

INDEED. #1

NEWS

**Komunikuję się perfekcyjnie.
To oni nie rozumieją**
Paweł Bochnowski

Bohater miesiąca
Zespół Indeed

Piwo Między Projektami
event dla PMów



Budżetowy koniec roku
- jak najlepiej go wykorzystać



SPIS TREŚCI

- 03_** Komunikuję się perfekcyjnie. To oni nie rozumieją
- 06_** Rozkład jazdy
- 07_** Piwo Między Projektami
- 08_** Bohater Miesiąca
- 11_** Szkolenia i Warsztaty
- 12_** Koniec roku

WSTĘP

Drogi czytelniku,

Zespół Indeed powstał z misją dzielenia się wiedzą oraz dobrymi praktykami biznesowymi. Dlatego postanowiliśmy rozpocząć wydawanie miesięcznika, który pomoże nam jeszcze lepiej realizować postawione cele. Chcemy tu pokazywać ciekawe osoby, historie sukcesu, przydatne narzędzia oraz wszystko to, co może pozytywnie wpłynąć na Waszą pracę.

Oczywiście zgodnie z dobrymi praktykami rozwoju produktów, pierwszy numer traktujemy jako MVP*. Wszystkie następne będziemy rozwijać w oparciu o Wasz feedback i sugestie. Mam nadzieję, że taka forma przypadnie Wam do gustu. Smacznego! ☺

“Redaktor” Szymon Górnik
założyciel Indeed





KOMUNIKUJĘ SIĘ PERFEKCYJNIE. TO ONI NIE ROZUMIEJĄ

PAWEŁ BOCHNOWSKI - EKSPERT INDEED

Komunikowanie się jest jedną z pierwszych umiejętności jakie nabywamy. Na długo przed tym jak nauczymy się chodzić, sprawiamy by inni robili to, co chcemy.

Już w kołysce, dzięki odpowiednim sygnałom, dajemy znać najbliższym (zazwyczaj rodzicom i dziadkom) czego potrzebujemy. Jednocześnie działając na nerwy reszcie otoczenia (tj. rodzeństwu i sąsiadom). Oczywiście, często pozostajemy niezrozumieni w 100%, ale większość rodziców rozróżnia płacz mówiący „głodny jestem” czy „nudzi mi się, baw mnie”, od tego oznaczającego „wkurza mnie świat z niewyspania” i „zabierz tę cholerną kolkę”.

Znaczna część czołowych uczelni w kraju oferuje studia podyplomowe z komunikacji w biznesie. Liczbę książek o komunikacji na sklepowych półkach przebija już chyba tylko temat jak być liderem. Mimo tego, że zaczynamy kształcić tę umiejętność jako jedną z pierwszych w dorosłym życiu i kontynuujemy jej rozwój niemal przez całe nasze zawodowe życie, to nadal według badań większość projektów nie odnosi sukcesu, właśnie przez wzgląd na błędy komunikacji.

Dlaczego wciąż tak kiepsko sobie radzimy w kontekście komunikacji biznesowej?

Na podstawie swojego doświadczenia i pracy z klientami, upatruję przyczyn w kilku elementach, których można uniknąć stosując proste zasady.



1. PRZECIEŻ CI O TYM MÓWIŁEM.

Mówi się, że w obecnym świecie przyswajamy w ciągu doby tyle informacji, co przeciętny człowiek w średniowieczu przez całe swoje życie. Dlatego też musimy przebić się z naszymi komunikatami przez szum informacyjny, który nasi współpracownicy otrzymują każdego dnia.

Dlatego powinniśmy zadbać, by nasz komunikat się wyróżnił. Możemy to osiągnąć przekazując go w ramach spotkania 1-1. Wówczas osoba będzie skupiona niemal wyłącznie na rozmowie z Nami.

Natomiast jeśli nie ma takiej możliwości zadbajmy, by odbiorca wiedział, która część komunikatu jest dla niego najważniejsza. Wystarczy, że zwrócimy się do niego po imieniu w odpowiednim momencie. Działa to wyśmienicie nie tylko w trakcie spotkań/telekonferencji, lecz również w komunikacji pisanej. Zadania/informacje dla konkretnej osoby warto rozpocząć od nowej linii i jej imienia (ja dodatkowo zawsze je wyboldowuję i podkreślam).

Warto również uatrakcyjnić nasz przekaz, tak jak robią to specjaliści od marketingu

wielkich korporacji. Zwykle już zastosowanie banalnego schematu komunikatu AIDA zwiększy efektywności komunikacji.

2. POWIEDZIAŁEM CI O TYM, MIĘDZY ROZMOWĄ O POZIOMIE WODY W ODRZE A PRZEPISEM NA SERNIK.

Niestety bardzo często spotykałem się z tym, że w zespołach nie było wydzielonego czasu na rozmowę o sprawach ważnych. W efekcie tego managerowie „wrzucali” zadania pracownikom w trakcie, gdy Ci mieli głowy zaprzątnięte dyskusją np. o remoncie mieszkania lub spieniali sobie mleko do kawy. Wszystko powinno mieć swój czas i miejsce. Dlatego też osoby pracujące z domu często wydzielają sobie w nim „biuro”, co według badań jest istotne ze względu na higienę pracy. Postuluję więc do Was, byśmy pozostawili przestrzeń socjalne w firmie do socjalizowania się, a przestrzeń do pracy niech nam służy do pracy.

Innym przykładem niedopasowania miejsca do komunikatu jest poruszanie jakiegoś tematu, bo zobaczywszy kogoś (np. na korytarzu) nasz mózg przypomni nam, że mieliśmy do tej osoby jakąś sprawę. Jednak w większości te osoby również miały myśli zaprzątnięte czymś innym. Dlatego, aby zwiększyć szansę zapamiętania u naszego rozmówcy, warto, by w ślad za takim komunikatem „przy okazji”, wysłać np. wiadomość e-mail precyzując o co nam chodzi.

Gdzie wobec tego powinniśmy się komunikować? Jeśli chodzi o swój stały zespół współpracowników, idealnie nadają się do tego daily do komunikacji zbiorowej (znane m.in. z framework’u Scrum) lub gamba walk do komunikacji 1-1 (często stosowane narzędzie Lean w produkcji). Obie te techniki

zalecane są do realizacji na początku dnia pracy, gdyż wówczas, łatwiej jest zaplanować dodatkowe działania w ciągu dnia.

3. ALE O CO WŁAŚCIWIE CHODZI?

Niestety bardzo często nie mamy sprecyzowane „po co?” z daną osobą się komunikujemy. Chciałoby się wykrzyknąć za Simonem Sinek’iem „Zaczynij od **dłaczego?**”. **Dłaczego** wysyłasz raport o postępach w tym projekcie do tej konkretnej osoby? **Dłaczego** chcesz, by znała jego status? **Dłaczego** potrzebujesz jej pomocy? **Dłaczego** miałyby Ci pomóc?

Niestety w dobie nieskończonych list adresatów „DW” każdego maila, coraz rzadziej zastanawiamy się jaki jest cel naszego komunikatu. Co chcemy dzięki niemu osiągnąć? Jak ma się dana informacja przełożyć na naszą pracę?

Dlatego kiedykolwiek zapraszasz ludzi na spotkanie, wysyłasz maila czy wiadomość grupową, zastanów się, czy każdy z adresatów rzeczywiście przybliży cię do celu. Następnie postaraj się wyrazić możliwie klarownie i przejrzysto „**dłaczego**” się komunikujesz z tymi osobami. Jeśli tego nie zrobisz, Ty może i będziesz wiedział co chciałeś przekazać, ale Twój odbiorcy już niekoniecznie.

Dzieje się tak dlatego, że bardzo często doprowadzamy do przeładowania poznawczego, które bada Richarda E. Mayer. Zасыpujemy odbiorców komunikatu taką ilością informacji, że ich mózgi zwyczajnie nie są w stanie tego przetworzyć. Czy rzeczywiście musisz wspominać o całej historii przedsięwzięcia? Czy niezbędne jest zaprezentowanie wszystkich wariantów działań? Zadbajmy więc, by nasze oczekiwania względem

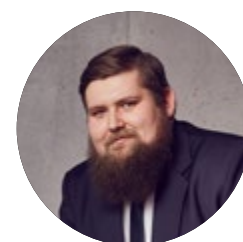
odbiorcy były jasne i klarowne. Idealnie gdy możemy je podsumować jednym zdaniem tzw. call to action.



CO DALEJ?

Powyższe błędy są najczęstszymi, które spotykam w pracy z klientami. Oczywiście jest ich całe spektrum i nie sposób omówić je wszystkie w ramach jednego krótkiego artykułu. Ważne jednak byśmy pamiętali, że za to jak odbierany jest nasz przekaz odpowiadamy My, nie odbiorcy. Jeśli chcecie dowiedzieć się więcej, zapraszam do kontaktu lub na szkolenie „*Narzędziownia PM’a, czyli twardo o umiejętnościach miękkich*” gdzie również przepracujemy techniki poprawiające komunikację.

Pracujmy nad sobą i rozwijajmy nasze umiejętności komunikacji!



Paweł Bochnowski
ekspert Indeed

ROZKŁAD JAZDY

17.10 ·  ····· **PMP® Prep**

czyli skuteczne przygotowanie do egzaminu

- **Grzegorz Szałajko**



SPRAWDŹ

26.10 ·  ····· **PIWO MIĘDZY PROJEKTAMI**

czyli spotkanie nie tylko dla project managerów



SPRAWDŹ

29.10 ·  ····· **EQ - Inteligencja Emocjonalna**

czyli jak ułatwić sobie kontakty z innymi

- **Sylwia Dąbrowska**



SPRAWDŹ

24.11 ·  ····· **NARZĘDZIOWNIA PMa**

czyli twardo o umiejętnościach miękkich

- **Paweł Bochnowski**



SPRAWDŹ



PIWO MIĘDZY PROJEKTAMI

Istnieją dwie najważniejsze korzyści ze wszystkich wydarzeń branżowych, bez względu na ich temat czy wielkość. Są to możliwość poznania niezwykłych osób oraz okazja do zainspirowania się ciekawym tematem, który może ułatwić naszą pracę. Dlatego na te dwa aspekty położyliśmy największy nacisk organizując "Piwo Między Projektami".

Spotkania zaczynamy od dwóch 15-minutowych prelekcji, które zainspirują uczestników. Druga część spotkania to rozmowy w mniejszych grupach przy stolikach tematycznych prowadzonych przez specjalistów (zaproszonych gości). Dzięki temu o wiele łatwiejsze staje się nawiązanie nowych znajomości. Są to osoby, które w pracy mają podobne wyzwania i możecie sobie nawzajem pomóc, opowiadając o swoich doświadczeniach.

WEŹ UDZIAŁ

Czekamy też na Twój temat do sesji Round Tables
kontakt@indeed.best



Sylwia Dąbrowska

Inteligencja Emocjonalna



Tomasz Kopczyński

Myślenie Systemowe



BOHATER MIESIĄCA ZESPÓŁ INDEED

▲ ZESPÓŁ MOŻE WIĘCEJ

Jest za dużo przykładów ze świata sportu, biznesu czy nauki, by zignorować wartość dodaną jaką tworzy dobrze zgrany zespół. Uzupełniając się, współpracując ze sobą z pełnym zaufaniem - grupa ludzi, która idzie ze sobą zarówno na wojnę, jak i na weekendowe podboje. Wspólnie mogą zdecydowanie więcej, niż gdyby działali osobno. Nawet w najlepszej formie i pewnie dlatego jest to wartość, której nie da się podrobić, a można ją tylko sumiennie wypracować. Na co zatem warto zwrócić szczególną uwagę przy temacie pracy zespołowej?

▲ 1. OSOBOWOŚĆ

Nie ma dwóch identycznych osób, dlatego też nie ma dwóch identycznych zespołów - mówi **Sylwia Dąbrowska**, ekspert Indeed. Typ osobowości człowieka bezpośrednio przekłada się na współpracę w zespole. Najbardziej chciałabym podkreślić fakt, że nie ma lepszej lub gorszej osobowości, każda wnosi korzyści i ma swoje ograniczenia. Trzymając się tego rozróżnienia w pierwszej kolejności nasuwa się podział na ekstrawertyków i introwertyków. Introwertycy są bardziej konkretni, zwracają większą uwagę na szczegóły, na plan i jego realizację krok po

kroku, brakuje im czasem odwagi, podjęcia ryzyka do zrobienia czegoś zupełnie nowego dla nich, wyrażenia opinii, podania pomysłu, zanim skrupulatnie go nie przemyślą. Z kolei ekstrawertycy są pełni pomysłów, gestykulacji, ekspresji, działają w imię ogółu, mniejszą wagę przywiązując do szczegółów, brakuje im uporządkowania i często wprowadzają chaos w pracach zespołu. Zespół składający się tylko z introwertyków będzie uporządkowany, lecz mało kreatywny, odwrotnie w przypadku ekstrawertyków. W takich jednostronnych określeniach osobowości należy wziąć także pod uwagę fakt, iż jako ludzie zachowujemy się różnie w zależności od sytuacji i kontekstu. Podział na typy osobowości ma wspomóc pracę zespołową, ale nie może jej ograniczać do jednego, niezmiennie przypisanego typu zachowania. Należy je traktować jako wsparcie, z odpowiednim dystansem do oceny każdego człowieka.

2. WSPÓLNY CEL

Wspólny cel może być jak dopalacz nitro w samochodach wyścigowych, który od razu dodaje mocy - mówi **Marek Bugiel**, ekspert Indeed. Aby tak było musi być spełniony szereg warunków.

Zacznijmy jednak od spojrzenia na zmianę jaką jest definiowanie celu na poziomie zespołu, zamiast na poziomie osoby.

Cel zespołowy powoduje, iż albo wykonaliśmy zadanie jako zespół, albo nie. Zachęca on do współpracy, zamiast zgrywania bohatera.

Kilka tygodni temu oglądałem z synami bajkę Wojny klonów - Star Wars. Był tam pokazany bardzo dobry przykład wspólnego celu. Podczas szkolenia klonów jeden z zespołów nie mógł

przejsć szkolenia. Powodem była postawa dwóch najlepszych klonów, którzy zgrywali bohaterów, ignorując resztę zespołu. Dopiero kiedy zrozumieli, iż cel nie jest indywidualny, ale zespołowy, zaczęli współpracować z resztą i przestali zgrywać bohaterów. Od tego momentu ta grupa klonów zaczęła działać jako zespół.



Na tym etapie wspólny cel na poziomie zespołu ukierunkowuje nasze wysiłki. Zamiast zgrywania bohaterów pomagamy sobie nawzajem, dzięki czemu relacje w zespole się poprawiają i zespół się rozwija. Dodatkowo jesteśmy w stanie zrobić więcej, ze względu na mechanizm synergii.

Wykorzystujemy lepiej nasze mocne strony. Aby wspólny cel był dopalaczem potrzeba jednak czegoś więcej.

Dopalacz włącza się, gdy cel istnienia organizacji zgodny jest z moim własnym celem. Wtedy już nie tylko mamy efekt synergii, ale dodatkowo robię to, w co wierzę. Więc, niejako pracuję dla siebie, aby to realizować.

3. OTWARTOŚĆ

Najnowsze trendy zarządzania pokazują, jak wielką wartość niesie wewnętrzna transparentność. Nie tylko na poziomie zespołów, ale też całych organizacji - mówi **Szymon Górnik**, założyciel Indeed. Dużo się mówi o samoorganizujących się zespołach, które zróżnicowane pod kątem kompetencji, są w stanie przenosić góry. Zgadzam się z tym stwierdzeniem, ale nie możemy zapominać o fundamencie takich zespołów jakim jest pełna otwartość. Czy to rozumiana pod kątem dostępu do informacji, czy na przykład, jako poczucie realnego wpływu na prowadzone projekty. Zespoły, w których panuje taka kultura współpracy, są zdecydowanie skuteczniejsze, a na pewno są bardziej elastyczne i szybciej potrafią reagować na zmiany biznesowe. Dużą wartością jest wtedy sama przyjemność z pracy. Bo przecież jeśli widzimy, że wnoszą wartość do pracy i codziennie uczymy się od pozostałych członków zespołu, to o wiele bardziej prawdopodobne, że pracę będziemy traktować jak coś, co sprawia mi przyjemność.

Pełna transparentność potrafi być bardzo dużym wyzwaniem dla wielu organizacji, które były przyzwyczajone bardziej do narzucania i kontrolowania, niż do współpracy bez względu na hierarchię. Dlatego tak wiele firm przechodzi obecnie transformację pod tym kątem. A pozostałe? Przecież nie muszą się zmieniać, przetrwanie na rynku nie jest obowiązkowe.



■ CZY TAK ZROBILIŚMY W ZESPOLE INDEED?

Zdecydowanie tak. Już na etapie tworzenia zespołu braliśmy bardzo mocno pod uwagę dopasowanie pod kątem osobowości. Pomimo tego, że każda z osób jest specjalistą w swojej dziedzinie i indywidualistą, można zauważyć kilka cech osobowości, które nas wszystkich łączą. Mamy bardzo jasno określony cel, w który wszyscy jesteśmy zaangażowani. Przykładamy bardzo dużą wagę do jakości oferowanych przez nas usług i wierzymy, że uda się stworzyć nową jakość na skomplikowanym rynku szkoleniowym, najpierw w Polsce. Przy realizowaniu głównych celów przychodzi nam z pomocą ogromna otwartość w zespole. Dzięki niej możemy zawsze liczyć na wartościową informację zwrotną i nie boimy się próbować nowych rzeczy.

2 + 2 = 6

SZKOLENIA I WARSZTATY

Korzystając z wachlarza specjalizacji naszych ekspertów, kompleksowo wspieramy rozwój organizacji, zespołów czy liderów oraz usprawniamy prowadzone projekty. Zobacz nasze szkolenia, lub skontaktuj się z nami, by zaplanować rozwój kompetencji zawodowych Twoich pracowników.

SPRAWDŹ NASZE SZKOLENIA I WARSZTATY

MANAGER

- ▶ FIRST TIME MANAGER
- ▶ PPPM4E
- ▶ EQ
- ▶ NEGOCJACJE
- ▶ MANAGEMENT 3.0
- ▶ PRZYWÓDZTWO

PROJEKTY

- ▶ PMP
- ▶ NARZĘDZIOWNIA PMA
- ▶ SCRUM
- ▶ ZARZĄDZANIE RYZYKIEM
- ▶ ZARZĄDZANIE INTERESARIUSZAMI
- ▶ PRODUCT OWNER



ZESPÓŁ

- ▶ EFEKTYWNA KOMUNIKACJA
- ▶ BUDOWANIE ZESPOŁÓW
- ▶ DESIGN THINKING
- ▶ FACYLITACJA
- ▶ KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA

ORGANIZACJA

- ▶ MYŚLENIE SYSTEMOWE
- ▶ SPRZEDAŻ RELACYJNA
- ▶ EMPLOYER BRANDING
- ▶ STRATEGIA MARKI

KONIEC ROKU BUDŻETOWEGO, JAK GO NAJLEPIEJ WYKORZYSTAĆ

W ostatnim kwartale, wiele firm orientuje się o jeszcze dostępnych budżetach, dlatego jest to pracowity okres dla firm prowadzących szkolenia. Taką sytuacją często pociąga za sobą konsekwencje w postaci szybkiego tempa współpracy, braku czasu na dokładną analizę potrzeb (indywidualną dla każdej organizacji) czy pominięcia wywiadów z pracownikami. Tylko dlatego, że ważniejsze staje się rozdysponowanie dostępnych środków. W ogóle nie bierze się pod uwagę wartości, jaką to szkolenie ma dostarczać pracownikom jaki jest cel i co ma być jego efektem? Na to w tym momencie nie ma czasu, ponieważ liczy się budżet wydany w określonym czasie oraz szybkie dostarczenie usługi **z uwagi na procedury księgowo**.

Indeed inaczej podchodzi do kwestii przygotowania szkoleń, nie tylko pod koniec roku kalendarzowego. Dla nas liczy się rozwój kompetencji zawodowych pracowników, który idzie w parze z kierunkiem rozwoju całej organizacji - a w takim przypadku konieczne jest dokładne przygotowanie. Jeśli chcesz dobrze zrealizować budżet, który Ci został powierzony na 2018 rok i chcesz dać realną wartość uczestnikom, a dodatkowo sprostać wymaganiom księgowym - odezwij się do nas.

Pomożemy Ci w organizacji szkoleń, które dadzą o wiele więcej niż oczekujesz.

Gift
VOUCHER **-15%**

Rabat -15% dotyczy wszystkich szkoleń oraz warsztatów.
Rabat udzielany jest po kontakcie z nami na hasło "Szkolenia Indeed". Oferta ważna do 31.12.2018 r.
Na wszystkie pytania odpowiemy podczas rozmowy.

SUBSKRYBUJ MAGAZYN

www.indeed.best