



Zaszalej i bądź sobą! Rzecz o wartościach.

Marta Tęśiorowska | Vice President, Head of Marketing & Communications Prologis Europe

„Zwykli ludzie, **zjednoczeni wokół wspólnych wartości i misji**, osiągają niezwykłe rezultaty.”

/Ken Blanchard, Michael O'Connor, „Zarządzanie przez wartości”/



Wartości są motorem naszych codziennych działań



Satysfakcja

Pasja

Akceptacja

Stabilność finansowa

Energia

Piękno

Zaufanie

Szczerść

Balans

Wrażliwość

Niezależność

Współpraca

Kreatywność

Odwaga

Sukces

Harmonia

Lojalność

Zdrowie

Szczęście

Uczciwość

Spokój

Dostatek

Wsparcie

Radość

Wolność

Elastyczność

Wyobraźnia

Duma

Rozwój osobisty

Odpowiedzialność

Komfort

Humor

Pewność

Sprawiedliwość

Motywacja

Miłość

Przygoda

Marzenia

Wyzwania

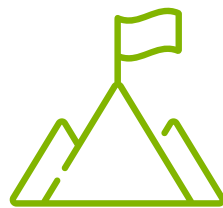
Bezpieczeństwo

Mądrość

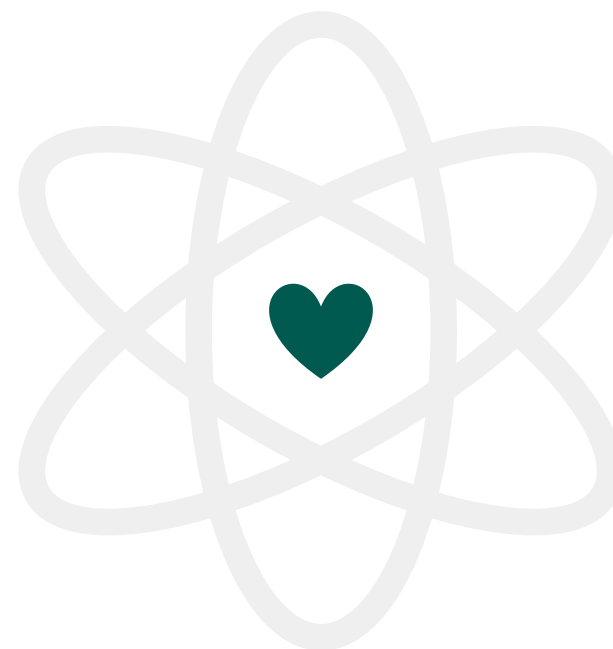
Wdzięczność

Kultura organizacji oparta na wartościach

Sens istnienia,
wokół którego firma
koncentruje swoje
działania.



Drogowskaz
w trakcie kryzysu,
czynnik wspomagający
zarządzanie zmianą.



Generator zysków
element zwiększający
efektywność komunikacji
i współpracy oraz jakość
i trwałość relacji z klientami
i dostawcami.



**Element integrujący
pracowników z firmą**
motywator do działania,
wabik talentów.



DNA firmy
Strażnik jej ciągłości.

3 KROKI

Wdrażanie procesu zarządzania przez wartości



Krok 1

Identyfikowanie wartości firmy



Bądź sobą!

Identyfikowanie wartości firmy

Autentyczne wartości

Wartości, wypracowane przez wszystkich pracowników firmy, a nie napisane przez firmę consultingową.

Nieliczne

4 – max 8
głównych
wartości

Stałe

Gwarantujące rozwój
organizacji



Kto pyta nie błądzi!

Identyfikowanie wartości firmy

Definiowanie
głównych wartości

Definicje zachowań

Kluczowi uczestnicy podczas
identyfikowania wartości w organizacji:

- właściciele
- kierownictwo wyższego szczebla
- liderzy oddziałów
- pracownicy (grupy fokusowe)
- klienci
- inni istotni interesariusze

Bądź precyzyjny!

Identyfikowanie wartości firmy

I Integrity
M Mentorship
P Passion
A Accountability
C Courage
T Teamwork



Uczciwość

Uczciwość jest fundamentem każdego naszego działania. Zawsze **dotrzymujemy danego słowa**. Dążymy do tego, aby nasze działania zawsze charakteryzowały się przejrzystością, autentycznością, wiarygodnością i szacunkiem.



Odpowiedzialność

Jesteśmy odpowiedzialni przed sobą nawzajem, przed naszymi klientami i inwestorami. **Indywidualna odpowiedzialność** jest kluczowa dla realizacji globalnych celów i zadań spółki.



Mentoring

Jakość naszego zespołu jest kluczem do naszego sukcesu. Poprzez mentoring przekazujemy nasze doświadczenie, rozwijamy pulę talentów i tworzymy trwałe, uczące się przedsiębiorstwo.



Odwaga

Żyjemy w świecie, który nieustannie się zmienia. To, co było wystarczająco dobre wczoraj, jutro już nie wystarczy. Cieszymy się ze zmian i mamy **odwagę podejmować skalkulowane ryzyko**, aby powiększać nasze cele biznesowe.



Pasja

Jesteśmy pasjonatami naszej pracy. **Dajemy z siebie wszystko**, aby przewyższać stawiane nam oczekiwania. Jesteśmy zdecydowani, błyskotliwi i nastawieni na wyniki, staramy się być uważni i dokładni we wszystkim, co robimy.



Praca zespołowa

Jesteśmy jedną drużyną. Wierzymy, że nasza kultura organizacyjna oparta na współpracy zapewnia nam przewagę konkurencyjną. Komunikujemy się między sobą w sposób otwarty, cenimy różnorodność poglądów i opinii.

Krok 2

Komunikowanie wartości firmy



Bądź odważny!

Komunikowanie wartości firmy

- I** Integrity
- M** Mentorship
- P** Passion
- A** Accountability
- C** Courage
- T** Teamwork



STRONA FIRMOWA

WYDARZENIA - IMPACT DAY

RAPORTY

KODEKSY POSTĘPOWANIA

TEAM IMPACT REWARD

DZIAŁANIA CSR

PLAKATY, BROSZURY, INFOGRAFIKI

INSTRUKCJE

Otwórz się na zmianę!

Komunikowanie wartości firmy → PRZESZKODY DO PRZEWYCIĘŻENIA



Krok 3

Zestrajanie
z codziennymi praktykami



Jak zintegrować pracowników wokół wartości firmy?

Wartości firmy
Wierzymy, że...



Zachowania
...i dlatego robimy...

Wartości rządzą!

Zestrajanie z codziennymi praktykami – JAK?



Przykład idzie z góry!

Zestrajanie z codziennymi praktykami - KTO?

Kluczowi uczestnicy:



Liderzy



Ambasadorowie



Role models

„Popieranie słów czynami to
nieustanna podróż.”

/Ken Blanchard, Michael O'Connor/



IDENTYFIKOWANIE



KOMUNIKOWANIE



ZESTRAJANIE

„W firmie, która jest naprawdę zarządzana przez swoje wartości
jest tylko jeden szef
- firmowe wartości.”

/Ken Blanchard, Michael O'Connor/



PROLOGIS[®]

Ahead of what's next