



Företagande enligt Maslow

Detta är en fristående fortsättning på "Ledarskap enligt Maslow". Har du inte redan läst den så rekommenderar jag att du gör det innan du läser den här artikeln, det gör hela bilden tydligare. Följ länken:

<http://jdu.se/ledarskap-enligt-maslow/>

I min förra artikel, Ledarskap enligt Maslow, kopplar jag hans behovshierarki till ett ledarskapsperspektiv; hur kan vi som ledare göra förutsättningarna för våra medarbetare så goda som möjligt om vi tänker som Maslow?

Den här artikeln fokuserar istället på vad ett företag behöver för att må så bra som möjligt om vi utgår ifrån Maslows teorier.

Primära behov:

1. Fysiologiska
Grunderna som gör att företaget kan överleva: intäkter, kunder, personal, leverantörer, lokaler, nödvändig utrustning, lönsamhet. Dessa behov kan givetvis skilja sig något mellan olika slags organisationer, t.ex. kanske lokaler inte är livsnödvändigt för ett konsultbolag som producerar tjänster medan andra företag behöver ha speciella maskiner för att kunna bedriva sin verksamhet.
2. Trygghet
Ekonomisk trygghet är nog det allra viktigaste. Företaget behöver ha en hållbar likviditet, alltså ha råd att hålla affärerna igång, och någon slags buffert för att klara svängningar. Det fordras vidare kontinuitet, strategier, mål och visioner som skapar stabilitet och trygghet för bolagets alla intressenter. Såväl medarbetare som kunder och leverantörer vill känna att verksamheten står stadigt.



Sekundära behov:

3. Gemenskap
Vad är det som bygger gemenskap i ett framtidens företag? Allt fler, däribland Robert Dilts som studerat vad som skapar framgång hos nästa generations entreprenörer, menar att de "mjuka värdena" blir allt mer avgörande. Områden som passion, vision, kultur och värderingar samt kontakter och nätverk framträder allt oftare som nycklarna till framgång. Företag som bidrar till en bättre värld, som har ett högre syfte än sin egen överlevnad, verkar attrahera både kunder och personal på ett sätt som inte setts tidigare.
4. Uppskattning
Nöjda kunder som kommer tillbaka, fina referenser, exempel på saker företaget gör bra och som applåderas av marknaden är viktiga för stoltheten och kraften i varumärket.
5. Självförverkligande
"Det som upphör att bli bättre slutar att vara bra" är ett påstående som passar bra här. I dagens allt snabbare förändringstakt blir det viktigare och viktigare att företag utvecklas och förädlar sin verksamhet såväl internt som externt. Satsningar på välgörenhet, socialt ansvar eller CSR (Corporate Social Responsibility), social sponsring och ungdomsverksamhet är exempel på hur många företag arbetar för att "ge tillbaka" till samhället.

Vill du veta mer om värderingsstyrt och tillitsfullt ledarskap? Maila mig på johan@jdu.se så får du en inbjudan och ett generöst Early Bird-erbjudande till ledarutvecklingsprogrammet Att skickliggöra varandra – om konsten att tillitsfullt leda sig själv och andra.

Har du andra frågor om vad jag kan hjälpa dig med är du också välkommen att höra av dig.

För din framgång

Johan Dahl
Tel 0709-10 43 00
Webb www.jdu.se

