

Spółeczna Akademia Nauk

Budowanie i kreowanie marki

Znaczenie kultury organizacyjnej dla marki

Dr Eliza Nowacka

- Nagradzaj lojalność

Zadanie w zespołach

Proszę stworzyć system nagradzania lojalności klienta dla:

piekarnia

hotel

Sklep
kosmetyczny

Jaka
organizacja?

Pamiętaj lojalność to więź emocjonalna klienta z marką

Więź oparta na zadowoleniu

Lojalny klient

Kupuje

rekomenduje

Zanim nowy temat

Ćwiczenie nawiązujące do poprzedniego wykładu

Z sylabusa

Plan

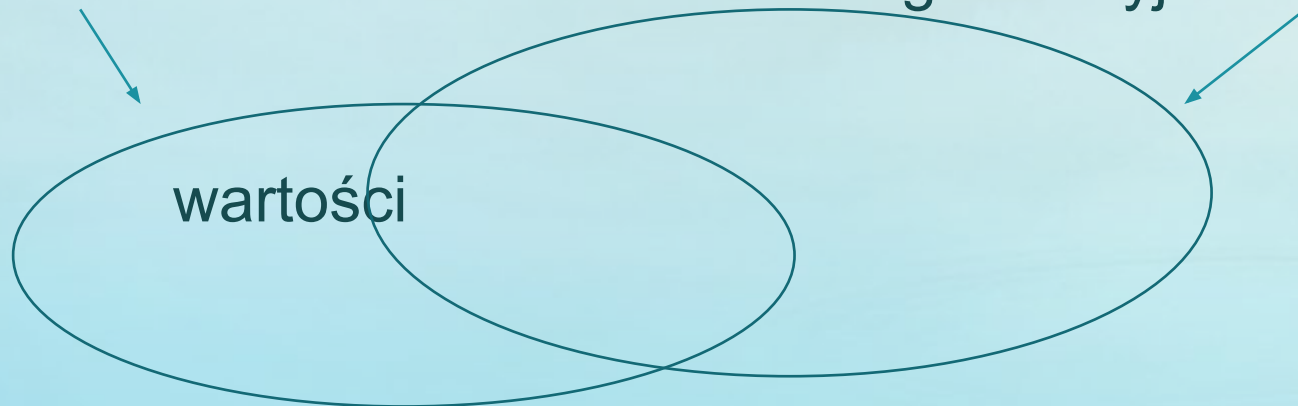
- Pojęcie kultury organizacyjnej
- Elementy kultury organizacyjnej
- Typy kultury organizacyjnej
- Kultura organizacyjna a budowanie marki

literatura

- Leslie de Chernatony, Marka Wizja i tworzenie marki, Gdańsk 2003
- Anna Wojtowicz, Istota i modele kultury organizacyjnej — przegląd koncepcji

Silna marka

kultura organizacyjna



Znaczenie kultury organizacyjnej dla budowania marki

- metoda uporządkowanych zachowań i postaw pracowników w stosunku do strategii przedsiębiorstwa i celów, jakie objęła oraz ogólnych zachowań przyjętych w firmie wobec środowiska

wewnętrznego

zewnątrznego

Definicja kultury organizacyjnej

- 1. Nowatorstwo i podejmowanie ryzyka – stopień w jakim zachęca się pracowników, żeby wprowadzali innowacje i podejmowali ryzyko.
- 2. Dbłość o szczegóły – stopień, w jakim od pracowników oczekuje się dokładności i zwracania uwagi na szczegóły.
- 3. Postawienie na wyniki – stopień, w jakim kierownictwo koncentruje się na wynikach lub efektach, a nie na metodach i procesach zastosowanych w celu osiągnięcia tych wyników.
- 4. Nastawienie na człowieka – stopień, w jakim decyzje kierownictwa uwzględniają skutki uzyskanych wyników dla członków organizacji.
- 5. Nastawienie na zespoły – stopień, w jakim działania organizacji obejmują raczej zespoły niż jednostki.
- 6. Agresywność – stopień, w jakim pracownicy wykazują agresywność i raczej rywalizują z innymi niż zadowolają się swoją pozycją.
- 7. Stabilność – stopień, w jakim organizacja usiłuje w swoich działaniach utrzymać istniejący stan rzeczy, rezygnując z rozwoju.

Istota kultury organizacyjnej

- Kultura organizacyjna zapewnia podstawy do odróżnienia marki od innych marek w sposób dobrze przyjmowany przez klientów poprzez wartości emocjonalne nie funkcjonalne.

artefakty, czyli sztuczne twory danej kultury:

- symbole,
- sposoby komunikowania się,
- rytuały,
- mity
- tabu
- klimat organizacyjny

Elementy kultury organizacyjnej

Artefakty

Wartości

założenia

symbole ułatwiają identyfikację budzą emocje i popychają do określonych działań

Rodzaje symboli:

- **symbole architektoniczne**, np. rozplanowanie biura, wystrój wnętrz, rodzaj mebli i urządzeń biurowych, zewnętrzna architektura budynków;
- **symbole fizyczne**, np. sposób ubierania się, styl uczesania, strój służbowy, identyfikatory, logo;
- **symbole statusu** (hierarchii, pozycji społecznej), np. samochód służbowy, sekretarka, miejsce na parkingu, stołówce


symbole

- Elementy:
 - język (wspólne wyrażenia, skróty myślowe, wyrazy trudne do zrozumienia dla kogoś z zewnątrz;
 - Formuły lingwistyczne, hasła, zawołania, przydomki, krótkie zwroty;
 - sposób przyjmowania interesantów, klientów;
 - sposób odnoszenia się ludzi do siebie nawzajem.
- Wiele organizacji i związków, organizacji formalnych i nieformalnych używa specyficznego języka jako sposobów identyfikacji członków pewnej kultury czy subkultury.
- Poprzez opanowanie wspólnego języka następuje poświadczenie przynależności do danej kultury i proces jej stabilizacji.

Sposoby komunikowania się

- Rytuał zawiera przekaz, a także powtarzalność gestów i sytuacji. To czynności podejmowane wspólnie przez uczestników danej organizacji, ujawniają się w (zewnątrznych) zachowaniach uczestników organizacji, np.:
- **sposobach witania** się np. Japonia – śpiewanie hymnu fabryki
- **ceremoniach religijnych** (poświęcenie nowej hali produkcyjnej)
- **społecznych** (sposoby prowadzenia negocjacji, spotkania biznesmenów).

rytuały

- anegdoty i opowieści odnoszące się do historii organizacji, dotyczą szczególnie ważnych osób (realnych bądź wymyślonych), uczestniczących w istotnych wydarzeniach, które utrwaliły się mocno w pamięci członków danej społeczności.
 - Mity pełnią
 - Funkcję wychowawczą, podkreślają to, co w danej kulturze jest uprawnione i akceptowane, a także to czego tolerować nie można.
 - Cecha charakterystyczna
- odstępstwa od faktów, które  służą lepszemu wyeksponowaniu moralizatorskiej pointy i utwierdzeniu członków danej społeczności o słuszności przyjętych wzorów kulturowych.

mity

- sprawy, którymi zajmować się lub mówić o nich nie wypada
- działania, których wykonanie jest niemożliwe.

Np.:

- wysokości wynagrodzenia,
- szczegóły z życia prywatnego ludzi,
- kryteria polityki awansów,
- przyznawanie się do swoich słabości.

tabu

- zbiór subiektywnie spostrzeganych przez pracowników przedsiębiorstwa tych cech charakterystycznych sytuacji organizacyjnych, które są względnie trwałymi skutkami funkcjonowania społecznej organizacji, kształtującymi motywy zachowań organizacyjnych tych pracowników

Najczęściej wyróżnia się cztery typy klimatu organizacyjnego: klimat autorytarny, klimat biurokratyczny, klimat towarzyski, klimat innowacyjny

Klimat organizacyjny

- społecznie uznawane zasady, cele i standardy, którym przypisuje się jaki walor wewnętrzny.

wartości

- określone cele i wartości, ku którym zmierza przedsiębiorstwo, za pomocą których mierzy się sukces,
- sposoby kontroli autentyczności zachowań ich stopień odzwierciedlania rzeczywistości,
- cechy, które należy w pracownikach cenić, a także te, które należy lekceważyć lub karać,
- typy relacji przedsiębiorstwo - otoczenie, np. agresywne wykorzystywanie nadarzających się okazji, odpowiedzialny sposób negocjowania itp

system wartości organizacji

elementy

- celach, ku którym zmierza firma,
- określonym wizerunku,
- zestawie cech, które należy pracownikach cenić lub za które należy karać,
- relacjach firmy z otoczeniem,
- w celach i strategii firmy,
- w cechach struktury organizacyjnej,
- w stylu kierowania,
- w stereotypach i subkulturach.

Wartości można
zaobserwować w

- kultura dominacji,
- kultura rywalizacji,
- kultura współdziałania,
- kultura adaptacji

Typy kultury organizacyjnej

- **kultura dominacji**

personel nie docenia swoich umiejętności, nie ufa swojej wiedzy, przez co poglądy, które uważali za słuszne są zagłuszane poprzez podporządkowywanie się narzuconym zasadom i wartościom przez przedsiębiorstwa.

Często w pracę wkrada się rutyna, która zabija kreatywność i sprawia, że pracownicy nie zastanawiają się nad wykonywaną pracą, działają „automatycznie”. Niestety to prowadzi do wykonywania pracy bez zaangażowania, co wpływa na konkurencyjność firmy rynku.

Typy kultury organizacyjnej

- **kultura rywalizacji**

zazwyczaj w przedsiębiorstwach, których pracownicy posiadają różnorodne doświadczenia zawodowe.

Niejednokrotnie poprzez różnice kulturowe pracowników dochodzi do konfliktów czy rywalizacji między nimi.

Często zamiast skupiając się na celach firmy, pracownicy łączą się w małe grupy by pojedyncze zadania wykonywać lepiej od innych pracowników

Takie zachowania negatywnie wpływają na ich inicjatywę. Występuje tu brak dążenia do wspólnych celów

Typy kultury organizacyjnej

- **kultura współdziałania**

współpraca pracowników, słuchanie się nawzajem, analiza pomysłów, gotowość do przyswajania wiedzy.

pracownicy **tworzą zespół**, który się szanuje i nie odrzuca nikogo ze względu na jego poglądy..

Typy kultury
organizacyjnej

- kultura adaptacji

bezwzględne przystosowanie się do wytycznych wynikających z dążenia do osiągnięcia celów przedsiębiorstwa.

Mimo, iż niezbędna jest współpraca pracowników to każdy powinien wykazać się inwencją twórczą i być aktywnym przy realizacji celów. Pracownicy muszą mieć świadomość występującego ryzyka, ale także powinni wiedzieć, iż odpowiedzialność spoczywa nie tylko na grupie pracowniczej, ale również na każdym z pracowników z osobna. Personel powinien posiadać odpowiednią wiedzę merytoryczną i mieć świadomość, jakie konsekwencje mogą wynikać z wykonywanej pracy. Muszą być odpowiedzialni za swoje stanowiska i być pewnymi swojej postawy.

współpraca

inwencja

aktywność

Typy kultury organizacyjnej

Odpowiedzialność grupowa i indywidualna

- Silna kultura organizacyjna



- Motywuje pracowników



- Zapewnia spójne zachowanie pracowników



- Wzmacnia spójność marki



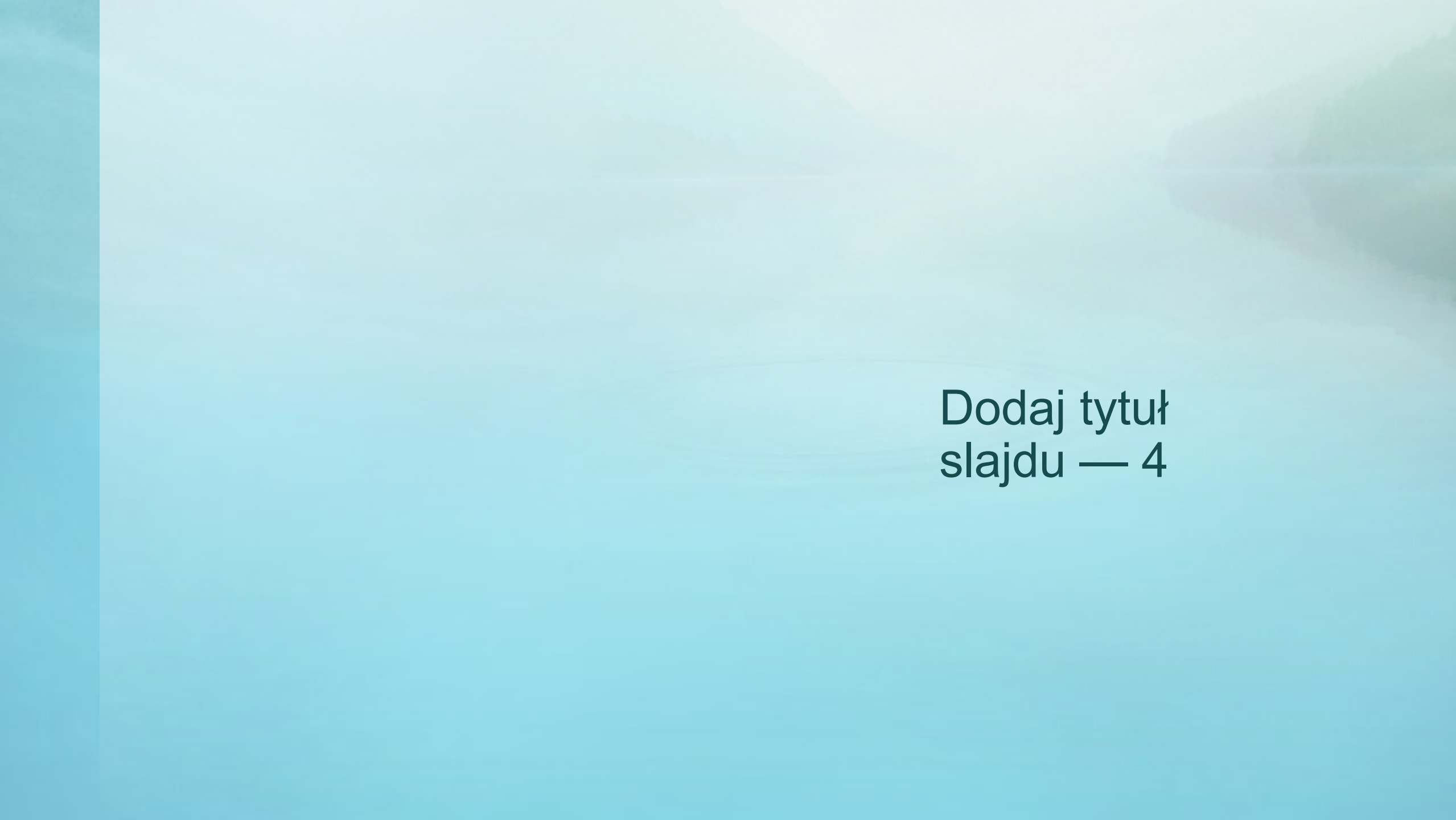
- Buduje zaufanie



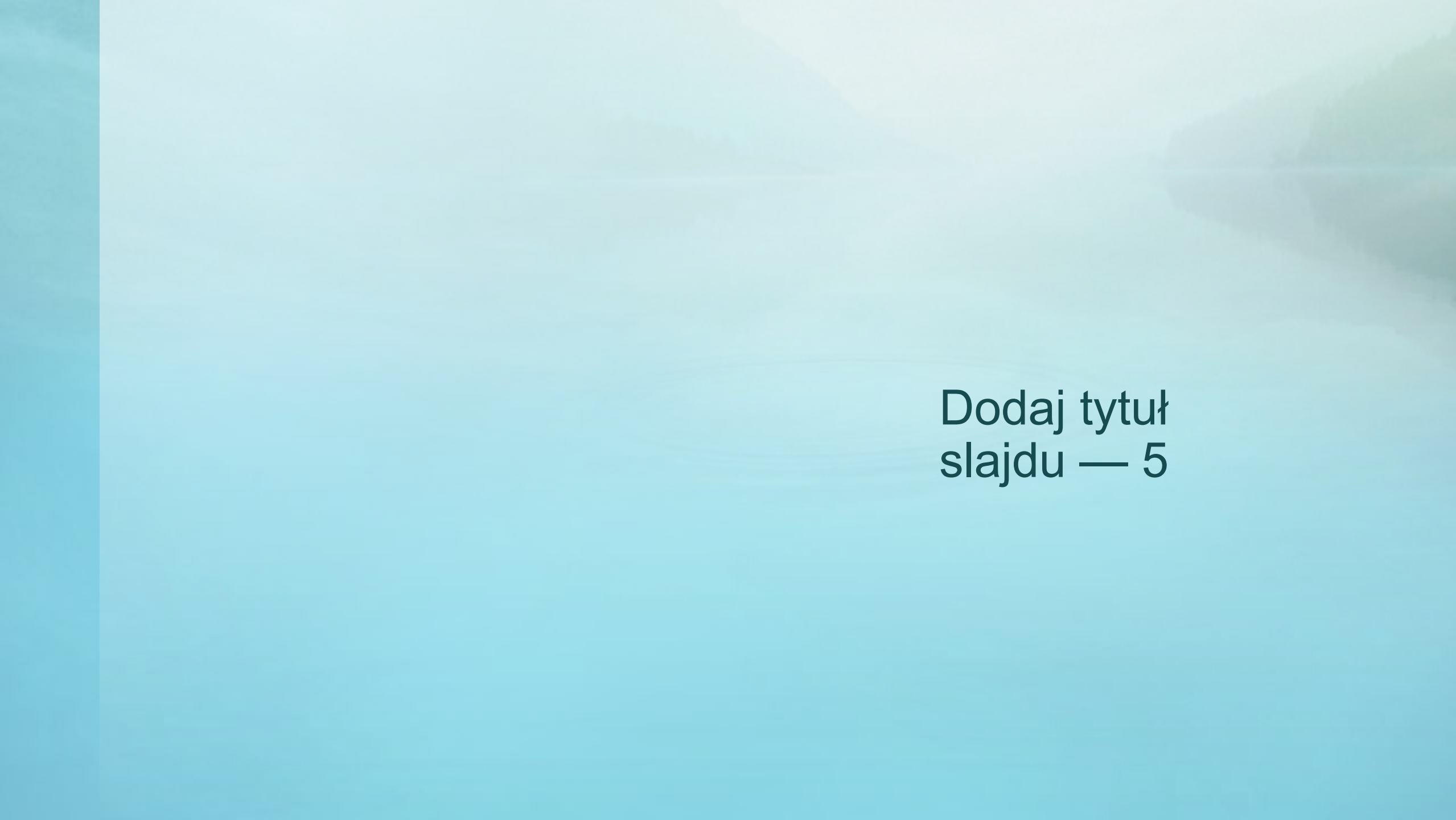
- Poprawia wyniki marki

Wkład kultury
organizacyjnej w
dobrostan marki

Dodaj tytuł slajdu — 3

A misty, blue-toned landscape of a lake and mountains. The scene is hazy and atmospheric, with a soft blue color palette. The text is positioned in the lower right quadrant of the image.

Dodaj tytuł
slajdu — 4

A misty, blue-toned landscape of a lake and mountains. The scene is hazy and atmospheric, with a soft blue color palette. The text is positioned in the lower right quadrant of the image.

Dodaj tytuł
slajdu — 5