

## **ORGANIZACIJSKA KULTURA ZA KREPITEV PRODUKTIVNE ENERGIJE**

Podjetje SAOP sestavlja pretežno mlada ekipa računalniških, razvojnih in prodajnih strokovnjakov, ki ji uspeva v močnem konkurenčnem okolju stalno povečevati tržni delež na področju IT aplikacij za spremljanje poslovanja organizacij. Dobri rezultati poslovanja in uspešnost podjetja so v veliki meri posledica velike skrbi za strokovni in osebnostni potencial ter razvoj zaposlenih.

Vodstvo podjetja je v zadnjih nekaj letih posvetilo posebno pozornost razvoju organizacijske in prodajne kulture, ki naj bi temeljili na vrednotah: zaupanje, zanesljivost, ustvarjalnost, prijaznost, učinkovitost in partnerstvo. Oblikovali smo tudi nov slogan podjetja »Z vami tkemo poti zaupanja«, s katerim želimo okrepiti kulturo povezanosti z našimi kupci.

Pred spreminjanjem kulture podjetja smo želeli ugotoviti, kakšno organizacijsko oziroma čustveno energijo ustvarja obstoječa organizacijska kultura, da bi se lahko lažje odločili za strateške pristope pri nadaljnjem spreminjanju kulture podjetja. Analize organizacijske energije so pokazale, da imamo v podjetju nekoliko preveč udobne energije in nekoliko manj produktivne energije. Odločili smo se, da spremenimo razmerje v korist produktivne energije.

Med pomembnimi viri organizacijske energije, ki so vplivali na večjo količino udobne energije, so bili tudi viri, ki izvirajo iz organizacijske kulture. Najmanj produktivne energije izhaja iz kulture podjetnosti t.j. vzorcev razmišljanja, ravnanja in vedenja, ki so povezani s produkcijo idej in iskanjem priložnosti za njihovo realizacijo, prodajo. Odločili smo se za nekatere vodstvene in organizacijske spremembe, ki naj bi v nekaj letih privedle do spremembe stanja.

Vodje so dobili napotilo, naj s svojim ravnanjem in vedenjem v čim večji meri izražajo podjetnost – tako, da v vsaki situaciji vidijo možnosti in priložnosti za razvoj in prodajo. Hkrati smo se dogovorili, da vodje v večji meri informirajo sodelavce o potrebah, pričakovanjih in željah kupcev z namenom, da zaposleni prispevajo ideje za njihovo realizacijo in s tem pripomorejo k izkoriščanju priložnosti, ki se sprotne pojavljajo na tržišču. Vodje naj bi zaposlenim dajali sprotne povratne informacije o uspešni realizaciji ciljev, pri katerih so sodelovali s svojimi idejami.

V letošnjem letu smo v ta namen oblikovali tudi poseben projekt za krepitev kulture podjetnosti, ki smo ga poimenovali »Vsi prodajamo«. Za prodajo smo pričeli usposabljeni vse zaposlene v podjetju, saj smo izhajali iz prepričanja, da lahko prav vsakdo iz podjetja proda vsaj nekaj, kar SAOP proizvaja. Za skupino »amaterskih prodajalcev« smo pripravili tudi poseben sistem spremljanja njihove prodajne uspešnosti in sistem motivacijskega nagrajevanja. Ob koncu letošnjega leta želimo podeliti prve nagrade.

S tem prispevkom želim udeležencem konference predstaviti konkretne pristope za krepitev produktivne energije zaposlenih z upoštevanjem in spreminjanjem organizacijske in prodajne kulture podjetja, z namenom doseganja še večje uspešnosti podjetja.

**Avtorica: Sonja Šinigoj**