



تعریف و اهمیت ماموریت

اکیانوس آبی

آغاز زندگی، حرفه‌ای، یک برند...



اهمیت نوشتن ماموریت

تیم تحریریه اکیانوس آبی

فروش هر کسب و کاری قبل از شروع فعالیت خود باید ماهیت خودش را تعیین کند که به آن ماموریت یا mission می‌گویند. ماموریت یعنی چرا این کسب و کار به وجود آمده و ماهیت وجودی آن چیست. بعد از این مرحله هر کسب و کار میتواند استراتژی خود را تعیین کند.

به عنوان یک مدیر باید ماموریت کسب و کارتان را مشخص کنید و اگر تا به حال این کار را انجام ندادید در ادامه ماموریت کسب و کارهای مختلف را مثال میزنیم تا با الگوبرداری بتوانید ماموریت خود را بنویسید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

ویژگی های ماموریت

ماموریت محدودیت زمانی ندارد و پایان پذیر نیست.

در هر لحظه باید رسالت و ماموریت خود را انجام دهید. پس آن را به شکلی بنویسید که پایان پذیر نباشد.

ماموریت باید معنوی باشد.

معنوی بودن رسالت یعنی چه کاری برای جامعه قرار است انجام دهید و فقط به سود خودتان فکر نکنید.

ماموریت باید متناسب با هویت باشد.

نباید ماموریتی بنویسید که هیچ ارتباطی با کسب و کارتان ندارد.

ماموریت باید انگیزاننده باشد.

آنتونی رابینز می گوید: ” اگر میخواهید انگیزه تان را از دست ندهید، به چیزی فراتر از خودتان فکر کنید. ” پس اگر ماموریت شما فقط کسب پول و فروش باشد، زمانی که به آن برسید، دیگر انگیزه ای ندارید. یک انسان اگر ماموریت انسانی خود را کشف نکند، دلیل وجودی خود را نخواهد فهمید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

همين اتفاق براي كسب و كار هم مي افتد. كسب و كار براي پايداري خود بايد انگيزه معنوي و ماموريت درست داشته باشد تا هم پرسنل و هم خود مدير همواره براي ادامه كار انگيزه داشته باشند.

عدم تضاد

اگر ماموريت شما شاد كردن مردم است، نبايد برعكس آن اتفاق بيفتد. اگر مشتري شما تضاد ببيند به ضرر شما تمام خواهد شد.

نمونه هايي از ماموريت برندهاي جهاني

Nike

ايجاد انگيزه براي هر ورزشكار در دنيا

Amazon

جايي بسازم كه هر چيزي كه مي شود اينترنتي خريد در دسترس مردم باشد.

Coca Cola

شاد كردن مردم

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

فروشگاه زنجيره اي Walmart

شانس خريد چيزهايي كه مردم پولدار مي خرنند را به مردم عادي بدهم.

رستوران هاي زنجيره اي مك دونالد

تبديل شدن به مكان و نحوه محبوب مردم براي غذا خوردن

Face Book

اتصال دنيا

Microsoft

دادن قابليت به كسب و كارها و مردم كه از تواناييهايشان حداكثر استفاده را ببرند.

همانطور كه مي بينيد تمام اين ماموريت ها ۴ ويژگي را رعايت کرده اند. پاياني ندارند و معنوي هستند، اشاره اي به منافع سازمان ندارند و اگر مشتري ان را بخواند به خريد ترغيب مي شود. هم چنين براي مدير و پرسنل آن كسب و كار نيز انگيزاننده است.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



نحوه نوشتن ماموریت

زمانی که ماموریت خود را می نویسید از ماموریت این برندها الگو بگیرید و ویژگی ها و شاخص های ماموریت را رعایت کنید. مراقب باشید که ماموریت نباید شعارگونه باشد. می توانید به سایت شرکت های مختلف مراجعه کرده و در قسمت “درباره ما” ماموریت آن ها را ببینید.

برای نوشتن ماموریت به این سوالات پاسخ دهید:

۱. محصول یا کسب و کار من چه مشکلی را از جامعه حل میکند؟

۲. محصول من چه احساسی از مشتریان را درگیر خواهد کرد؟ شادی، اطمینان، راحتی، امنیت و...

بعد از نوشتن ماموریت، آن را در مکان کسب و کارتان نصب کنید و انتشار دهید تا همواره آن را به یاد داشته باشید و از مسیر اصلی خود خارج نشوید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.