

„SINDROMUL TITANIC”

Un ONG, ca orice altă companie/organizație, poate fi considerată o afacere care are propriile scopuri și obiective care vizează dezvoltarea atât financiar, cât și organizațional.

Activitățile ONG-urilor au ca scop rezolvarea problemelor sociale și crearea de valori semnificative din punct de vedere social, adică crearea de beneficii sociale suplimentare.

Activitățile companiilor comerciale au ca scop obținerea de rezultate bazate pe piață, adică realizarea de profit.

Standardele de management provin din lumea afacerilor și stabilesc tendințe aproape peste tot.

Lumea în care trăim se schimbă fundamental. Experții avertizează că se apropie o eră a incertitudinii globale. Acest lucru îi obligă pe liderii companiei/organizației să schimbe abordările de management.

Un fenomen din lumea corporativă caracterizat prin aroganță¹, atașament excesiv față de succesele perioadelor trecute² sau incapacitatea de a face față cerințelor noii realități³, ducând la prăbușirea companiei/organizației.

1 ÎNCREDERE

În timpul întâlnirilor și în procesul de luare a deciziilor, angajații companiei/organizației „bolnave” demonstrează încredere explicită sau implicită în superioritatea, integritatea și „inascufundabilitatea” afacerii lor.

Fiecare angajat are convingerea puternică că victoriile companiei din trecut garantează succesul în viitor.

2. ATASAMENTUL EXCESIV LA SUCESELE PERIOADESLOR TRECUTE

Toată lumea iubește poveștile de succes motivaționale. Se poate spune că construirea unei afaceri de succes a devenit parte din ADN-ul lumii moderne. Cu toate acestea, succesul din trecut poate fi principalul inamic al realizărilor în viitor. Lumea este dinamică, așa că tiparele de ieri devin rapid depășite. Ceea ce te-a ajutat să obții succesul ieri poate să nu funcționeze deloc astăzi.

INAPABILITATEA DE A REALIZA CERINȚELE NOEI REALITATI

Majoritatea oamenilor tind să creadă și să speri că vor putea evita schimbarea. Acesta este motivul pentru care multe companii/organizații suferă de sindromul Titanic, nu din cauza aroganței sau a succesului trecut, ci din cauza incapacității de a înțelege că lumea se schimbă foarte repede, adică că principiile care au funcționat ieri ar putea să nu fie eficiente astăzi.

Fondatorul Reinvention Academy, profesor, consultant de afaceri, expert în domeniul managementului schimbării, Nadya Zheksembaeva, a auzit pentru prima dată o comparație a poveștii Titanic cu un caz de afaceri în timpul unui seminar despre serviciul pentru clienți, susținut de profesorul Juan Serrano. În timp ce discuta despre filmul Titanic din 1997, ea a devenit interesată de istoria navei și, împreună cu echipa, a dezvăluit fapte care nu fuseseră cunoscute înainte. Aceste fapte au stat la baza „Sindromului Titanic”.

De ce companiile/organizațiile „se scufundă”?

Întreabă orice manager sau antreprenor „Care este provocarea ta cheie”. Suntem absolut siguri că răspunsul va fi - „Cum să rămânem pe linia de plutire?”

Într-o economie în schimbare, devine din ce în ce mai dificil să faci asta. De îndată ce o criză este rezolvată, o alta apare la orizont.

Digitalizarea, noua competiție, tulburări politice, inteligență artificială, industria 4.0, blockchain, economia partajată – acestea sunt valuri de perturbări care apar din ce în ce mai repede, schimbând din nou și din nou fundamental modul în care lucrăm, veniturile și concurența. Cum poți supraviețui și prospera?

Caz. Să ne amintim unul dintre cele mai faimoase și mai grăitoare eșecuri din toate timpurile - povestea scufundării Titanicului. Pe 14 aprilie 1912, la ora 23:49, transatlanticul britanic cu aburi Titanic, în drum de la Southampton către New York, a lovit un aisberg și s-a scufundat în trei ore, ucigând 1.514 din cei 2.224 de pasageri și echipaj de la bord.

Titanicul era considerat de nescufundat, iar nava avea un echipaj minunat, experimentat, condus de cei mai respectați „lupi de mare”.

Ce crezi că a scufundat Titanicul?

Alarme

Cei mai mulți dintre noi știm că echipajul Titanicului era conștient de pericolul aisbergurilor din zonă. Echipajul a fost avertizat de cel puțin 6 ori.

Ultimul și cel mai specific dintre cele șase avertismente nu i-a fost transmis căpitanului de către operatorul radio senior. El a interpretat mesajul ca neimportant și a început să proceseze mesajele de la pasagerii de clasa I.

Lipsa de practică

Prima și ultima călătorie. Abia plecat din șantierul naval, au fost mai multe lansări în ape deschise. . Cu doar două zile înainte de aceste teste, ultimele piese au fost instalate pe navă. Titanic a reușit să se oprească complet de 850 de yarzi (777 m) în 195 de secunde. La momentul dezastrului, trecuseră doar 37 de secunde de la descoperirea aisbergului.

Echipa s-a întâlnit înainte de plecare. Nu s-a practicat TBC, nu s-au făcut exerciții. Nu au fost elaborate proceduri sau instrucțiuni cu privire la regulile de utilizare a bărcilor de salvare. La bord se aflau aproximativ 2.224 de persoane, dar bărcile de salvare au fost proiectate să transporte doar 1.200.

Succesele trecutului

Când nava s-a prăbușit, căpitanul dormea. Primul prieten William McMaster. La 39 de ani, Murdoch avea deja 16 ani de experiență pe mare și ar fi cunoscut pentru capul său „mișto”, gândirea rapidă și profesionalismul și era cunoscut pentru abilitatea sa de a preveni coliziunile navelor.

În acele 37 de secunde care au trecut între prima apariție a aisbergului și ciocnirea acestuia cu Titanic, ofițerul s-a bazat în întregime pe succesele sale din trecut.

Lipsa binoclului

Punctele de observație s-au înlocuit la fiecare 2 ore la belvedere, care se numea „cuib” și era situat la o altitudine de 50 de picioare (15 metri).

În interior, camera de observație era dotată cu un sonerie pentru a atrage atenția și un telefon pentru a comunica cu podul căpitanului. Dar nu aveau cel mai important instrument cu ei - binoclul!

Titanic-ul avea și mai multe binocluri la bord, dar au fost închise într-un dulap pe tot parcursul călătoriei.

Iar cheia era în posesia celui de-al doilea ofițer, David Blair, care, prin decizie a conducerii, a fost înlocuit în ultimul moment și a cerut să coboare la prima oprire pe 9 aprilie. Blair a fost atât de supărat încât, când a părăsit Titanic-ul, a uitat să lase cheia cabinetului.

Deci, de ce ignorăm ceea ce este evident?

Cel mai adesea, companiile/organizațiile încep să lucreze la procesele de reasamblare și transformare a produselor, serviciilor, proceselor, în cele mai dificile momente, când compania/organizația se confruntă cu aisberguri și suferă un dezastru.

Și da, toți dau vina pe Iceberg pentru problemele lor!

Concurenți înșelători, autorități de reglementare asupritoare, vreme rea, design prost, furnizori întârziți, clienți leneși – am auzit totul. Este atât de ușor să dai vina pe altcineva pentru propriul tău eșec. Dar iată chestia: deși nu poți împiedica apariția unui aisberg, poți să te asiguri că nu lovești unul. Alegerea este în mâinile tale!

Povestea lui Titanic este cel mai izbitor exemplu al atitudinii: „prea mare nu poate eșua”, dimensiunea companiilor creează iluzia de neatins și de nescufundare. Există exemple de companii/organizații care au trecut prin încredere oarbă în propria capacitate de a rezista oricărei furtuni și distrugerii.

Testul „Sindromul Titanic” va arăta cum merg lucrurile în prezent în compania/organizația dumneavoastră și la ce trebuie să lucrați cel mai mult pentru a avea succes într-o incertitudine constantă.