StratejiCo.

Kurumsal Değerler Çalışması

Eğer bir şirkette arzu edilen değişiklik genel sistemin kültürel değerlerine uygunsa, bu yeni davranışlar daha kolay benimsenebilir. Bu nedenle önce o organizasyonun kendine has kültürünü ve değerlerini tanımlamak çok daha faydalı, verimli ve uygun maliyetli olacaktır. Benzersiz kültür ve değerlerinizi eyleme dönüştürerek, ekiplerinizin, birimlerinizin ve tüm organizasyonunuzun bağlılığını ve etkinliğini artırabilirsiniz.

Konu nedir?

Şirketin vizyon ve stratejisi, çalışanlar tarafından doğru algılanıp davranışlara yansımalı, bu çalışma biçimi de kurum kültürü tarafından desteklenmelidir. **Strateji ve Kültür** arasındaki ilişki **'Değerler'** vasıtasıyla anlaşılır ve benimsenir.

Ne öneriyoruz?

StratejiCo. olarak her işin başının veri ve doğru analiz olduğuna inanıyor, mevcut durumu kapsamlı ve ölçülebilir bir şekilde inceliyoruz. İşe Değerler Çalışması ile başlıyoruz. **Değerler Çalışması,** çalıştay ile odak gruplarını içeren kalitatif aşama ve online anketi içeren kantitatif araştırma aşamalarının birleşimidir. İki aşama birbiriyle örtüşecek şekilde raporlanarak katılımcı ilerleme sağlanır.

Nasıl yardım ediyoruz?

Değerler Çalışması aşamasında, şirketin vizyonunun ve kabul görmüş değerlerinin çalışanlar için ne anlama geldiğini tespit ediyoruz. Ayrıca mevcut angajman seviyesi ile şirketteki kritik segmentler ve **Şirket içi İlişki Haritasını** (Aktivist, Destekçi ve Köstekçi oranları) ortaya çıkarıyoruz.

Daha sonra, arzu edilen değerler setinin sonucu olarak, ulaşılmak istenen değer ve davranış değişikliğini destekleyecek yetkinlikler setini belirliyor, bunun mevcut durumla farkını ortaya koyuyoruz. Birlikte projeler oluşturarak yeni kurumsal değerlerin şirket içinde kök salması için çalışmalara başlıyoruz.

Oluşturduğumuz **stratejik iletişim planı** şunları kapsıyor:

- Mevcut durumun analizleri,
- Strateji artikülasyonu ve öncelikler,
- Değerler hikayesi,
- İletişimde yönetilmesi gereken konular ve paydaş haritası,
- Paydaşların mevcut ve hedeflenen algıları,
- Hedeflenen algıyı yaratabilmek için iletişimde kullanılacak ana mesajlar ve sözcüler,

- Mesajları taşıyabilecek ve paydaşların katılımını sağlayacak ana iletişim projeleri,

  Ölçümleme/başarı kriterleri.