

PANASZKÖNYVEK HELYETT: MI MEGY JÓL?

válassz

2016-06-15 14:00

Egy hazai pénzügyi vezetői egy éve ilyenkor még nyakig ültek a slamasztikában. Szétfolytak az értekezletek, olykor órákig tartott egy-egy megbeszélés, rabolták egymás idejét, rossz hangulatban, alacsony hatékonysággal.

A motivációt különösen visszavetette, hogy már több „értekezletfejlesztő” projekt volt a hátuk mögött, számos tréner mondta meg a csapatnak a „tutit”, elméletben minden érintett tudta, miképpen kell jó meetinget tartani - csak éppen kevesen csinálták.

KISIMULT ARCOK

Ekkor a hr-vezetés coachokat hívott. Azt szerették volna, hogy üljenek be a megbeszélésekre, és intsék le azokat, ha „rossz irányba” mennének. A jó értekezlet ismérveként három tényezőt határoztak meg. A hatékonyságot (elvégezzék, amiért összejöttek), eredményességet (amit elhatároznak, az meg is valósuljon), valamint a jó hangulatot.

Tegyi Enikő, a megoldásközpontú brief coaching módszerrel dolgozó Solutionfocus vezetője kollégájával, Levendel Áronnal mást javasolt. Minthogy a problémák hosszas elemzése, felelősök keresése idegen a megoldásközpontú megközelítéstől, a programban többek között azt kérték, hogy az értekezlet tagjai válasszanak megfigyelési szempontot a saját értekezletükre. Ezt követően ők is, és a coach is azokat az elemeket gyűjtse össze - skálázza is -, amelyek a kiválasztott szempontok alapján már jó mennek. „Azt vetettük fel, mi lenne, ha a fókusz arra kerülne, amit fejleszteni akarunk, amit el akarunk érni. Az első reakció a szemráncolás volt. Később, a munka során aztán csillogó szemek, kisimult arcok jelezték, mennyivel komfortosabb, sőt, lelkesítőbb érzés volt számukra azokat a tényezőket megfigyelni, amelyek máris jól működnek” - emlékszik vissza Tegyi Enikő.

MELLBEVÁGÓ

Sokan - több, mint hatvanan - kitöltötték az erre vonatkozó kérdőívet, ami azért fontos, mert aki leírta, hogy mi megy jól, az ezzel a lépésével már tudatosította, mit hogyan fog csinálni a következő értekezleten, méghozzá jól - teszi hozzá. A munkatársak a cél elérése érdekében 12 pontot határoztak meg - például: pontos kezdés, az időkeretek tartása, mindenki hozzájárul, befejezés előtt összefoglaló, precíz jegyzőkönyv. Ezt a listát minden értekezlet szobába kitétték, az egyes pontok mellé skálát írtak. Az megbeszélések minden résztvevője más-más pontot ellenőrzött az értekezletek alatt, majd a végén pontozta a skálán, mennyire sikerült aznap az adott elemet teljesíteni. Az eredmények elég hamar jelentkeztek: csupán azzal, hogy odafigyeltek arra, hogy jól, az általuk összegyűjtött ismérvek szerint menjenek az értekezletek, azok időtartama 5-10-25 perccel rövidült le. Ez mellbevágó volt. A projekt másfél hónapját követően 10-15 százalékot emelkedtek a meghatározott, mért értékek (hatékonyság, eredményesség, hangulat). Mindez azért lényeges, mert az értekezletek minden szervezetben alapjaiban határozzák meg az interakciók, visszajelzések kultúráját, a fókuszot, az energiaszintet.

NAGYKÖVETEK JELENTENEK

Ugyanezen logika alapján fogtak neki megoldásközpontúan az értékesítési kultúra átalakításának egy ideje óta jelen lévő multinacionális hipermarket hálózat néhány üzletében. A kiszolgálás minőségét, kultúráját szerették volna javítani. A hangsúly ott is arra került, mi az, amit már jól csinálnak. A felső vezetés önként jelentkező „nagykövete” kért, akik arra vállalkoztak, hogy azt figyelik, ami már jól megy. Egymásnak ezekről a pozitívumokról adtak visszajelzéseket. Egy panaszkönyvek fémszelepe környezetben nagyon sok energiát adtak a munkatársaknak az egymástól, illetve a vásárlóktól kapott pozitív visszajelzések. „A változás elindításának energiatakarékos és energizáló módja, ha kiderítjük, mi az, ami már most jól megy - és aztán ebből elkezdenek többet csinálni. Ez ilyen egyszerű. Szemben azzal, ha kinyomozzuk, mi megy rosszul, miért, ki tehet róla és nagy erővel ezen próbálunk változtatni” - jegyzi meg Tegyi Enikő.

A projekt 3-4 hónapig tartott, annak során sok minden változott. Ilyenkor nemcsak a kitűzött cél kapcsán történik elmozdulás, hanem abban is, ahogyan az emberek elkezdnek egymáshoz viszonyulni. „Erős kultúraformáló ereje van annak, hogy interakciókat generálunk, amelyekben azt figyeljük, hogy mi magunk meg a másik mit csinál jól, és ezt szervezett visszajelzés során kommunikálják az érintettek” - hangsúlyozza.

GYORSAN TERJED

E szemléletmóddal - négy másik coaching irányzat mellett - a hazai coachok negyven százalékát képzett Business Coach Kft végzett coachok számára indított továbbképzésén is megismerkedhetnek az érdeklődők. A brief megközelítés emellett már a felsőoktatásban is fokozatosan megjelenik. A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem hallgatói körében nagyon népszerű volt az elmúlt ősszel a megközelítés, de ősztől a Budapesti Corvinus Egyetem angol nyelvű képzésének is része lesz e módszer. A Magyar Pszichológiai Társaság ugyancsak felfigyelt rá: szervezeti pszichológusok számára érzi fontosnak e módszer megismertetését.