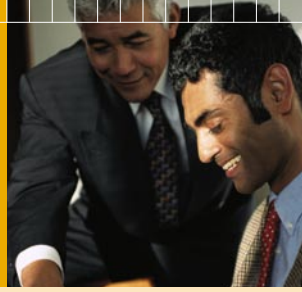
Organizational Alignment Survey™



Was ist Organizational Alignment Survey™?

Organizational Alignment Survey™ (OAS) befragt Mitarbeiter um herauszufinden, wie stark ein Unternehmen in 12 Kernbereichen, welche die Geschäftsresultate beeinflussen, ausgerichtet ist. Anders als bei typischen Befragungen, welche nur Daten liefern, bietet OAS auch Wissen an. Sein geschütztes Softwaresystem vergleicht die Resultate des Unternehmens mit mehr als 400 der besten Unternehmen. OAS analysiert ausserdem die Daten und stellt sie den 250 besten dieses Bereiches gegenüber, um spezifische, umsetzbare Ratschläge zu erteilen wie man das Unternehmen noch besser ausrichten kann.

OAS ist weder eine "Klimaumfrage" noch eine traditionelle "Kundenzufriedenheitsumfrage". Der Fokus von OAS liegt Firmenintern, um die Angestellten auf die Linie zu bringen, welche mit der Organisationsleistung Hand in Hand geht. Angestellte beantworten 60 Fragen, fünf in jeder der 12 Katergorien. Die gesammelten Daten bilden die Basis für eine Strukturierungsbewertung. Ausserdem beantworten die Führungskräfte sechs Fragen zu weiteren Kernbereichen. Diese 13. Dimension bestimmt, ob die Sichtweisen der Führungskräfte über die Wichtigkeit der Leistungen mit deren der aktuellen Unternehmenszielen übereinstimmen.

Mit Hilfe dieser Daten identifiziert OAS durch statistische Analysen die Lücke zwischen Leistung und Erwartung. Diese Analyse gibt dem Unternehmen eine klare Sicht, wo eine ungenügende Ausrichtung sie davon abhält, Gipfelstürmer zu sein.

Hunderte von grossen Unternehmen haben OAS genutzt, um Abteilung für Abteilung eine klare Linie zu schaffen, um sowohl interne Ziele der Unternehmensstrategie zu erreichen, als auch den Kundenbedürfnissen gerecht zu werden.

CASE STUDY

Glaxo SmithKline (GSK)

SITUATION

Glaxo Singapore (part of the merged GSK), a $29.5 billion pharmaceutical powerhouse, was facing increasing competition in the Singapore market. Glaxo Singapore sought a means to bring its staff into closer alignment with its customers.

COURSE OF ACTION

Glaxo surveyed 2,000 Singapore physicians and pharmacists to better understand its customers' needs. At the same time, Glaxo Singapore implemented ***Persona*** GLOBAL®'s Organizational Alignment Survey™ (OAS) to identify its degree of internal and external alignment rated by the organization's employees and the market.

RESULTS

The results of both the customer and OAS research were used by Glaxo Singapore's senior management to redefine the company's mission. Management and employees then planned how they would re-align their own objectives to match their customers' needs. The intervention which followed significantly raised the level of pharmaceutical sales.

OAS Vorteile für Führungskräfte

- MACHBAR. Das System analysiert die Daten und gibt nützliche Taktiken der Marktführer bekannt.
- MARKTFÜHRER VERGLEICHE. Unternehmen können sich mit Marktführern, meistens sogar in ihrer eigenen Branche, vergleichen.
- EINFACH ZU VERSTEHEN. Liefert quantifizierte, einfach zu verstehende Informationen.
- RASCHES FEEDBACK. Online oder gescannte Fragebogen erlauben eine rasche Verarbeitung der Daten.
- ONLINE DURCHFÜHRBAR. Die Befragung kann über das Internet direkt durchgeführt werden.
- RESULTATORIENTIERT. Führungspersonen können herausfinden, ob ihre Einschätzung der sechs Kernleistungen mit den aktuellen Leistungen des Unternehmens übereinstimmen.
- SPEZIFISCH. Die Daten können nach Abteilung oder Standort sortiert werden um genauere Informationen zu erhalten.
- AUSFÜHRLICHE DOKUMENTATION. Eine Vielzahl von Grafiken, Aufstellung und statistischen Reports sind verfügbar.

Persona GLOBAL

"Das OAS hat einige wichtige Annahmen bestätigt und beunruhigende Bereiche aufgedeckt, die wir bis dahin noch nicht erkannt hatten."

Martha Collard • Director – Human Resources Asia Pacific, Grey Worldwide

OAS bietet:

- Identifizieren wie die Unternehmensstrategie ein kundenorientiertes Verhalten unterstützen kann.
- Unternehmensleistungen auf die Kundenbedürfnisse zuschneiden.
- Überblick über Annahmen und Meinungen der Angestellten erhalten.
- Markenauftritt stärken.
- Leistungen messbar machen.
- Leistungen der Mitarbeiter mit der Mission und den Werten des Unternehmens auf eine Linie bringen.
- Trainings- und Beratungsbedürfnisse analysieren.
- Angestellte motivieren Veränderungen anzunehmen.
- Veränderung und Forschritt über eine längere Zeit monitoren.

Einzigartige Vorteile für Berater

- ZERTIFIKATION. Erfahrene Berater und Trainer können die Zertifikation an einem Tag absolvieren.
- EINFACH ZU VERSTEHEN UND ANZUWENDEN. Fragebögen sparen Zeit und Aufwand.
- FLEXIBEL. Trainer und Berater können offene Fragen hinzufügen, um spezifische Befürchtungen oder Annahmen des Unternehmens miteinzubeziehen.
- WELTWEITE ERREICHBARKEIT. Die Onlineumfragen erlauben das Sammeln von Antworten von überallher via Internet.
- WIEDERHOLBAR. Die Bewertungen geben die Möglichkeit, die Umfragen periodisch zu wiederholen und Forstschritte zu messen.

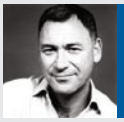
Wiederholte Anwender von OAS:

Bristol-Myers Squibb	Leo Burnett
Walt Disney	General Casualty
Inchcape Testing Services	Crown Motors (Toyota)
Hong Kong International Terminals	Toyota

Studie

Dr. David Matsumoto, Abteilung für Psychologie an der San Francisco State University, untersuchte den Zusammenhang zwischen den 12 Hauptdimensionen und den Antworten in der 13. Dimension von OAS. Er analysierte 23,000 Antworten von 52 Unternehmen in 20 Ländern und fand heraus, dass die Antworten in den 12 Kerndimensionen recht verlässlich die Erkenntnisse der 13. Dimension voraussagten. Dr. Matsumoto meinte dazu: "Meine Schlussfolgerung ist, dass alle Zusammenhänge statistisch wertvoll sind und es scheint so, als ob diese das gewünschte Unternehmensziel vorausberechnen."

ÜBER DEN AUTOR



Shaun Smith
Senior Vice President, Forum

Shaun Smith ist Senior Vice President von Forum, dem europäischen Customer Experience Business. Er ist eine international anerkannte Autorität in den Bereichen Kundenservice, Qualität, Führung und Organisationsentwicklung. Mr. Smith hat mehr als 30 Jahre lang grossen Gesellschaften geholfen ihren Kundenservice zu verbessern. Er hat Firmen wie Westin Hotels, Prudential, Microsoft, Toyota, Disney, Ferrari, Inter-Continental Hotels, SmithKline Beecham, British Airways, Leo Burnett, und Shangri-La Hotels and Resorts beraten.

Persona GLOBAL

For more information about Persona Global, Inc.'s metrics and methodologies, please contact **info@personaglobal.com** or visit **www.personaglobal.com**

ABOUT *Persona* GLOBAL®

Persona GLOBAL® is a worldwide provider of assessment tools and methodologies for corporations facing challenges in change leadership, communication, organizational alignment, sales, customer service and management. ***Persona*** GLOBAL®, Inc.'s metrics and methodologies are currently available in 45 countries; its programs have been translated in up to 33 languages. More than 1,100 certified ***Persona*** GLOBAL® practitioners around the world serve their clients as strategic business partners.

Corporations that have benefited from Persona Programs include:

- BMW
- Mitsubishi
- Disney
- Coca-Cola
- Hitachi
- Applied Materials
- Dell Computer
- IBM
- Alcatel
- Motorola
- British Airways
- Japan Airlines
- Credit Suisse
- American Express
- SONY Music Entertainment

*© 2005 **Persona** GLOBAL® is a trademark of **Persona** GLOBAL®, Inc. in the United States and other countries. All other products mentioned are trademark or registered of their respective owners.*