

# Studiu de aliniere organizationala (OAS)



## Ce este Studiul de Aliniere Organizationala (OAS)?

Studiul de aliniere organizationala este un instrument de diagnoza customizabil, prin care organizatia este evaluata in 13 arii cheie care au fost demonstrate ca fiind decisive pentru a deveni cel mai bun din industrie. OAS face evaluarea unei intregi organizatii si o compara cu cea mai buna organizatie din baza noastra de date, oferind un referential atat intern, cat si extern.

## Metoda

**OAS** poate fi administrat ca un chestionar de sine statator, dar si ca element primordial de cercetare intr-o interventie majora de schimbare organizationala ce poate dura luni sau chiar ani. OAS permite o scanare vizuala, ceea ce il face administrabil tuturor in organizatie (pentru ca rezultatele sa fie cu atat mai credibile pentru angajati). Pe baza rezultatelor si recomandarilor ce reies din OAS se pot realiza interventii specifice; OAS poate fi readministrat in mod sistematic pentru a masura imbunatatirile si a vedea ce trebuie facut in continuare. OAS poate fi utilizat in multe moduri.

**4. Standarde si proceduri:** gradul in care angajatii stiu clar ce se asteapta de la ei si felul in care inteleg contributia lor la obiectivele globale ale companiei. Eficienta procedurilor inter-departamentale si a celor de deservire a clientilor si gradul in care aceste proceduri servesc nevoilor clientilor sau companiei.

## Ariile principale de evaluare si definitiile acestora:

- 1. Market Focus:** gradul de aliniere al organizatiei cu piata. Eforturile pe care le face compania pentru a se asigura ca livreaza produsele si serviciile care sa satisfaca cerintele clientilor, precum si rapiditatea cu care organizatia raspunde la schimbarile aparute in mediul economic/comercial. Disponibilitatea pe care o are compania de a isi asculta clientii si a actiona in consecinta.
- 2. Viziune, misiune si strategie:** cat de clara este viziunea pe care o are organizatia despre ce vrea sa obtina, cum vrea sa faca acest lucru si care este strategia competitiva. Gradul in care aceste tinte si obiective sunt intelese si asumate de catre angajati.
- 3. Cultura:** Valorile de baza ale organizatiei, gradul in care angajatii sunt aliniati la organizatie, dar si unii fata de ceilalti. Eficienta organizatiei si modul in care diferite departamente si niveluri conlucreaza pentru atingerea telurilor comune. Cultura este, pe scurt, cum se fac lucrurile la noi.

**5. Servicii:** gradul in care organizatia furnizeaza servicii si performanta de excelenta. Disponibilitatea resurselor, echipamentelor si facilitatilor necesare atingerii acestor obiective. Gradul in care angajatii au fost pregatiti corespunzator pentru rolurile lor.

---

**6. Politicile de personal:** felul in care sunt acceptate conditiile de mediu si de munca. Gradul in care angajatii considera ca sunt tratati ca un bun de pret al organizatiei. Cat de corect este alocata munca si rasplata precum si cat de bine sunt intelese aceste aspecte.

---

**7. Climatul:** aceasta dimensiune descrie nivelul de zi cu zi al moralului si atmosferei in organizatie. Cat de mult se lucreaza in echipa, cata cooperare exista si eficienta comunicarii intre departamente. Climatul acopera si aspectele legate de gradul de satisfactie a angajatilor si dorinta lor de a ramane in organizatie.

---

**8. Calitatea:** capacitatea organizatiei de a furniza constant servicii si performanta de inalt nivel. Controlul calitatii produselor/serviciilor si gradul in care clientii se confrunta cu erori. Capacitatea organizatiei de a remedia eficient problemele care apar.

---

**9. Leadership:** rolul jucat de management in asigurarea tuturor elementelor descrise de modelul Alinierii Organizationale. Gradul in care toti acesti factori functioneaza este efectul direct al calitatii managementului in ansamblu, ca si al stilului de leadership al fiecarui manager si supervisor in parte. Practicile de leadership se rasfrang si in alinierea dintre nivelul managerial si cel executiv, in comunicarea dintre niveluri, precum si gradul in care performantele slabe sunt corectate si cele bune sunt evidentiate.

**10. Diferentiere:** organizatiile care au imbunatatit performanta in dimensiunile cercetate de acest model au fost recompensate prin castigarea unor pozitii superioare pe pietele lor si a unui avantaj sporit fata de competitori. Acest lucru este demonstrat de loialitatea clientilor, existenta unei bune imagini a companiei, angajati care sunt mandri de organizatie si de produsele ei si, in consecinta, de succese comerciale. Acest factor masoara perceptia angajatilor asupra tuturor acestor aspecte.

---

**11. Monitorizarea performantei:** modelul poate fi privit ca un ciclu in care organizatia, pentru a avea succes constant, trebuie sa isi revizuiasca mereu performanta si sa faca ajustarile de rigoare. Acest factor descrie gradul in care organizatia masoara calitatea deservirii clientilor sau performanta si face ca aceste informatii sa fie disponibile angajatilor. De asemenea, aceasta dimensiune se refera la gradul in care performanta fiecarui departament este masurata si prezentata ca feedback.

---

**12. Performanta sustenabila:** managementul organizatiei trebuie sa monitorizeze mediul economic, social si politic in care se gaseste organizatia pentru a anticipa amenintarile si oportunitatile si a le face fata. Scanarea mediului extern este importanta si pentru a pastra organizatia cu un pas inaintea competitorilor, a tendintelor noi din piata si la curent cu ultimele tehnici manageriale. In cele din urma, calitatea furnizorilor si distribuitorilor trebuie monitorizata pentru ca organizatia sa se asigure ca performanta lor corespunde cu obiectivele companiei.