

الفصل الثاني

اعتنق مذهب التفرد الوظيفي

في هذا الفصل سوف نتعلم:

- ✍ المبادئ الأربعة لمذهب التفرد الوظيفي.
- ✍ الأهمية في تواصل إدارة المسار الوظيفي.

الفصل الثاني

اعتنق مذهب التفرد الوظيفي

لتحقيق النجاحات والإنجازات في عملك في هذا العصر الديناميكي دائم الحركة، يجب عليك تغيير طريقة تفكيرك في مسارك الوظيفي، التعامل مع إجراءات إدارة المسار الوظيفي باعتبارها نشاطاً متواصلاً، وأن تصنع لنفسك الوسم الوظيفي الشخصي، الذي سوف يساعدك على تحقيق كل هذا -على أن يكون الهدف النهائي هو إبراز تفردك في النجاح في مسارك الوظيفي. نقدم لك في هذا الكتاب خارطة الطريق لصناعة وسم وظيفي شخصي، والتي نسميها 1-2-3 نجاح! (وضعها "ريتش" وأثبتت نجاحها بتطبيقها مع العديد من المسؤولين التنفيذيين). صناعة الوسم الوظيفي الشخصي تستغرق وقتاً -ولكنها أيضاً قيمة جداً بحيث تستحق العناء، فإذا بدأت بالاستثمار في هذه العملية من الآن، سوف تصبح الأمور أكثر سهولة لاحقاً، ولكن قبل الشروع في العملية، دعنا نلق نظرة عن كثب على المذهب الفكري، الذي يجب أن تعتنقه لتتمكن من تطبيق خطة 1-2-3 نجاح! وإحكام السيطرة على مسارك الوظيفي، لقد أطلقنا على هذا المذهب الفكري اسم التفرد الوظيفي، اعتنق مذهب التفرد الوظيفي، واتبع مبادئه تصبح متأهباً لتملك زمام مستقبلك.

المبدأ الأول - انهض: اصمد من أجل شيء

كما علمت من الفصل الأول، فمجرد القيام بوظيفتك حتى لو كان على الوجه الأكمل لم يعد كافيا بعد الآن، أمسى الولاء والبقاء شعارات عتيقة، ويمكنك أن تلمس انعكاس ذلك على برامج التلفزيون في الستينيات والسبعينيات، هل تذكر سلسلة حلقات Bewitched؟ هل تذكر الشخصيتين الرئيسيتين الزوجة سامنثا وزوجها دارين ستيفين ودوره في الوكالة الإعلانية "ماكمان آند تايت".

يوميًا، تجري الأمور على نحو متوقع داخل وكالة ماكمان آند تايت، فالمتألق دائما لاري تايت الشريك المؤسس للوكالة، يلقي بالأوامر على دارين الذي يعمل لديه في وظيفة مدير الحسابات، يصل دارين إلى العمل مرتديا حلتة الرمادية، وهو على علم مسبق بما سيكون عليه يومه، لم تتغير سوى الحملات الإعلانية والعملاء، كل يوم هو نسخة عن اليوم السابق، كان دارين يعلم كل شخص يعمل بالوكالة، وكل عامل بالوكالة يعلم ما هو دوره تحديدا، العاملون باقون في الشركة -في ذات الوظائف- لأعوام.

بالرغم من أن كل حوادث العملاء وقعت نتيجة تعاويد شريرة ومؤذية ألقاها السحرة أقارب زوجته، إلا أن دارين ظل محتفظا بوظيفته، وهو يعلم أنه سيظل يعمل بوكالة ماكمان آند تايت إلى أن يتقاعد.

إنه لمن الصعب تصديق مرور 40 عاما على عرض حلقات Bewitched. ما عرضته مشاهد هذا العمل يبدو أبعد من الخيال في عالم اليوم، وبرامج التلفزيون الحديثة تجعل التباين أكثر حدة، ولتدرك ما نقصده، قارن بين دارين ستيفين والشخصيات الموجودة في العمل الدرامي "المبتدئ The Apprentice".

"أنت مطرود!"، إذا كنت من المتابعين لسلسلة "The Apprentice"، فأنت تسمع هذه الجملة كل أسبوع، لحسن الحظ أنها صادرة عن مجلس الإدارة في أبراج ترامب، وموجهة لشخص غيرك، ولكن كل أسبوع على نحو منتظم انتظام الساعة، يترك أحدهم العرض - وليس على نحو سعيد. تعكس سلسلة "The Apprentice" عالم الأعمال الجديد، حيث تقييمك هو تقييم آخر مشروعاتك، يمكن أن يتخطى أداؤك كل من هم

حولك في أسبوع، لكن ما من ضمانة أنهم لن يطيحوا بك في الأسبوع التالي، عندما يتغير مديرك وتتغير المشروعات التي تعمل عليها طوال الوقت، كما هو الحال في سلسلة "The Apprentice" تصبح استراتيجية النجاح أن تواصل إبراز تفردك، لا أن تتوافق مع المناخ.

في مقرات العمل الحديثة، فاز الإبداع على الولاء، واستبدل التناسخ بالتفرد، واستبدل التدرج الهرمي بالمبادرة، فلا تنتظر التكاليف الوظيفية وعليك أن تصنعها بنفسك، الشخصيات الناجحة في سلسلة "The Apprentice" كانوا مدركين جيداً لمواهبهم، ولديهم من الثقة ما يكفي للصمود والاستمرار في إضافة قيمة لفرقهم.

نظراً للمنافسة المحتدمة والضغط التي يمارسها حملة الأسهم لتحقيق العائدات الأعلى دائماً، بدأت الشركات في التدقيق في كل موظف لتحديد قيمته بالنسبة للمؤسسة إذا كان فريق المسؤولين التنفيذيين غير مدركين بوجودك في الشركة، فهم يعلمون أنهم لن يفتقدوك إذا رحلت، ولتعلم أن أولئك الذين يعملون في صمت وتكتم، ويتجنبون الظهور هم من يسمعون "أنت مطرود" في عالم الواقع البعيد وليس في التلفزيون، وهذا يحدث اليوم لأناس في الخدمة منذ عقود، وعندما تحين الحاجة لتقليل عدد العمالة المتزايدة، فإن أول من يُستغنى عنهم، هم من لم تُلاحظ لهم مشاركات فريدة وجوهرية، وغالباً ما يستغنى عنهم بغض النظر عن مناصبهم، والقصة التالية تضرب على ذلك مثلاً:

مارجريت - رئيسة التمريض

عملت مارجريت في نفس المشفى الرئيسة في العاصمة لمدة 30 سنة تقريباً، وخلال تلك الفترة تخطت الكثير من العراقيل، التي وضعتها المشفى أمامها بما فيها الحصول على درجة الماجستير وهي في الـ 60 من عمرها فقط للاحتفاظ بوظيفتها. قامت مارجريت بعملها، وقامت به على الوجه الأكمل والأمثل.

ورغم درجتها العلمية وخبرتها الفائقة، والثناء العطر عليها من زملائها، تم تسريح مارجريت بخطاب سلمته لها شركة فيديكس، بعد ثلاثين عاماً من الولاء، والخدمة الممتازة للمستشفى.

وكذلك وبشكل متزايد يعاني العديد من العاملين من هذه التجربة الأليمة، سواء عملوا لدى شركاتهم لـ 5 أو 25 عامًا.

وقد أدرك الناس في مختلف مناصب المؤسسات أو المبيعات، أو أعمال حرة أو حتى السياسة والإعلام، مدى حاجتك لأن "تصنع لنفسك اسمًا" إن أردت الإبقاء على مهنتك، فحقيق على من يقتصر ببساطة على أداء مهام عمله ألا يجد الفرص نفسها التي يجدها من ينحت في الصخر لصنع مكانته الفريدة، وكلما اعتليت صعودًا على سلم المؤسسة، كان التسويق لشخصك أكثر أهمية. الأمر كله يتعلق بأن تكون أنفع لمؤسستك من جميع زملائك، ظاهرًا بارزًا لك طابعك المميز. كما يقول سيث جادن في مدونته:

"من الواضح أن الغالبية من الناس يعتقدون أنهم عندما لا ينالون وظيفة مرموقة، أو يحققون كسبًا ماديًا كبيرًا، أو يعقدون صفقة رابحة فهذا لأنهم لا يستحقون النجاح، على غرار من يعتقد أن بمجرد شحذ الإبرة فإنها ستنتج تلقائيًا من كومة القش نحو نطاق المغناطيس، ولأنني حظيت بفرص لقاء بعض الشخصيات الناجحة، فإن بإمكانني أن أؤكد لك أنهم لم يحققوا هذا النجاح لأنهم يستحقونه. ما الوظائف التي يمكن أن تحظى بها من وراء سيرتك الذاتية العادية ذات التعليم الأكاديمي العادي؟ حينها لا يملك المرء إلا أن يظنك شخصًا عاديًا ذا تعليم عادي، وتتمتع أيضًا بخبرة عمل عادية!!"

والسؤال لك: هل كنت لتعين الموظفين على هذا الأساس؟ هل كنت لتختار المنتجات بتلك الطريقة؟ ربما تفعل إن كنت ممن يقودون سيارة قديمة مهترئة وتعمل لدى إدارة الضمان الاجتماعي، ولكن لا أحد ينتهج هذا النهج في يومنا هذا.

ما يصدقه الآخرون عنك هو شعورهم عند التعامل معك، سواء عند توظيفهم لك، أو العمل معك، أو تحديد موعد معك، أو عند استخدامهم لمنتجاتك، أو الاستفادة من خدماتك، أو أن تكون معلمًا لهم.

لذا فالسؤال هنا: ما الذي يشعر به الآخرون عند التعامل معك؟

هل يمكنك منحهم الشعور بأنهم في حال أفضل؟ والأكثر من ذلك هل يمكنك أن تمنحهم تلك المشاعر التي ييغونها؟

حتما سنظل تائهين طالما اعتقدنا في هذه الإبرة الحادة، لماذا؟ لأن معظم العملاء لا يحملون مغناطيسًا، حتى إن أكثر الإبر حدة نادرًا ما تُستخرج من كومة القش، بل وعلى العكس، يبحث المشترون عن الجائزة المجانية، تلك الصفة المميزة التي تستحق أن يكون مدار الحديث عليها. سأضرب مثالًا بالتدربين الأربعة الجالسين معي، مجموع اللغات التي يتحدثونها 12 لغة، ومع ذلك لم أقم بتعيينهم لهذا السبب، فنحن لسنا في حاجة للغة الفلبينية في يوم عملنا، ولكنها الجائزة المجانية، إنها صفة من ضمن عدة صفات جعلتهم مثيرين للاهتمام وجعلتني أشعر بالارتياح والرضا لتعيينهم.

وتأمل ماذا تصنع أنت شخصيًا عند الشراء ألا تبحث عن المنتجات، والخدمات ذات الجودة العالية الفريدة من نوعها؟ لنفترض مثالًا أنك تلقيت مخالفة سرعة. فمن المحتمل أن تأخذ دورة في القيادة الدفاعية (للحفاظ على سلامة المشاة) على حسب المكان الذي تعيش فيه، ليتم محو اسمك من سجل المخالفات الدائم. في تلكم الحال لن يهملك هل ستأخذ الدورة أم لا، بل كل ما يشغلك هو أين ستأخذها، ولك أن تختار بين أن تحضر في فصل عادي لتعلم القيادة الدفاعية، أو آخر يتميز بحس الدعاية للتدريس وثالث مخصص "للعزاب"، أيها كنت ستختار؟ لا شك أن الكثيرين سيختارون أي شيء سوى العادي. لماذا؟ لأن هذه الدورات الأخرى تقدم أكثر مما هو مطلوب، إنها تقدم تلك القيمة الإضافية التي تجعل الأمر أكثر إثارة، وتشويقًا، بل أكثر نفعًا لك أنت كمستهلك.

ويضرب لنا الإعلام ومجالات التسلية المزيد من الأمثلة. فغالبًا ما يكون للممثل نوع شخصية معينة هي التي اشتهر بها، وكذلك بنى الفنانون، والموسيقيون صورهم عن طريق سماتهم الشخصية جنبًا إلى جنب مع مواهبهم، أما الكوميديانات فحدث ولا حرج، وخذ جاك نيكلسون على سبيل المثال، فأول ما يتبادر في ذهنك عند سماع اسمه هذه الحواجب الشيطانية والشخصيات الجنونية، وإذا فكرت في دينيس ميلير فإذا بك تسترجع ترهاته العقلانية الساخرة القديمة.

ولكي تحقق النجاح في أي مسعى مهني، فعليك أن تجعل من قيمتك الفريدة أمر لا ينسى، يجب ألا يجد أحدهم داعيًا لسؤالك ما الشيء المختلف أو المميز الذي سوف تضيفه إلى منصبك؟؛ وإنما دع عملك، وسلوكك وتصرفاتك هي ما تظهر ذلك واضحًا جليًا لكل من حولك.

وأضف إلى ذلك أنه إن اعتقد الناس فيك أن مهاراتك، وسماتك الشخصية تدعم أسمى هدف لديهم، فإنك لن تمحى من ذاكرتهم. فمثلًا إذا كنت خفيف الظل، بدلا من تقديمك بكونك بهلوان المكتب، بل لك أن تحفر اسمك في ذاكرتهم إذا وضحت لهم لم تستخدم الضحك. تقول مثلا: "أرى أن الضحكة تساعد الناس على الاسترخاء وتعزز التعاون، كما أني أؤمن بالقيادة عن طريق التحفيز الإيجابي"، وهكذا بالربط بين قدرتك الخاصة ومدى أهميتها لتحقيق هدف العمل، فإن هذه الصفة تصبح فيك أصلاً ثميناً لمؤسستك. وبهذا ترسل رسالة واضحة تقول بأنك تتفوق في شيء مهم.

تمسك بشخصيتك، لا تلجأ للتقليد... فكل رجل عظيم يجب أن يكون فريداً من نوعه
— رادولف والدو إميرسون، شاعر أمريكي

المبدأ الثاني - كن أنت رئيس نفسك

لتحكم قبضتك على زمام مسارك الوظيفي وتتوجه بمهنتك نحو المستقبل، عليك أن تكون أنت رئيس نفسك، - تتحكم في مصيرك المهني، تجد الفرص وتنتهزها، وتتخطى عراقيل الارتقاء بمهنتك. بصفتك رئيس نفسك، فأنت من تقرر المناصب التي تتولاها، وتقدر ما حجم الجهد الذي ينبغي أن تبذله في كل وظيفة، وكيف ستعالج التحديات التي ستواجهها لا محالة. وتتحكم أيضًا في كيفية تقديم نفسك وأصولك العقلية، والفكرية، حتى إنك لتقرر من حلفاءك، ومن هم أعداءك.

قد لا تقبل هذا للوهلة الأولى، وتظن أن مديرك - أو الرئيس التنفيذي، أو مجلس الإدارة - هم من يتحكمون في مستقبلك. ربما تظن أن مصيرك غير محدد لأنه يتوقف على نجاح شركتك - المتمثل في ارتفاع سعر السهم، وإرضاء العملاء، وتحقيق الأرباح. لكننا نحثك على ألا تعول على القوى الخارجية لضمان نجاحك؛ فلست المتحكم بها، وإلا

فستكون ضعيفا سريع التأثير بها، إنك تملك الوسم الوظيفي الشخصي الخاص بك. ضع في الاعتبار أن مهاراتك وسماتك الشخصية المميزة لن تتلاشي بانخفاض سعر السهم الخاص بشركتك، ولن ينهار مستقبلك بمغادرة مديرك التنفيذي، الذي طالما كان سبباً في دفعك نحو الأمام، فأصولك الشخصية الثمينة ملكك أنت وحدك، ولن يتمكن أحد من سلبك إياها، فلا بد أن تتحمل مسؤولية هذه الأصول وأن تستعملها لصالحك. باختصار، ابحث عن قوتك الذاتية لا عن قوة الظروف المحيطة بك.

دعنا نضرب مثلاً لرجل اعتنق فكرة أن يكون رئيس نفسه.

جاري، مدير مبيعات تنفيذي في مجال النشر

جاري شخص ينضح بالثقة، فقد عمل كمدير مبيعات تنفيذي طوال حياته المهنية في المجال نفسه - النشر - ولكن ليس لدى الشركة نفسها. وعادة ما يخضع التسعير في مجال النشر للتقييم الشخصي مما يدر الكثير من الأرباح، ولكن الآن مع شراسة المنافسة بين الشركات غالباً ما تكافح كل واحدة منهن لتقليل التكاليف، لذا يعرضون أسعاراً أقل من الأخرى، ومع ذلك يبقى جاري الأفضل في مجاله.

كيف ذلك؟ مع أنه يعمل لدى شركات، إلا أنه أبداً لم يربط هويته بها، فهو بإمكانه أن يغير الشركة التي يعمل لها من الغد، ولن يحدث ذلك تأثيراً كبيراً على مبيعاته الشهرية إلا كمرور موجة لطيفة من الصعود والهبوط، فالزبائن يشترون منه من أجله هو، ومن أجل ما يقدمه هو لهم، لا من أجل ما يبيعه من منتجات.

فكيف صنع جاري كل هذا الولاء؟ يمتلك جاري شخصية ذات وسم وظيفي شخصي يجمع ما يلي:

- يبنى جاري علاقات مع العملاء ويوصل بعضهم ببعض.
- يمر العملاء معه بتجربة ممتعة؛ حيث يخرجون من فوضوية التفاصيل إلى أمان التنظيم، ويتأكد من أنهم معروفون لكل العاملين بالشركة.

وكذلك لدى جاري علم بأعظم ما لديه من أصول، ويبرزها في كل ما يقوم به.

المبدأ الثالث - ليس بسلم، إنه منحدر

لا زال كثير من الناس يظن أن مهنته سلمًا يرقد هدفهم الأسمى في أعلاه، حتى إنك لتستطيع أن تري قمته وأنت تقف في الأسفل، وبتدريج تصعد أنت هذا السلم، متقدمًا في مسارك الوظيفي بتحقيق هدف في كل مرة، ومع كل درجة تعمل جاهدًا على إنجاز ما تقوم به في تلك اللحظة، وتنسى أمر الخطوة التالية؛ لأنك متأكد من أنك ستصل إليها عندما يحين الوقت المناسب، دون أية صعوبات، فتكون في حالة اطمئنان ورضا عن النفس. ثم يقع أمر ما. ولربما تسببت أنت في وقوعه:

- تدرك يومًا ما أنك تشعر بالملل وغياب الإثارة.
- تبدأ في التشوق إلى المزيد من المسؤوليات.
- تقرر أنك بحاجة إلى زيادة في الأجر.
- تشعر أنك مدفوع لتجربة شيء جديد.
- تدرك أنك امتلأت حنقًا على رئيسك، وعلى ثقافة المنظمة غير المريحة بالمرّة.

ربما يصدر هذا مما هو خارج عن سيطرتك، مثل:

- الشركة اتخذت قرارها أنه حان وقت ضبط حجمها.
- المنتج الذي تعمل عليه تقرر إلغاؤه.
- الصناعة التي تعمل فيها أصابتها فضيحة مدوية.
- مديرك يترك العمل بالشركة آخذًا معه عديدًا من أعضاء الفريق، وتقرر الشركة الاستغناء عن وظيفتك.

هل بعد أن يحدث هذا، يكون من الممكن أن تفكر في الدرجة القادمة على سلمك الوظيفي؟ بل إنك تجمع سيرتك الذاتية إلى جانب اتصالاتك بزملاء المهنة المنسيين، وتبذل الجهد المضني في الوصول إلى أصحاب الوظائف، وتبذل جهدًا بالغًا في التواصل مع شركات ووكلاء التوظيف، وكتابة خطابات التوظيف، وصقل مواد تسويقك المهني، والبحث في هيئات التوظيف إلى آخر ما فعله الناس من وسائل احتياطية، عندما كان سوق العمل قابلاً للتنبؤ.

لكن بالرجوع إلى المعرفة الاقتصادية في يومنا هذا، فإن هذا النهج المتبعثر المكتظ بالتعب ليس هو النهج الأمثل، بل على العكس، عليك أن تتخلص من تصورات السلم تلك، وأن تنظر إلى الارتقاء في مهنتك، كما تنظر إلى ارتقاء المنحدر، فعندما ترتقي منحدرًا لا يمكنك أن تتوقف لتستريح، إنما تواصل التقدم في خطى ثابتة، وحركة دائبة نحو أهدافك المهنية. وفي هذا السياق لن تحتاج إلى شيء يدفعك في مهنتك للدرجة التالية، بل أنت الذي تتولى تحريك نفسك، فكل يوم من حياتك:

- تجدد وتراجع سيرتك الذاتية.
- تحافظ على شبكة علاقاتك واتصالاتك فلا تتركها تخفت، وتتلاشى.
- تبحث عن المهام والأنشطة التي تقربك من أهدافك.
- تتطابق نقاط قوتك، ومواهبك الفريدة على كل مهمة تقوم بها.

ربما ظننت أن ذلك "يتطلب جهدًا أصعب من صعود السلم"، لكن في حقيقة الأمر فإن الإدارة الدائبة للمسار الوظيفي توفر الكثير من جهدك في العمل، لأنك بذلك تزيد من معدل تقدمك: فبمجرد أن تتبنى هذا المبدأ الفكري وتجعل من السلوكيات المتوافقة معه جزءًا من روتينك اليومي المعتاد، فإنك لن تحتاج أبدًا لجهد آخر مضاعف للعمل على جانبك المهني، ويحل محل ذلك التفكير فيها دومًا، لأنها تتغير وتصبح أسهل وحدها بطبيعة الحال، أمر تؤديه بتلقائية وكأنك تغسل أسنانك في الصباح.

ولنكن واضحين، فنحن الآن في صدد الحديث عن منحدر لا عن مصعد كهربائي؛ فعلى المنحدر لا تزال المتحكم، فتصعده محرّكًا قدمك أنت للأمام، وتحمل المسؤولية حتى الصعود للقمة، وعلى وعى تام بما يتوجب عليك للمضي قدمًا عليه، بينما في المصعد الكهربائي تقف مكتوف الأيدي، فقط تنتظر الآلة لتصعد هي بك (بدلاً من أن تعمل أنت للوصول) للمقصد الذي ترغب فيه.

المبدأ الرابع - فكر كأنك علامة تجارية

لا عجب إن كانت عناصر المذهب الفكري "التميز الوظيفي" تبدو مألوقة، لأن مسوقي الشركات يستخدمونها منذ سنوات، وهو ما يسمى التسويق التجاري. أما

المذهب الفكري "التميز الوظيفي"، فيضعك في موضع المسؤولية عن التسويق لذاتك، لا للشركة ولا للمنتج.

وفي حين أن التسويق التجاري للشركات يتطلب دائماً عدداً ضخماً من مديري الدعاية والإعلان، وميزانية تسويق تقدر بمليون دولار، فسوف تجد أن كل ما تحتاجه لصناعة وسم وظيفي شخصي هو أنت فقط. فأنت تمثل اللوحة بل الحملة الإعلانية النشطة لنفسك طوال الوقت. كل يوم يمر عليك تجرب فيه عن نفسك من خلال كل ما تفعله وتُخبر عن قيمك، وأهدافك، ومهاراتك. في الحقيقة أنت وسمك الوظيفي الشخصي - حتى وإن لم تكن تعلم ما هو، وحتى لو لم يكن يحقق لك ما تريد على النحو المطلوب.

سوف تساعدك عملية 1-2-3 نجاح! الوارد ذكرها في هذا الكتاب على استيضاح الوسم الوظيفي الشخصي الذي تحتاج لصنعه ليكون سبباً في تحقيق تميزك المهني، ومن ثم تتواصل به مع من حولك بلا أخطاء. في الفصل القادم، ستكتسب فهماً أوضح للوسم الوظيفي الشخصي (بما في ذلك القصص، والأساطير الشائعة عنه) كما ستتعلم المزيد عن جذوره، وطبيعة عملية التسويق الشخصي.

كل واحد لديه الفرصة ليكون وسمًا وظيفيًا جديرًا بالذكر

— توم بيترز - مرشد علوم الإدارة