

Organizācijas kultūra – nozīmīgs veiksmīgas klientu attiecību veidošanas faktors 1/26/23



Mārketinga un komunikācijas vadītājs, PwC
Latvija
Kalvis Gavars

Veiksmīgas klientu pieredzes nodrošināšanā viens no priekšnosacījumiem ir sakārtota organizācijas kultūra. Klientu apmierinātība ir kritiski svarīga jebkuram uzņēmumam, lai uzturētu ilgstošu rentabilitāti un konkurētspēju tirgū.

Mūsdienu biznesa vidē organizācijas kultūra ir kļuvusi par būtisku sastāvdaļu, kas var noteikt uzņēmuma veiksmi un ilgtspējīgu attīstību. Organizācijas kultūra ir vērtību, uzskatu, normu, attieksmju un uzvedības modeļu kopums, kas veido uzņēmuma darba vidi. Tā ietekmē darbinieku uzvedību, motivāciju, savstarpējo sadarbību, darba metodes un attieksmi, t.sk. pret klientiem, un nosaka, kā tiek veikti procesi uzņēmumā, kā tiek pieņemti lēmumi un kā tie ietekmēs klientus, viņu vajadzības un prasības.

Arī šogad publicētās [PwC Baltijas uzņēmumu vadītāju aptaujas](#) rezultāti liecina, ka uzņēmumu vadītāji Baltijā ir minējuši sakārtotu organizācijas kultūru kā svarīgāko priekšnosacījumu organizācijas konkurētspējas veicināšanai un attīstībai.

Svarīgākie ieguvumi un izaicinājumi

Atbilstoši izstrādāta organizācijas kultūra var radīt daudzus pozitīvus efektus, piemēram, uzlabot darbinieku apmierinātību, motivāciju un produktivitāti, veicināt inovācijas un efektīvu sadarbību, nodrošināt stabilitāti. Kad darbinieki izjūt piederību uzņēmuma vērtībām un mērķiem, redz savu ieguldījumu un saņem atbilstošu atzinību, tiem ir lielāka motivācija uzrādīt labākus rezultātus. Elastīga un inovatīva kultūra stimulē jaunu ideju radīšanu un izmantošanu, kas veicina uzņēmuma spēju radīt jaunas preces vai pakalpojumus un attīstīt konkurētspēju. Organizācijas kultūra ietekmē arī darba vides kvalitāti, kas veicina darbinieku apmierinātību un labklājību. Ja kultūra balstās uz savstarpēju cieņu, atbalstu, atklātu komunikāciju, darba un dzīves līdzsvaru, tas veicina pozitīvu darba vidi un palīdz piesaistīt un saglabāt talantīgus darbiniekus. Turklāt organizācijas kultūra veido un stiprina uzņēmuma identitāti un zīmolu. Kultūra var atspoguļot uzņēmuma vērtības, mērķus un attieksmi, kas palīdz veidot uzņēmuma tēlu, vairo atpazīstamību un veicināt klientu uzticību.

Sistemātiska un plānveidīga pieeja

Organizācijas kultūras ieviešana uzņēmumā prasa sistemātisku un plānveidīgu pieeju. To ieviešot uzņēmumā, ir svarīgi pievērst uzmanību gan strukturāliem aspektiem, piemēram, politikai un procedūrām, gan neformāliem aspektiem, piemēram, komunikācijai, vadībai un uzvedības modeļiem. Tas prasa laiku un pacietību, taču veselīgas un atbalstošas organizācijas kultūras veidošana palīdz uzņēmumiem nodrošināt labākus darba rezultātus un panākt lielāku darbinieku iesaisti. Procesa gaitā svarīgs aspekts ir arī atklāta un efektīva komunikācija. Darbiniekiem jābūt informētiem par uzņēmuma mērķiem, stratēģiju un klientu vajadzībām. Vienlaikus jānodrošina iespējas un kanāli, lai darbinieki varētu sniegt atgriezenisko saiti, ieteikumus un idejas, kas veicina inovācijas un klientu apkalpošanas kvalitātes uzlabošanu.

Vadītāja loma

Lai radītu un uzturētu organizācijas kultūru, nepieciešams veidot atbilstošu vadības modeli. Būtiska loma tajā ir vadītājiem – vadītāja iesaiste organizācijas kultūras veidošanā ir ļoti svarīga, jo vadītājs spēj tiešā veidā ietekmēt organizācijas kultūru, veidojot un stiprinot konkrētus uzvedības modeļus un uzskatus. Vadītājam jābūt kā vēstnesim un paraugam citiem darbiniekiem un jāveicina savstarpēja uzticība, kā arī jānodrošina, ka darbinieki saņem nepieciešamo atbalstu un apmācību.

Organizāciju kultūra mainās

Veiksmīga organizācijas kultūras izveide un uzturēšana prasa tās pastāvīgu pārskatīšanu un pielāgošanu. Dažādi mainīgie faktori var radīt izaicinājumus vai nepieciešamību pielāgoties. Jāņem vērā klientu vēlmes, mainīgās tirgus tendences un citi faktori, piemēram, jaunākās tehnoloģijas, lai saglabātu saskaņu starp uzņēmumu un klientu vajadzībām. Šāda pieeja uzņēmumam rada vairākas priekšrocības. Pirmkārt, tā veicina klientu lojalitāti un apmierinātību, ievērojami palielinot iespēju, ka klients izmantos uzņēmuma pakalpojumus vai preces atkārtoti. Otrkārt, šī pieeja vairo pozitīvu reputāciju un piesaista jaunus klientus – klienti labprāt iesaka uzņēmumu citiem. Treškārt, tā palīdz atšķirties no konkurentiem un radīt konkurētspējīgu priekšrocību tirgū un, visbeidzot, kas nav mazsvarīgi, šie aspekti var pamatot cenu pieaugumu.

Organizatoriskās struktūras izmaiņu vai uzņēmumu apvienošanās un citos līdzīgos gadījumos var rasties neapmierinātība un pretestība darbinieku vidū, kas neveicina vienotu pieeju. Līderības trūkums – nekonsekvence, neatbilstoša uzvedība, noteikto vērtību un normu nepildīšana – var radīt apjukumu darbiniekos un apdraudēt vienotas vērtību sistēmas turpmāku pastāvēšanu vai iedzīvināšanu. Lai risinātu šos un citus organizācijas kultūras izaicinājumus, ir svarīgi veikt apzinātus pasākumus, kas veicina kultūras izpratni, līdzdalību un mainību.

Organizācijas kultūras ieviešana ir svarīgs process, kas ietver vērtību, uzvedības un attieksmju sistēmas izveidi un nostiprināšanu organizācijā. Lai veiksmīgi ieviestu organizācijas kultūru, jāņem vērā dažādi faktori un jāizmanto dažādi līdzekļi. Svarīgi atcerēties, ka organizācijas kultūru nav iespējams ieviest vienā dienā, nedēļā vai mēnesī. Tas prasa laiku, sistemātisku pieeju, pastāvīgu atbalstu un pārliecību no vadības un darbinieku puses. Turklāt kultūras veidošana ir nepārtraukts process, kas jāuztur arī ilgtermiņā. Izveidojot kultūru, kas ir orientēta uz klientu, atbalsta efektīvu komunikāciju, atspoguļo vērtības, veicina inovāciju un pielāgošanos klientu vajadzībām, uzņēmumi var izveidot stipras un ilgtspējīgas attiecības ar klientiem, kas savukārt noved pie uzticības, lojalitātes un panākumiem ilgtermiņā.