkurenčna športna organizacija na področju športa za vse, ki:

- celovito in kakovostno podpira svoje članice s programom ponudbe podpornih storitev članicam,
 - razvija nove športne programe in pristope,
 - uveljavlja ter promovira šport kot pomemben element kakovostnega življenjskega sloga ter je
 - družbeno odgovorna nacionalna športna organizacija na področju športa za vse.
-
-

Izvedbena organizacijska struktura unije je zasnovana iz dveh ključnih področij delovanja in upravljanja, in sicer iz pridobitnega in nepridobitnega dela. Osnovna usmeritev je načrtovanje in izvajanje programov, ki so namenjeni izključno učinkoviti podpori članicam ŠSL in so zanje finančna sredstva zagotovljena. Dopolnilna dejavnost je načrtovanje in izvajanje programov, ki so v javnem, nacionalnem interesu Republike Slovenije in so sofinancirani iz javnih sredstev na podlagi javnih razpisov različnih ministrstev ter drugih fundacij oziroma finančnih virov. Pridobitna dejavnost podpira izvajanje ključnega poslanstva unije, t.j. učinkovito podporo članicam unije. (to bi še šlo)

Poslanstvo

Če ne veš kdo in kje si, kako boš vedel kam greš? In če ne veš kam greš, kako boš vedel, da si na pravi poti?

V Al vemo kdo smo, kje smo in kam gremo:

(karnekaj)

Al smo razvojno usmerjena družba za proizvodnjo in prodajo obutve.

Poudarjamo razvojno usmerjenost na vseh področjih poslovanja. Z inovativnostjo in specializiranim znanjem naših zaposlenih ustvarjamo vedno višjo dodano vrednost sodobnemu potrošniku prilagojene obutve. S hitrim odzivanjem na tržne spremembe **poskušamo** zadovoljevati **(zadovoljujemo)** in presegati pričakovanja naših kupcev.

Vizija

tehnološko vodstvo v proizvodnji in uvajanje sodobnih tehnik prodajanja;

postati mednarodno poznano in ugledno podjetje in blagovna znamka;

postati največji slovenski proizvajalec in prodajalec obutve na drobno;

ustvarjanje **vedno višje** dodane vrednosti z visoko usposobljenimi in motiviranimi sodelavci. (**same želje,nič konkretnega**)

Vizija

Razvojne usmeritve (razvojna usmeritev ni vizija, ostalo v redu) Xeln so jasno načrtane. Naša osnovna skrb je zagotavljanje zdravega bivanja in življenjskega okolja ter ohranjanja narave.

Vse svoje sile usmerjamo v razvijanje naravnih gradbenih materialov in sodobnih gradbenih rešitev, s katerimi omogočamo reševanje stanovanjskih in bivanjskih potreb po lastnih željah ob zagotavljanju nizkih stroškov in ohranjanju nedotaknjenega življenjskega okolja. (to bi sodilo v poslanstvo, kar v redu)

Proizvodnja je naravi prijazna, saj uporabljamo naravne surovine in z novimi tehnologijami manjšamo porabo energije. Vse tovarne, ki proizvajajo porobeton YT, delujejo s čistilnimi napravami in uporabljajo zemeljski plin kot osnovni energent. Folija, ki jo uporabljamo za zaščito palet je samorazgradljiva in ne obremenjuje okolja.

Največjo pozornost pa seveda namenjamo izdelkom, ki morajo biti popolnoma neoporečni, da zagotovijo zdravo življenjsko okolje in prijetno bivalno klimo uporabnikom objektov zgrajenih iz YT-a.

Poslanstvo (to bi lahko bila dobra vizija)

Prvi ponujamo naj sodobnejšo uporabniško izkušnjo komuniciranja.

Naše rešitve odlikuje prvovrstna kakovost, zanesljivost in varnost.

Mi povezujemo zabavne, inovativne in poslovne vsebine, ki našim uporabnikom bogatijo življenje. Ljudem omogočamo zblíževanje, osebno komuniciranje in timsko delo. Naši uporabniki se pogovarjajo, se smejejo, pišejo - komunicirajo - s komerkoli in kadarkoli - so prvi.

Delamo v stimulatívnem, navdušujočem okolju, polnem izzivov. V timskem delu najdemo veselje, vodenje in navdih, biti prvi.

Kot prvi ustvarjamo vrednost za nas, naše uporabnike, partnerje in lastnike.

Naše poslanstvo je zagotavljanje celovitih rešitev s področja projektiranja, gradnje in vzdrževanja telekomunikacijskih kabelskih omrežij. Poslovne partnerje zadovoljujemo z visoko kakovostnimi storitvami, lastnikom ustvarjamo dobiček, zaposlenim pa zagotavljamo socialno varnost in spodbudno delovno okolje. (odveč,raje ne)

Naša vizija je biti (Smo) vodilni ponudnik celovitih rešitev s področja projektiranja, gradnje in vzdrževanja telekomunikacijskih omrežij v regiji.

Vizija

Prvi! Vi ste glavni: poslovanje po vaši meri

Zaradi zahtev po **visoki kakovosti** informacijske podpore v podjetjih ta v prihodnosti **ne bodo več zmogla** sama upravljati z informacijskimi viri. To **bomo** namesto njih počeli visoko usposobljeni strokovnjaki v usmerjenih družbah, ki zagotavljalo storitve s področja celovite informacijske podpore.

Vizija

Z našimi partnerji ustvariti boljše in učinkovitejše informacijske ter poslovne sisteme. (bolje bi bilo: z našimi partnerji ustvarjamo... bolje od...?)

Poslanstvo

Smo podjetje, ki sodobne tehnološke rešitve systemske integracije, poslovnih komunikacij in zunanjega izvajanja vključujemo v poslovne procese podjetij z namenom učinkovitejšega, hitrejšega, fleksibilnejšega in konkurenčnejšega poslovanja. (OK a kot vizija, ne kot poslanstvo)

Vrednote

Vrednote oblikujejo organizacijsko kulturo v Av-i, predstavljajo okvir vsakodnevnega odnosa med sodelavci, usmeritev pri odnosu s strankami in partnerji ter zagotavljajo osnovo za naše operative in strateške odločitve:

Znanje

Napredek

Partnerstvo

Varnost (OK)

Vizija našega podjetja

V skladu s točko 2.04 poslovne filozofije matične hiše **bomo** do leta 2012 postali vodilni dobavitelj na področju oskrbe slovenskih delavnic za montažo in drugo pritrdilno opremo in izdelke. Vodilno vlogo **bomo** prevzeli na področju direktne prodaje. Naš pristop k trženju se razlikuje od koncepta prodaje v maloprodaji, zato na tem področju nimamo namena konkurirati. Z jasno zastavljenim tržnim konceptom zagotavljamo kupcem kvalitetno raven oskrbe. Zastavili smo si naslednje cilje kakovosti:

Z intenzivnostjo pokritja trga **bomo** zagotovili kupcem iz naših panog kontinuirane obiske, tako da bodo imeli možnost nenehnih stikov z našo hišo. Na ta način bodo odjemalci imeli možnost pravočasnega naročanja blaga ter nenehnega pretoka informacij o izdelkih ter raznih izboljšavah.

Kaj **bomo** storili, da **bomo** dosegli cilj visoke pokritosti prodajnega terena?

- V obdobju do leta 2012 **bomo** povečali število zaposlenih na letni ravni v povprečju za 10%. V tem letu bo 88 zaposlenih neposredno na terenu skrbelo za potrebe kupcev.

V današnjem času kupci potrebujejo kvalitetnega ponudnika, ki bo znižal njihove stroške oziroma povečal vrednost njihovega poslovanja. Kako **bomo** to zagotovili ?

Kakšen je naš odnos do zaposlenih ?

Vodstveni kadri **vodijo zaposlene** v skladu četrtem odstavkom točke 1.02 poslovne filozofije koncerna, ki svetuje svojim managerskim kadrom naj bo **vodenje ljudi preprosto z prijateljsko podporo, podkrepljeno z nasveti v obliki primerov in ne z ukazi ali nekimi odredbami**. Točki 2.08 dopolnjuje zgoraj navedeno točko saj izpostavlja, da vodenje temelji na pozitivnih vrlinah in da v koncernu prevladuje kooperativni stil.

- Zaposlene **gledamo** kot največji »zaklad« podjetja.

Kakšne so odgovornosti za doseganja ciljev kakovosti v organizaciji ?

Odgovornost za doseganje kvalitete poslovanja ima vsak zaposlen. Zato mora na delovnem mestom zagotoviti kvalitetno izvedbo svojega dela. Pri čemer mora upoštevati, da so vsi delovni procesi povezani in da pri izvajanju politike kakovosti sodeluje z ostalimi sodelavci.

Kakšne so odgovornosti vodstva podjetja ?

Zagotoviti mora vse pogoje, da se lahko nemoteno izvaja politika kvalitete na vseh ravneh v podjetju in hkrati težiti k nenehni izboljšavam pri izvajanju le-te.

Kakšen bo naš odnos do dobaviteljev ?

Partnerski, pri čemer **moramo** upoštevati, da je naš večinski dobavitelj matična hiša, zato je naš odnos do le-te določen z notranjo strukturo koncerna.

Od svojih dobaviteljev **bomo** zahtevali visoko kvaliteto na vseh ravneh, ne samo za izdelkov, temveč tudi dobavnih rokov, zanesljivosti ponudb ter drugih faktorjev, ki neposredno vplivajo na kvaliteto poslovanje naše družbe.

Smo del koncerna Wu, razvoj in s tem skrb nad inovacijami ter izboljšavami ima matična hiša. Ker le-ta posluje pod pogoji ISO 9001 lahko z gotovostjo trdimo, da je zagotovljen visok nivo inovativnosti.

Kakšen je naš odnos do izobraževanja ?

- Zagotavljamo visoko usposobljenost prodajnega osebja na osnovi koncepta zaposlovanja in izobraževanja, ki ga je v zadnjih 50 letih razvila matična hiša, pri čemer je le-tega prilagajamo našim slovenskim potrebam.
- Nenehno izobraževanje je pogoj za ohranitev konkurenčne sposobnosti, ker smo mednarodno podjetje **bomo** zaposlenim omogočili izobraževanje tako doma in po potrebi tudi v tujini. Pri čemer bomo pospešeno koristili izobraževalne ustanove in sistem naše matične hiše.

Letni cilji so predstavljeni v gospodarskem načrtu družbe za tekoče leto.

Naše dolgoročne usmeritve so:

- **Visok** koeficient obračanja zalog
- Prepoznavnost zaradi **kvalitete** izdelkov in poslovanja
 - Prodaje izdelkov z **visokim** donosom (**publice**)
- Nenehno širjenje prodajnega asortimana na slovenskem trgu
- **Poglobitev partnerskega odnosa s kupci (ali je sedaj odnos slab? to pa ni ravno reklama)**

VIZIJA

Naša vizija je orientacija v svet, podprta z lastnim razvojem. V bližnji prihodnosti **načrtujemo izgradnjo (bolje: gradimo)** poslovno trgovinskega kompleksa, ki smo ga poimenovali VRKR. Pri izgradnji tega kompleksa upoštevamo njegov širši regijski pomen. Kot pogumen poslovni projekt predstavlja nov razvojni moment v simboličnem in dejanskem programskem smislu. Z moderno arhitekturo in jasno nakazano idejo je konceptualna rešitev kompleksa zamišljena kot evropsko usmerjen regijski center, pospeševalnik razvoja in obenem pomembna predstavitevna točka gorenjske prestolnice.

Vzročna naloga za vajo

(naloga Mars):

kako bi napisali poslanstvo in vizijo za spletno stran
podviga o pristanku na Marsu

?

(šepetalec: kdo koga kam zakaj
in kako izgleda uresničeno)



ZAKLJUČEK

poslanstvo = uresničevanje zamisli

vizija = uresničena zamisel



HVALA ZA POZORNOST

Judita Trajber

Kdor želi od dedka mraza prejeti poslovni priročnik Računica v pdf formatu, ki si ga lahko natisne, naj pošlje vstopnico za današnjo

*konferenco na **info@razpisna-***

pisarna.si *Priričnik na prepost način*

ponazori, kako izračunamo t.im. lastno ceno svojega izdelka (storitve itd.), da si ne bi delali izgube.
