

Mottołiści

11 maja 2021

Krawiec nie szyje ubrań. Murarz nie buduje domów. Obaj dali się zwariować bajkom guru od marketingu i teraz ten pierwszy uszczęśliwia, a drugi uskrzydla przyszłość.

Bank jest od tego, żeby wycisnąć z klientów ile się da i dać zarobić właścicielom? Nie otóż. Bank Millenium taki nie jest. Jemu nie chodzi o zysk. On ma misję. Wyrażoną takim oto zdaniem: „Wspieramy klientów w osiągnięciu finansowego sukcesu dzisiaj i w przyszłości”.

Bank PKO BP, nie wiadomo jak w tamtym roku zarobił miliardy złotych. A przecież też nie jest od zarabiania, tylko od realizowania swojej misji, czyli „Wspierania rozwoju Polski i Polaków”.

Gdy wiadomo o co chodzi

Trudno się temu dziwić, bo największy w Polsce Bank PEKAO też zyski ma gdzieś, skoro misją jego pracowników jest „determinacja do budowania wartości dla naszych Klientów”.

To może na pieniądzach zależy dawnemu bankowi premiera Morawieckiego? Gdzie tam. Misją Santandera jest „Pomoc Klientom w rozwoju”.

Deweloperów kasa też nie interesuje. Więc misją Dom Development „jest wspieranie Klientów w spełnianiu marzeń o własnym mieszkaniu”. Firmie JW Construction się chyba nawet już budować nie chce. Inaczej nie pisaliby, że „Naszą misją jest dostosowywanie bieżącej polityki sprzedażowej do zmian wynikających z regulacji rządowych i sytuacji makroekonomicznej w kraju”.

W każdej książce do ekonomii można przeczytać, że w kapitalizmie firma jest od tego, żeby przynosić zysk. No

chyba, że wymyśli sobie formułę non profit i produkuje po kosztach. Orlen non profit nie jest, a mimo to w jego misji nie ma ani słowa o wypracowywaniu dywidendy dla akcjonariuszy. To po co istnieje Orlen? Bo „Dostarczając najwyższej jakości paliwa, napędzamy przyszłość” piszą jego marketingowcy.

Zarządzanie marketem

Przez 20 lat wszyscy śmiali się, że w Polsce najwięcej osób studiuje marketing i zarządzanie. Teraz już nikt się nie śmieje. Mądrości speców od pustostłowa stały się standardem. Fachowcy od uzasadniania własnych posad na różnych uczelniach biznesowych, stworzyli własne naukowe lobby, gdzie jedni przytakuja drugim, tylko po to, żeby móc mieć wykłady publikacje i kolejne tytuły w księgarniach. Dzięki temu wprasowano do głów menedżerom, że każda szanująca się firma ma mieć misję i kierować się wartościami. Fajnie jest też mieć dużo o społecznej odpowiedzialności biznesu. No i motto firmy. A wszystko to w ramach „ładu korporacyjnego”, czyli nic nie znaczącej zbitki słów, która jednak – zdaniem wierzących w te bzdury – brzmi na tyle dobrze, że nawet warsztaty szewskie chcą coś takiego mieć. I nikt nie zwrócił uwagi, że pies z kulawą nogą tych wypocin nie czyta, bo każdy petent czy klient wie dobrze czego szuka w tej czy innej placówce. A skoro tak, to motta, misje i takie tam, po prostu nie mają żadnego sensu. Niestety zdrowy rozsądek, to dla fanatyków marketingu herezja.

„Aby być szczęśliwy – uszczęśliw innych” – to nie hasło agencji towarzyskiej bynajmniej. To przewodnie motto firmy Jandrew zajmującej się produkowaniem mebli z drewna sosnowego. „Nigdy nie podpisałbym się własnym nazwiskiem pod produktem, który nie ma w sobie tego, co jest najlepsze we mnie” – myśli ktoś, że ten stek banałów pochodzi ze stron producenta androidów, albo syntetycznych organów do przeszczepu? Pudło! Tak brzmi motto biura rachunkowego ze Słupska. I jeszcze paru innych firm, jak choćby takiej od paneli podłogowych z Makowa Podhalańskiego.

Ludzie ludziom

Dzięki geniuszom od bredni korporacyjnych, na stronie internetowej IQ Metal nikt nie jest w stanie zrozumieć co ta firma robi. Wiadomo zaś, że jej motto to „Jutro lepsze niż dziś”, a jej „celem jest zwiększenie Państwa wartości wkładu, poprzez redukcję kosztów łańcucha wartości”.

Z firmą Centroplast jest prościej. Piszą, „od ponad 20 lat konsekwentnie realizujemy motto naszej firmy „naturalnie dobre rozwiązania””. Robiąc plastikowe szamba. Kto zgadłby, czym zajmuje się firma, której misję określa takie zdanie „Potrzeby i oczekiwania Klientów tworzą naszą ofertę”? To proste, bo nawet dziecko zgadłoby, że chodzi o Piekarnię Cukiernię Kołacz z Nowego Dworu Mazowieckiego.

Expo-Jag ma motto „Profesjonalna Obsługa. Optymalne Rozwiązania. Zadowolony Klient”. Bo, widać, bez takiego motta, sprzedaż maszyn rolniczych i części zamiennych na pewno by firmie nie szła.

Gdybyście mieli wybór, to czy skorzystalibyście z firmy, której „motto jest świadczenie najwyższej jakości usług”? Czy może takiej, której bojowe zawołanie brzmi „Twoje troski pod naszymi skrzydłami”? Pamiętając przy tym, że obie firmy są zakładami pogrzebowymi.

Zaufanie tak, skalpel nie

Nadmiar absolwentów marketingu i zarządzania obsiadł oczywiście i instytucje publiczne.

„Jesteśmy po to, żeby pomagać chorym” – wbrew pozorom, to nie motto kolumny transportu sanitarnego, ani firmy zatrudniającej rehabilitantów. To to, czym kieruje się Szpital Czerniakowski w Warszawie. I dlatego jak komuś coś jest, to niech szuka takiej placówki, która robi to co szpital robić powinien, czyli leczy.

Co wcale nie musi być proste. 116 Szpital Wojskowy z Przychodnią SP ZOZ w Opolu chyba lepiej omijać. Jego „motto przewodnie” brzmi: „Nie trzeba być bogatym żeby pomagać innym, ale trzeba wzbudzać zaufanie i poczucie bezpieczeństwa”.

Ostrożnie z Wielospecjalistycznym Szpitalem w Gliwicach. Skoro napisali, że „Naszą wizją jest stać się jedną z najbardziej profesjonalnych, odpowiedzialnych i przyjaznych pacjentowi placówek ochrony zdrowia, gwarantujących bezpieczeństwo oraz najwyższy poziom usług medycznych”. To może lepiej poczekać, aż tacy będą.

Uniwersytecki Szpital Kliniczny im. Jana Mikulicza-Radeckiego we Wrocławiu, można polecić, acz bez spiny. Bo co prawda napisali „Jesteśmy po to, aby leczyć, kształcić i rozwijać wiedzę medyczną”, ale gdyby tego motto nie było, to przecież i tak każdy wiedziałby po nazwie co tam robią.

„Piękno nie jest zbytkiem, lecz niezbędnym warunkiem pełnego rozkwitu i zharmonizowania funkcji psychicznych”. To zdanie nie pochodzi z żadnego muzeum sztuki, galerii, ani nawet jakiejś ASP. To motto Szpitala Neuropsychiatrycznego im. Kaczyńskiego w Lublinie. Mieczysława Kaczyńskiego.

Bełkot państwowy

Szkoła powinna uczyć. I uczy. Najczęściej powtarzanego bez myślenia banalnego pustosłowania. Dlatego niemal każda z nich ma, tak jak SP 14 w Gliwicach, motto „Normy i wartości są kluczem do przyszłości” i misję „Pomóżmy dzieciom, by każdy z nich stał się tym, kim stać się może”.

Urzędy gminne od szkół nie mogą być gorsze i zamiast robić to, co każą im ustawy tudzież rozporządzenia, misję mieć muszą. Misją Urzędu Gminy Mokrsko „jest skuteczna i profesjonalna realizacja zadań publicznych w zakresie zaspokajania zbiorowych potrzeb mieszkańców”. Misją urzędu miasta w Grodkowie „jest jak najlepsze realizowanie zasad samorządności

lokalnej ukierunkowane na stałe podnoszenie poziomu życia mieszkańców, a w szczególności świadczenie usług administracyjnych i municypalnych jak najwyższej jakości oraz realizacja i wspieranie działań na rzecz rozwoju gminy". Prawda, że jakby tego nie napisali, to nikt by na to nie wpadł?

Jeśli ktoś ma jeszcze ochotę poczytać wymiotne, nie czytane przez nikogo frazesy, to proszę bardzo.

„Sprawny i skuteczny Urząd regionalnej administracji publicznej realizujący z partnerami ustawowe i własne działania na rzecz rozwoju Małopolski” – misja małopolskiego urzędu marszałkowskiego.

„Głównym zadaniem Policji jest służba społeczeństwu” – misja KWP w Krakowie.

„Tworzenie warunków dla bezpiecznej i profesjonalnie zarządzanej migracji” – misja Urzędu do spraw Cudzoziemców

„Celem MC jest, by państwo jak najlepiej służyło swoim obywatelom” – misja Ministerstwa Cyfryzacji.

„Zapewnienie stabilnych, efektywnych i zrównoważonych finansów publicznych oraz wysokiej jakości świadczonych usług” – misja Ministerstwa Finansów.

„Misją Ministerstwa Spraw Zagranicznych jest realizowanie interesów Rzeczypospolitej Polskiej poprzez współpracę w Europie i świecie na rzecz bezpieczeństwa, demokracji i rozwoju”. Odkrywcze, nieprawdaz?

Ale gdyby ktoś jeszcze nie miał dość, to MSZ – jak każda szanujące się korporacja, sklep spożywczy czy zakład pogrzebowy – ma oczywiście i motto „Być wiernym Ojczyźnie mej, Rzeczypospolitej Polskiej”.

Autorstwo: Tomasz Borowiecki

Źródło: Trybuna.info