

Vision



Visionen ska tydliggöra verksamhetens samhällsnytta. Oavsett verksamheten, är vi beroende av omvärldens attityd. Finansiärer, kunder, medarbetare och leverantörer förutsätter inte bara att deras engagemang i ditt företag är lönsamt, utan också att det inte ger dåligt anseende.

Etik, moral och engagemang för en god sak har blivit en marknadsfilosofi som kallas **värdeorientering**. Organisationer manifesterar sina värderingar för att bli attraktiva i samhällets ögon, exempelvis genom sponsring av idrott, sjukvård eller skolmateriel. Av samma anledning är de noga med vem de väljer som affärspartner.

Värdeorientering har blivit en viktig konkurrensfaktor och det

är visionen som ska signalera vår ambition för samhällets bästa. En stoltillverkare kan exempelvis ha visionen att arbeta för friskare ryggar. Restaurangen kan gynna en god matkultur, ventilationsfirman slåss för ett allergifritt Sverige, speditiionsfirman kan ge kunden "en bekymmerslös tillvaro" o.s.v. Ett stugby hade följande inskription vid infarten: "Välkommen till ett bättre liv!" Livskvalitet är en viktig ingrediens i företagets vision.