

Pogled na posao iz širega kuta



Piše:
mr. sc. **Anna Brajković**

Često se događa da se prije zapošljavanja čovjek potruži kako bi ispitao tržište na kojem se tvrtka nalazi, dobro prouči samu tvrtku, a kada se zaposli - udubi se u svoj uski segment posla i "ne viri nosom" izvan toga. Tu onda nastaje problem. Zašto? Sjetite se kako ste široku sliku imali o tvrtki kada ste se zapošljavali, a sada, kad ste zaposleni, pao vam je kamen sa srca i bavite se samo svojim djelićem ukupnoga posla. Međutim, morate znati da vaš posao nije samo splet obaveza popisanih opisom poslova za određeno radno mjesto. Vaš posao je uvijek jedna karika, jedan dio ukupnoga mehanizma čiji je cilje - uspješna tvrtka.

Svi za jednoga, jedan za sve

Svi poslovi tvrtke vežu se jedni na druge. Nijedna tvrtka danas neće zapošljavati nekoga na poslove koji joj nisu važni. Ako radite u nabavi, svakako usko surađujete s prodajom i marketingom, bitne su vam financije za plaćanje dobavljača, pravni poslovi i sl., a sve u cilju da

Prilikom prijave na natječaj za posao u nekoj tvrtki, pravilo je da kao potencijalni posloprimac dobro proučite čime se tvrtka bavi i u kojem segmentu možete pružiti svoj maksimalni doprinos, a ujedno i u kojem smjeru možete razvijati svoju karijeru. Iako je danas krizno vrijeme pa često posloprimci traže bilo kakav posao, uvijek je bitno pronaći tvrtku u kojoj možete stvarno učiti i razvijati se, i gdje maksimalno koristite svoja posebna znanja i vještine

vaša tvrtka na tržište plasira najbolji mogući proizvod po najboljoj mogućoj cijeni kako bi vaš kupac bio zadovoljan i vraćao vam se. Nažalost, ne možete robu nabavljati samo po nekakvoj "špranci", ne razmišljajući o trendovima, prodaji, kupcima, prodavačima koji će to prodavati i sl.

Isto tako, kada radite u marketingu, ne možete razmišljati samo o tome koliko je netko propisao da ove godine zakupite medijskoga prostora, već morate razmišljati o ukupnim ciljevima tvrtke - zašto je netko uopće odlučio zakupiti baš takav oglasni prostor, da li se mogli pametnije, koje ciljeve time zadovoljavamo u prodaji i sl.

Niste samo "kotačić u satu"

Morate uvijek gledati kako vaši poslovi utječu na druge zaposlenike i sektore. Oni se



svi nadovezuju procesima. Uvijek sliku morate gledati iz širega kuta. Vaš dio posla samo je djelić cijeloga mehanizma koji mora opstati na tržištu, a da bi taj mehanizam što bolje funkcionirao, morate ga i vi sagledavati kao cjelinu.

Zamislite nekakav satni mehanizam: jedan djelić tog mehanizma sam po sebi nema neku posebnu ulogu, a, opet, bez tog kotačića sat kao cjelina neće raditi.

Kada sagledavate tvrtku kao funkcionalan mehanizam,

tek onda možete dati i svoj maksimalan doprinos i unaprijediti poslovanje. Zato razgovarajte, pitajte kolege, komunicirajte ciljeve ako ste nadređeni, dijelite sa svojim suradnicima informacije, jer samo tako se

stvara jedinstvena atmosfera potrebna za ostvarenje istog cilja.

Sjetite se obećanja iz molbe za posao

Razmišljajte o svojoj tvrtki na način na koji ste je proučavali kada ste se zapošljavali. Da bi tvrtka opstala na tržištu, mora nuditi nešto bolje i više od konkurencije. A, da bi to mogla, moraju svi zaposlenici biti upoznati s konkretnim ciljevima tvrtke, što često i nije slučaj.

Ako ste jedan od onih trenutno zadubljen samo u svoj segment posla i ne obraćate puno pažnje na pitanje - kako vaš posao pridonosi ukupnim ciljevima, teško možete stvarno doprinosti i nešto unaprijediti. Ako mislite da je unaprijeđenje nekih procesa i poslova samo posao direktora - opet se varate. To je posao apsolutno svake zaposlene osobe.

Sjetite se - prilikom pisanja zamolbe za posao sigurno ste istaknuli da ste "timski igrač, komunikativan i željan novih znanja". Pa, neka onda to ne ostane samo lijepo napisana rečenica u vašem motivacijskom pismu!