دوامة الوظائف والإختيار الأمثل

◄ان طموحك في أن تصل إلى ما تطمح إليه هو الذي سيدلك على أقرب نقطة تخرجك من موقعك أو مركزك الحالي. فالأساس في هذا المخرج هو أن لاتدع عملك الحالي يجعلك بدون طموح ويأخذك تياره إلى اللاهدف.

في الحقيقة إنك عندما تبدأ بالتخطيط لمنهج عملك الذي ترغب فيه، عليك أن لاتفكر في مفردات الوظائف وتفاصيلها اطلاقاً وكما يقول أحد المختصين في مجال التوظيف: (قم بالعمل الذي يطلبه منك مسؤولك على اتم وجه) ويقول أيضاً: (إن التخطيط المنهجي يحتاج إلى معالجة وتدقيق مشابه جداً للاستراتيجية في العمل التنفيذي).

وفي هذه النقاط يبين لنا كيف نجعل من الوظيفة التي نشغلها هي الوظيفة الملائمة لنا بغض النظر عن تفاصيلها باعتبارها منهجاً عاماً يمكن تطبيقه في مختلف المجالات:-

1- حدد رغباتك وقدراتك وكفاءاتك ومصدر قوتك

عند الحصول على وظيفة أو التقدم لها لا تتصرف كطالب لوظيفة وانما اجعلها مهمة عليك انجازها أو مشكلة عليك حلها أو فرصة يجب أن تنتهزها وللقيام بذلك فأنت تحتاج إلى تشخيص وتحليل وفهم لقدراتك ورغباتك ودرجة كفاءاتك وان تكون متأكداً من إن ما تملكه يمكنك أن توظفه.

2- حدد سوقك

حدد ما هو السوق الذي اذا صرفت به طاقاتك فانك ستحصل منه على فائدة، تفقد من حولك الأعمال التي لم تحقق غايتها أو الأعمال التي تحتاج إلى من يقوم بأنجازها سواء كان في شركة أو في مصنع أو مهنة، شخّص المشاكل التي يتكرر حدوثها أو التي من المحتمل أن يواجهها مسؤولك في العمل والتي يمكن أن تجد لها حلولاً في قدراتك، ولا يكن دورك في العمل كمسؤول أو موظف وابدأ بالتفكير باستغلال ما يحدث كفرصة لك (البحث عن كلّ عمل بحاجة إلى انجاز).

3- قم بصناعة انتاجك بنفسك

ونقصد بالانتاج (هنا) هو شيئ يقوم بحل مشكلة يعاني منها العميل، أي تمنح العميل الفائدة أو بصيغة أخرى أن تقوم بإنتاج الحصيلة النهائية التي يحتاج اليها العميل واضف إلى انتاجك بعض القيم المفقودة لدى العميل ثم اعرض هذا المنتج على امكانياتك التي تستطيع أن تسوق هذا المنتوج.

أين تتقاطع هذه الأفكار؟ تتقاطع هذه الأفكار حيث تستطيع أن تجعل منتوجك قابل للتسويق، عليك أن تكون واثقاً من أن منتوجك يعكس ما ترغب به، ويعبر عن أفضل قدراتك ويكون ملائماً ومفيداً لما تعتقده ويصب في مصدر قوتك.

4- افهم ما يحتاجه منك العميل

تعامل مع من قام بتوظيفك على انه عميل وخمن ما يحتاجه من مساعدة (من هو هذا العميل؟ ماذا يحتاج؟ من هو زبون العميل؟ ما الذي يحتاجه العميل لارضاء الزبون؟ ما الذي يبحث عنه الزبون؟ كيف استطيع أن احقق رضى العميل؟).

5- اصنع لوظيفتك هيكلاً

قم بوضع هيكل يحوي في بناءه العناصر المكونة لوظيفتك بأن يكون: لماذا أنت الحل؟ كيف يمكن لأفكارك أن تحل المشاكل المطروحة وأن تذلل الصعاب؟ كيف يمكن أن تكون طريقتك هي المثلى مقارنة بالطرق الأخرى؟ لماذا يتوجب على العميل الإصغاء إليك؟ اجعل اهداف عملك في اطار قصة وعين المصادر التي تحتاجها لتجعل من هيكل وظيفتك بناءاً معقولاً.

6- طور تنظيمك

لتتأكد من رضى العميل في الاصغاء إليك , ابتكر اطاراً لمنهجك في العمل تجاه العملاء واستمر في إنماء عملك كما يتوجب أن تضع ما يلي في صلب تفكيرك : التسويق، الإنتاج، التطوير، التشغيل، خدمة الزبائن، المبيعات، التعامل مع المعلومات، استغلال الوقت والتخطيط.

أربع نماذج أساسية ناجحة لرجال الأعمال:-

* الشبكيون: وهم الذين يعتمدون على اتصالاتهم وصداقاتهم وعلاقاتهم كطريق لاستغلال وانجاز الفرص المتاحة.

* خبراء الماضي: وهم الذين يجيدون بأفراط عملاً ما ويجعلونه جزءاً من انتاجهم ليكون بالجودة التي ترضي أي زبون.

* الساحرون: وهم الذين يملكون اسلوباً شخصياً بارزاً وقابليات خارقة في اقناع المقابل، يؤثرون فيها على الزبون حالما يبدأون بالكلام.

* الصيادون: وهم الذين لديهم جميع المعلومات عن زبونهم وجميع الخطط التي يحتاجونها للإيقاع بهم كفريسة.

وكلّ نموذج من هذه النماذج يمثل قدرات مختلفة وكلّ واحد منها يستند على رغبات ومصادر قوة مختلفة. (أين تجد نفسك بين هذه الأصناف؟) جميع هذه الطرق تصل بك إلى القمة اذا ما اتبعتها. ►

*نقلاً عن موقع msn