

מצגת זו מוקדשת באהבה ובגעגועים אין-קץ לאיש יקר ומיוחד, לשמואל מנדל ז"ל, חבר קיבוץ מרום-גולן, שחלק מהתובנות שרכשתי על עולם הניהול רשומות על שמו.

קליישאות בעולם הניהול

האם רק קליישאה?

והפעם, קליישאות חילוץ למנהל
בארגון הנמצא במשבר

אלי מילר

Coach4Coach

בית צמיחה למאמנים

052-6557731

imun@017.net.il

www.coach4coach.org.il

קלישאה היא קלישאה.

קלישאה (ויקיפדיה): ביטוי שבלוני ונבוב, ולעתים אף שגוי, שמרבים להשתמש בו בשפה המדוברת אך אינו מוסיף דבר למידע שבטקסט. קלישאה היא גם שימוש הולך וגובר בביטוי כלשהו, רלוונטי כשלעצמו, שהופך אותו לקלישאה.

ועם זאת, האם שימוש רב בביטוי כלשהו שהופך אותו להיות קלישאה, גם הופך אותו להיות אוטומטי ללא רלוונטי?

דוגמאות בהמשך.

משבר רציני יכול להפוך להזדמנות. הוא גם יכול שלא להפוך להזדמנות כי הוא "סתם" משבר. אולי אפילו זה לא תלוי בך. אבל אולי אפילו זה כן תלוי בך?

נצל את חוזקות הארגון:

זה הדבר הזמין הוודאי ברגעי משבר.

אל תאבד את זהותך!

בדוק שמבלי להיוועץ בך, גלגלי ההצלה
אינם כותבים בטעות את תעודת הזהות
שלך מחדש.

צא נגד אופנות עיסקיות. או היה בעד
אופנות עיסקיות.

כך או כך, האופנות העיסקיות חשובות כל
עוד הן מתאימות לך.

אל תתפתה לפתרונות קצרי טווח,
למשל כמו פיטורי מנהל הפיתוח...

בנה לעצמך את ה DreamTeam שלך
למצבי משבר. הרבה פעמים הנבחרת
תורכב מאנשים שכבר נמצאים לידך.

עם זאת, עצם הימצאותם לידך, היא
לבדה אינה עושה אותם ראויים לנבחרת.

גם הארגון הגדול ביותר מושתת בסיכומו
של דבר על מספר עובדים מצומצם
שערכם ייחודי.

זהה אותם. שמור עליהם.

פשט את מבנה הארגון שלך. שלח
בדמיוןך בזה אחר זה את המנהלים
למילואים ובדוק מהו באמת אומדן הנזק.
אולי הוא לא כזה נורא.

הסתכל על הרכב "בית הלורדים" שלך.
יושבים בו עובדים ומנהלים וותיקים שאתה
"חייב להם". בית הלורדים מתקיים על
מנת שהם ידברו בו, ועל מנת לתת להם
סיבה לקום בבוקר.

בדוק אם כל זה אכן תואם את חזון הארגון
שלך. אם לא, פרק את בית הלורדים.

לא כל מה שנתת לגביו תשובה שלילית
בעבר,

אינו ראוי לשיקול מחודש.

לפטר עובד בקו היצור זה פשוט, לא תמיד
אפילו תדע את שמו,

אך משכורת של סמנכ"ל אחד שווה
למשכורת של 10 עובדים בקו.

עדיף עובד צעיר על פני עובד וותיק,
אם הכישור החשוב לצרכי היצור הוא
מהירות הריצה למרחק קצר.

זה שאתה יודע מה א. תאמר בהנהלה, כי
שמעת את דבריה אין סוף פעמים בשנים
האחרונות,

זה לא אומר שאין בדבריה טעם ולכן שווה
להקשיב לה עד תום. אולי היא אפילו
תאמר משהו חדש.

פנה לחוג לקוחות שזנחת בעבר. או
לחילופין, פנה לחוג לקוחות *שהמתחרים*
העיקר שתפנה.

שמור בקפידה על הקוד האתי של הארגון.
אם יש כזה.

אם אין, אולי הגיע הזמן שיהיה?

דע להיות צנוע.

אך אל תשכח שהתועלת הניהולית תתקבל
רק כאשר לא תשמור את צניעותך בסוד.

טפל בהופעתך. הגוף והנפש מנהלים בינם לבין עצמם משחק מפותל.

מצב הרוח שלך, מסתבר, מושפע גם מהקפדה על חולצה נקייה. גם מצב הרוח של סביבתך.

חזק את ערכי המותג שלך.
לפני כן בדוק אם ברור לך מהו.

היה מודע לצרכים המיוחדים של
לקוחותיך.

כשרונך בתחום זה הוא ערך מוסף יקר
ערך.

זכור שכאשר יורד גשם,
הוא מרטיב גם את המתחרים שלך.

שתף פעולה דווקא עם המתחרים,
אך הישמר מפני הממונה על ההגבלים.

האם פעולה שאתה נוקט היא פרי של
אומץ לב, או חלילה חוסר אחריות...?

תלוי בעיני המתבונן!

אין די בהתייעלות:
הייה אפקטיבי!

נסה למצוא פתרונות יצירתיים,

אך לא קודם שתזכור, מירב התשובות
נמצא בפתרונות מהמעלה הראשונה.

פעל לפי החושים שלך.

הקשב להם גם ולמרות שאינם יודעים
לנמק את עצמם.

קלישאה היא רק קלישאה.

או אולי לא רק.

ולמבחר הדוגמאות שהוצגו, יש לבטח גם כמה משלך. מהן?