

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.