

Jak na vizi?

Stanovte si i Vy vaši vizi! Ta by měla odpovídat záměrům vaší organizace a být všemi sdílena. Vizi můžete přezkoumávat. Odpovězte si v ní na základní otázky:

- Čím jsme
- Čím chceme být
- Čím nechceme být
- Pro koho tu chceme být

Napište vaši vizi, která vás definuje a která je konkrétní na vás, a to včetně lokality/názvu a vámi poskytované služby! Nebudte obecní, ale představte svou jedinečnost! Po přečtení vize musí být zřejmé, že se jedná o vaše služby, nikoliv stejného subjektu v jiné obci. Nejedná se však o popis služby.

Příklad vize – cestovní kancelář CHERRY TOUR s.r.o.

Vizí CHERRY TOUR s.r.o. je budování a udržování dobrého jména společnosti, jakožto důvěryhodné cestovní kanceláře zajišťující kvalitní služby. Orientujeme se na posilování dlouhodobých vztahů se zákazníky. Chceme rozšiřovat specializovanou nabídku pro ubytování v mobilních domech o nové lokality v Chorvatsku. Zaměřujeme se na rodiny s dětmi preferující zajištění vysokého standardu služeb s širokými možnostmi doplňkových aktivit v destinacích. Cílíme také na organizované kolektivy, u nichž se rovněž soustředíme na dlouhodobou spolupráci a rozšiřování okruhu dodávaných služeb.

Příklad vize - Regionální turistické informační centrum Krkonoše

Jsme místem prvního kontaktu s regionem. Chceme, aby z Regionálního turistického informačního centra Krkonoše zákazník odcházel spokojený. Naším cílem je mít dobrý pocit z dobře odvedené práce. Pracujeme s relevantními informacemi a nabízíme široký výběr regionálních produktů. Nevíme všechno, ale trpělivě hledáme alternativy a varianty. Jsme koordinátorem informačních center v regionu Krkonoše a tím se snažíme ovlivňovat turistickou nabídku. Chceme být spoluvůdci mediálního obrazu Vrchlabí a přispívat k rozvoji cestovního ruchu v turistickém regionu Krkonoše.

Příklad nejasné vize

- Nabízíme služby.
- Jsme nejlepší v tom, co děláme.
- Kvalita služeb na prvním místě.

Jak na SWOT analýzu?

- Definujte si svou vizi, strategii vašich služeb, na následující období, např. na 3-5 let, a to za pomoci akronymu z počátečních písmen anglického názvu SWOT, a to dle níže uvedených faktorů.

Důležité je si uvědomit, že:

- Silné stránky mi umožňují se rozvíjet. Proto je budu propagovat a klást na ně důraz při komunikaci navenek, ale i dovnitř.
- Slabé stránky eliminuji, ale využiji je pro své zlepšení
- Příležitosti proměním k úspěchu
- Na hrozby se připravím

Jaká slova používat?

- Chceme, zaměřujeme se, naším cílem je, dosáhneme prostřednictvím...Snažíme se, dosáhneme...