

تتسم الرسالة الفعالة بعدة خصائص أساسية لضمان تحقيق أهداف المنظمة، وهي: 1. \*\*القابلية للتحويل:\*\* يجب أن تكون قابلة للتحويل إلى خطط وسياسات وبرامج عمل ملموسة لتعزيز ثقة العملاء، وتجنب الوعود الجوفاء. 2. \*\*الواقعية والموضوعية:\*\* تتطلب إمكانية تطبيقها والاستفادة القصوى من الإمكانيات والموارد المتاحة للمنظمة. 3. \*\*التكيف مع البيئة:\*\* عليها أن تحافظ على صلتها بالبيئة المحيطة، وتراعي ظروفها الحالية وتوقعاتها المستقبلية. 4. \*\*التوجه نحو السوق والعملاء:\*\* ينبغي أن تتوجه نحو ظروف السوق وحاجات شرائح العملاء وخصائصهم، مع الأخذ بقواعد السوق. 5. \*\*وصف تحقيق النتائج:\*\* يجب أن توضح كيفية تحقيق المنظمة لنتائجها المرجوة من خلال أنشطتها وعملياتها ومنتجاتها ومنافعها. 6. \*\*تحقيق التكامل:\*\* تعمل على تحقيق التكامل بين أجزاء المنظمة ووحداتها، شاملة المستويات الاستراتيجية الكلية ووحدات الأعمال والوظيفية. 7. \*\*الوضوح والدقة:\*\* تتطلب وضوح المعاني ودقة التعبير لتكون مفهومة لجميع الأطراف، مع الإيجاز الذي يسهل تذكرها. 8. \*\*الارتباط بالقيم والفلسفة:\*\* يجب أن ترتبط بقيم المنظمة ومعتقداتها وفلسفتها، لتعكس أيديولوجيتها الفكرية ونمط إدارتها السائد. 9. \*\*الانسجام مع الأهداف الاستراتيجية:\*\* تتسم بالانسجام مع الغايات والأهداف الاستراتيجية، مصاغة بكلمات دقيقة تحدد الاتجاه المطلوب. 10. \*\*مراعاة الديناميكية المستقبلية:\*\* ينبغي أن تراعي ديناميكية التنظيم وممارساته المستقبلية، بما يشمل التوسع والنمو في المنتجات والأسواق والعملاء.