

MFM

LEAD STAGE 3

Facilitating Change

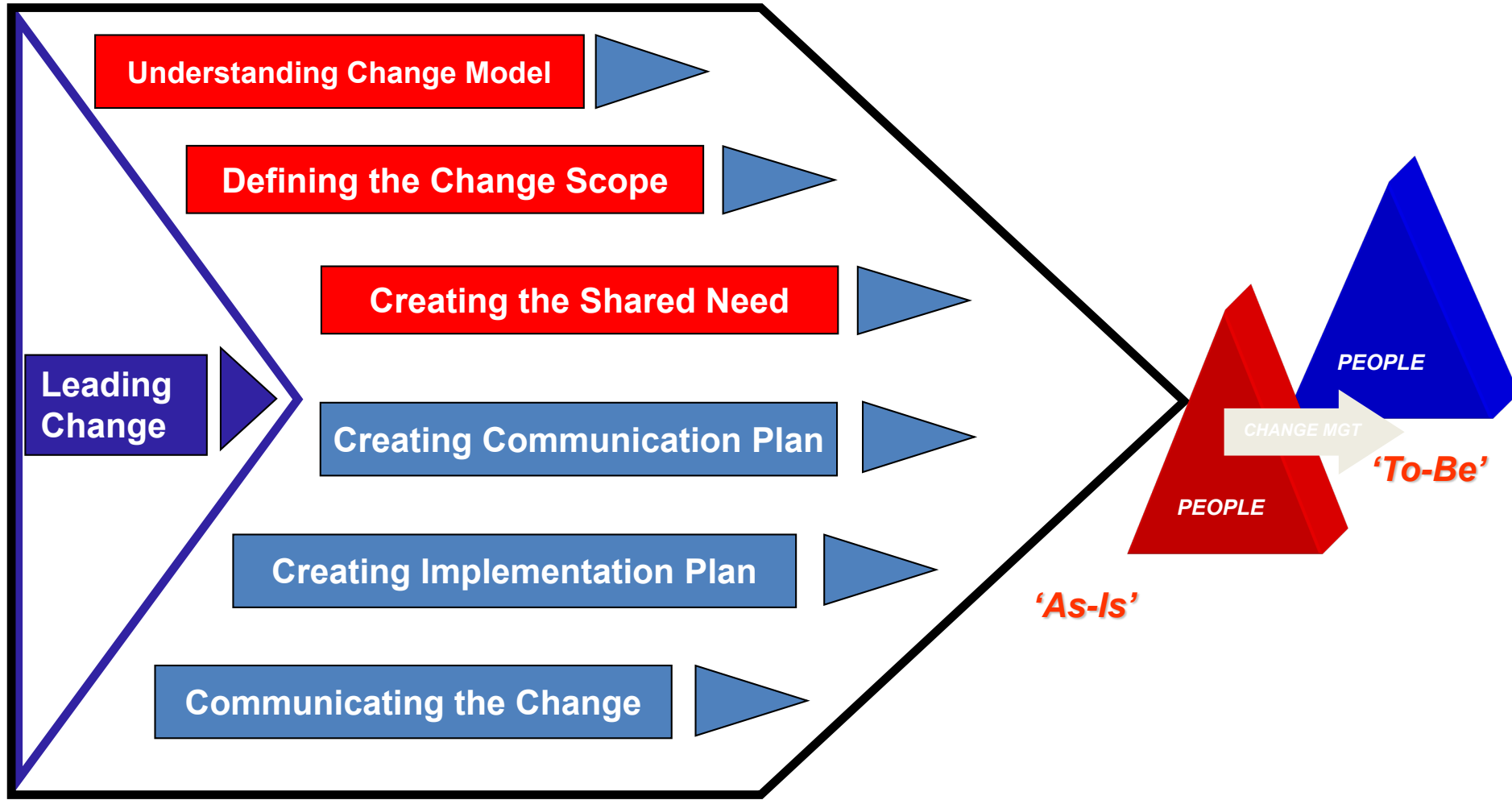
MODUL 4

Creating the Shared Need

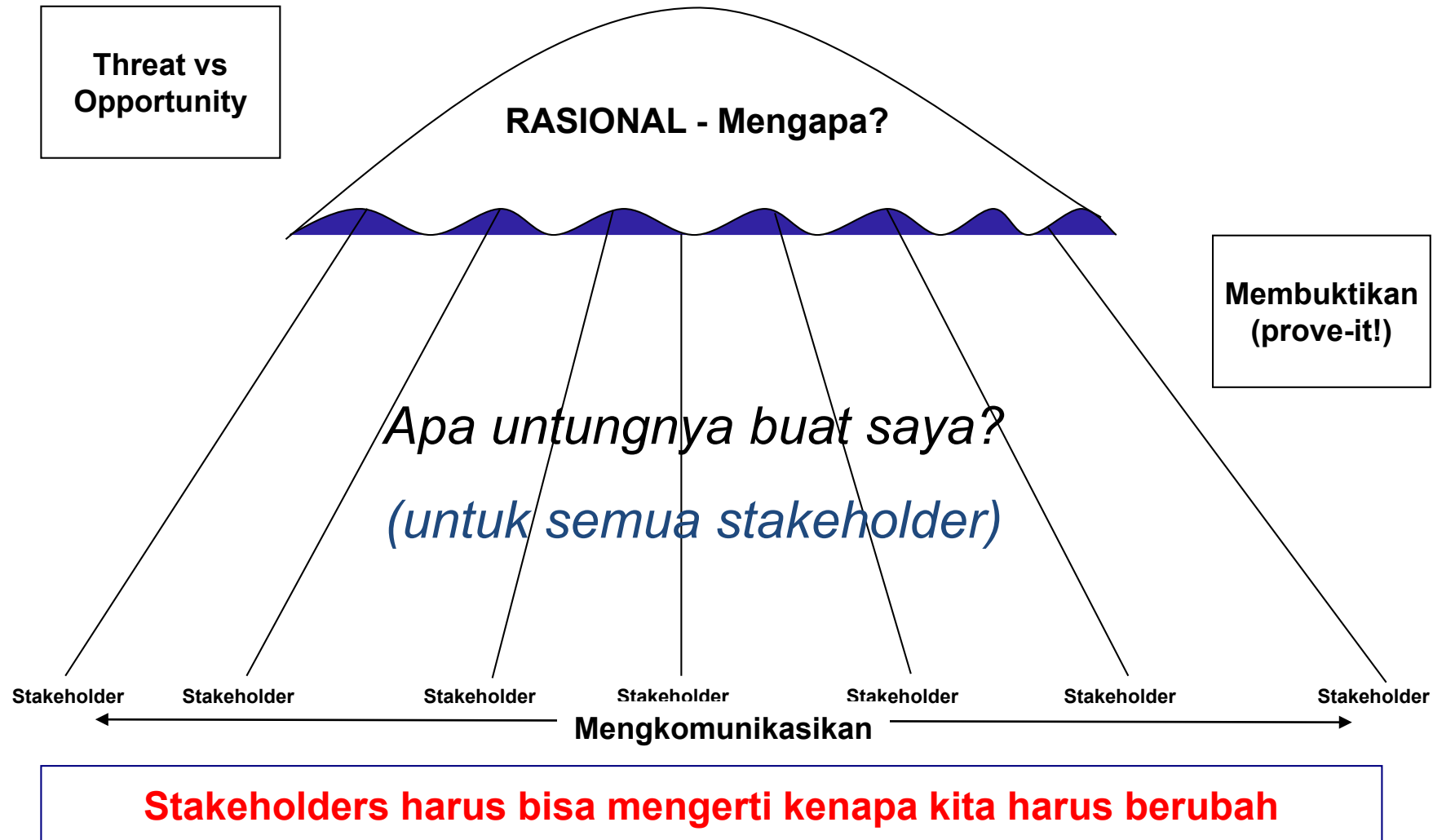


1 Minute of Treasure Hunt

- Tunjukkan benda yang ukurannya **lebih kecil dari kuku Anda**
- Tunjukkan benda **berwarna kuning** yang Anda miliki di ruangan Anda
 - Tunjukkan **benda yang usianya lebih tua** dari Anda
 - Tunjukkan benda **non-elektronik** yang mengeluarkan bunyi



Creating the Shared Need





Stakeholders adalah semua orang yang akan **terdampak oleh perubahan dan juga memberikan dampak** pada perubahan.

Dukungan aktif, dukungan dan perubahan perilaku mereka sangat dibutuhkan untuk **dan penerapan dan perubahan yang sukses dan berkelanjutan**

Identifikasi Stakeholder (disepanjang perubahan)

Identifikasi Stakeholder adalah usaha untuk mengidentifikasikan **audiens/kelompok yang terdampak oleh perubahan**. Informasi ini akan digunakan untuk **mengelola penolakan**

Langkah:

- Identifikasikan **kelompok yang terdampak** oleh aktivitas/usaha perubahan
- Di awal, stakeholders dapat di kelompokkan lebih umum, tetapi **semakin lama harus semakin spesifik**, setidaknya dapatkan **nama orang paling berpengaruh** di masing-masing kelompok.

Contoh:

- Voice & Data Marketing Managers
- Marketing Analysts
- Sales VP
- Pre-sales Sales Managers
- SME Sales Managers
- Enterprise Sales Managers
- IT Analysts
- Learning & Development
- CRM Sponsor & Project Manager
- HR Business Partners

Innovation Project

- **Latar Belakang**
- **Sasaran**
- **Masalah & Analisis Masalah**
- **Rencana Tindakan**
 - *Rincian Rencana Tindakan*
 - *Rencana Contingency*

Threat vs. Opportunity Matrix

	Ancaman	Peluang
Short-Term	<p><i>Jika kita tidak berubah...</i> <i>Margin yang lebih tipis</i> <i>Kompetisi meningkat</i> <i>Mengecilkan pasar</i></p>	<p><i>Jika kita berubah....</i> <i>Nilai pesanan lebih tinggi</i> <i>Margin lebih tinggi</i> <i>Pertumbuhan market</i></p>
Long-Term	<p><i>Jika kita tidak berubah...</i> <i>Mubazir</i> <i>Harga pasaran melemah</i> <i>Tidak dapat menerapkan strategi</i></p>	<p><i>Jika kita berubah...</i> <i>Pertumbuhan – lebih banyak pesanan</i> <i>Kesempatan karir meningkat</i> <i>Peluang akuisisi</i></p>

Digunakan untuk:

- Mendapat persetujuan secara **rasional**
- Membantu membangun “**kasus proyek perubahan**”.
- Mematahkan pola dari orang-orang yang hanya melihat dari **ancaman perubahan saja**
- Mengidentifikasi **key drivers** untuk perubahan

Membuktikan (‘Prove-It!’)

Tabel ini membantu untuk **mengidentifikasi sumber bukti yang diperlukan agar stakeholders dapat menerima faktor rasional/pendorong** perubahan yang ada, dan membantu menimbang informasi macam apa yang akan mempengaruhi audiens yang pastinya akan berbeda.

(Contoh)

Kategori	Bukti
Waktu / Informasi - data, fakta perbandingan, statistik - internal atau eksternal	Return on investment, profit margins Market share Jumlah kompetitor; market share Trend, populasi
Contoh - best practices, contoh, cerita - benchmark - pilot project	Contoh dari perusahaan lain Artikel bisnis Kunjungan ke tempat pilot project
Kepemimpinan - berperilaku dengan cara yang baru - meminta perubahan - bertindak sebagai role model	Meeting yang berkualitas Mengaitkan perilaku baru dengan kompensasi

Breakout Room: Define Shared Need

	Ancaman	Peluang
Short-Term		
Long-Term		

Pikirkan siapa saja kelompok stakeholder yang akan terdampak karena sebuah projek perubahan, buat matrix treat vs opportunitynya, lalu buat table prove it! Untuk mendukung membuktikan key drivers perubahannya

