



Kreowanie wizji

dr Jacek Kozłowski, ACC

Prezes Zarządu ICF Polska

jacek.kozlowski@icf.org.pl

Czym jest wizja?

- Wizja odpowiada na pytania: „Jak ma wyglądać nasza firma za X lat?“, „Jakie cele chcemy zrealizować?“
- Wizja to wyobrażenie o przyszłym kształcie firmy i osiągniętych wynikach.
- Wizja jest podstawą do opracowania strategii, a jednocześnie motywuje i inspirowa do realizacji celów.
- Perspektywa wizji to zazwyczaj od 3 do 5 lat.



Czym różni się wizja od misji?

- Misja odpowiada na pytania „Po co istnieje firma?“, „Jakie zaspokaja potrzeby?“, „Jakie wartości dodane daje klientom?“.
- Misja określa sens istnienia firmy, jej najważniejsze zadania oraz wartości oferowane klientom.
- Misja odnosi się do teraźniejszości – wizja do przyszłości.



Misja i wizja: Microsoft

- **Mision statement:** *„At Microsoft, we work to help people and businesses throughout the world realize their full potential“.*
- **Vision statement:** *„A personal computer in every home running Microsoft software“.*



Misja i wizja: Facebook

- **Mission statement:** *„Facebook's mission is to give people the power to share and make the world more open and connected”.*
- **Vision Statement:** *„People use Facebook to stay connected with friends and family, to discover what's going on in the world, and to share and express what matters to them”.*



Misja i wizja: DHL Polska

- **Misja:** *„DHL Polska w oparciu o znajomość lokalnego rynku oraz unikalne międzynarodowe doświadczenie oferuje najwyższej jakości usługi, kreując tym samym wartość dodaną dla Klientów”.*
- **Wizja:** *„Klienci mają zaufanie do DHL Polska jako wiodącego partnera, zapewniającego zintegrowane usługi ekspresowe i rozwiązania logistyczne, będącego integralną częścią międzynarodowej korporacji. DHL Polska jest liderem branży usług logistycznych (TSL) pod względem jakości, rentowności i udziałów w rynku”.*



Misja i wizja: Maspex Wadowice

- **Misja:** „Oferowanie markowych produktów spożywczych, najbardziej cenionych przez konsumentów”.
- **Wizja:** „Być liderem w branży spożywczej w Europie Środkowo-Wschodniej pod względem wartości udziałów rynkowych i siły marek”.



Jak sformułować wizję?

- Opisz swoje cele w perspektywie 3-5 lat.
- Użyj czasu teraźniejszego.
- Zaczynij od stworzenia w swojej głowie plastycznego obrazu celów, które chcesz osiągnąć.
- Skup się na tym, co chcesz wnieść do otaczającego Cię świata, a nie na własnych korzyściach, czy zyskach.
- Pozwól sobie na marzenia, skoncentruj się na sukcesie.
- Stawiaj sobie wyzwania.
- Wypełnij swoją wizję pasją i emocjami.

