

1. Tým vedení firmy je zdravý a dobře „sladěný“

- Členové týmu navzájem chápou svoje odlišnosti, priority a osobní styly
- Tým se pravidelně schází ke strategickým diskuzím (ideálně každý týden) a pravidelně se vzdělává (ideálně měsíčně)
- Tým je schopen konstruktivní diskuze a všichni jeho členové se cítí v pohodě a aktivně se zapojují

2. Všichni se zaměřují na 1 klíčovou úlohu, která musí být splněna v daném kvartálu proto, aby se firma posunula vpřed

- Je identifikován „Kritický“ parametr a 3-5 priorit podporujících jeho splnění
- Je vybráno kvartální Téma a odměna za jeho dosažení a všichni zaměstnanci je znají
- Zaměstnanci jsou informováni o kvartálním Tématu a stavu jeho dosahování každý týden

3. Firma má nastavený systém pravidelné komunikace. Informace procházejí firmou přesně a rychle

- Všichni zaměstnanci se účastní denní porady kratší než 15 minut
- Všechny týmy mají své týdenní mítinky
- Vrcholový a střední management se setkávají každý měsíc za účelem učení se, plánování a sdílení firemní DNA
- Vrcholový a střední management se setkávají kvartálně a ročně s cílem zpracovat a poté pravidelně aktualizovat kroky ve všech 4 hlavních oblastech - lidé, strategie, procesy, cash

4. Každý útvar a proces organizace má osobu odpovědnou za dosahování určených cílů

- Firma má jasně rozděleny funkční odpovědnosti (správní lidé dělají správné věci správně)
- Každý řádek výsledovky a rozvahy je přidělen odpovědné osobě
- Ideálně každý ze 4-9 klíčových procesů má odpovědnou osobu

5. Pravidelně jsou sbírány a vyhodnocovány názory zaměstnanců s cílem odhalovat překážky a příležitosti

- Názory/nápady/stížnosti/problémy zaměstnanců jsou sbírány každý týden a jsou diskutovány na poradě vedení
- Existuje systematický způsob jeho vyhodnocování a práce s nimi
- Vedení i střední management firmy mají každý týden rozhovor s min. 1 zaměstnancem na téma s jakými činnostmi Začít/Přestat/Pokračovat

6. Reportování a analýza názorů zákazníků jsou stejně pravidelné a přesné jako finanční reporting

- Všichni zaměstnanci sbírají informace od zákazníků
- Konkrétní člověk z managementu je odpovědný za vyhodnocování zpětné vazby od zákazníků
- Vedení i střední management se dotazují zákazníků na klíčové otázky nejlépe každý týden
- Informace od zákazníků jsou diskutovány každý týden na poradě vedení firmy

7. Firma opravdu „žije“ svými hodnotami a účelem proč existuje

- Hodnoty a smysl fungování jsou definovány, oboje je známo a akceptováno zaměstnanci
- Vedení i střední management využívá hodnoty a smysl jako základ pro hodnocení či kritiku Zaměstnanců i při dalších aktivitách (náborů, zaškolení nováčků,..)

8. Jasně porozumění tržní pozice firmy je základem firemní strategie, prodeje a marketingu

- Jasně je řečeno kdo jsou klíčoví zákazníci a na jaké trhy firma míří
- Je definována „hodnotová nabídka“ firmy – její KPIs jsou pravidelně zveřejňovány

9. Každý zaměstnanec umí říci na základě kvantitativních ukazatelů, zda má dobrý či špatný týden

- Firma má jasně stanovené KPIs
- Každý zaměstnanec/tým má 3-5 priorit podporujících firemní priority
- Měření výkonu každého zaměstnance/týmu je viditelné a pravidelně hodnocené

10. Firemní plány a výkonnost jsou viditelné celé firmě

- Existuje „situační místnost“ pro týdenní mítinky (fyzická nebo virtuální)
- Hodnoty, smysl a priority jsou zveřejněny celé firmě
- Výsledky a hodnocení viditelně dokumentují plnění klíčových ukazatelů (KPIs) a kritických čísel
- Firma má systém kaskádování a řízení Priorit a klíčových ukazatelů