



Ownership mindset – kotwica zaangażowania i odpowiedzialności za organizację.

Oferta programu doradczo – szkoleniowego
Czas trwania – do omówienia

program autorski 'Centrum Kształcenia Psychologicznego, Progenja' do użytku wewnętrznego (ochrona prawna zgodnie z Dz. U. z 1994r. Nr. 24, poz. 83 z dn. 04.02.94 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych.)

Rationale:

Program szkolenia „Ownership mindset – kotwica zaangażowania i odpowiedzialności za organizację” wykorzystuje wiedzę nie tylko ostatnich dziesięcioleci i ma na celu budowanie postawy poczucia bycia współwłaścicielem firmy wśród jej pracowników. Punktem wyjścia są istotne elementy nastawienia właścicielskiego bowiem **Ownership - Właściciel** nie tylko utożsamia się ze swoją firmą, ma świadomość wagi podejmowanych decyzji ale i jest odpowiedzialny za jakość jej funkcjonowania, silnie angażując się w działania. Efektem jest radość i satysfakcja z kolejnych etapów rozwoju organizacji oraz duma z osiągnięć. Owe sukcesy stanowią nie tylko o materialnych korzyściach, ale i dalszym budowaniu siły firmy i jej rozwoju. Pozytywne sprzężenie zwrotne staje się swoistego rodzaju perpetuum mobile jakości działania firmy.

Wyniki badań wskazują, że zaangażowanie pracowników i poczucie odpowiedzialności za wyniki firmy macierzystej wynoszą ok 60%, odbijając się na efektywności działań a więc stanowiąc konkretną stratę dla firm. Stąd propozycja zmiany nastawienia pracowników do ich funkcjonowania firmie poprzez analizę potrzeb, dedykowane, zindywidualizowane treści szkoleniowe trafiające w punkt.

W przypadku kadry managerskiej efekt szkolenia **Ownership mindset** rozumiany jest jako doprowadzenie do sytuacji, w której managerowie podejmują decyzje, traktując firmę jakby była ich indywidualną a zarazem wspólną odpowiedzialnością, a ich decyzje finansowe dotyczące firmy miałyby bezpośredni wpływ na ich sytuację finansową, jako „współwłaścicieli”. W nowej sytuacji, każda wydana złotówka jest traktowana jakby uszczuplała własną kieszeń, a poczucie odpowiedzialności za firmę wyrażała się samodzielnym doprowadzaniem spraw do końca w ramach dużej delegacji ambitnych zadań na szczeble poniżej. Program jest wprowadzeniem do budowania trwałej kultury ownership w firmie.



Cel:

Stąd celem i korzyściami szkoleń „Ownership mindset ...” jest

- ⤴ Budowanie postawy zaangażowania i odpowiedzialności oraz wzmacnianie zachowań pracowników, niezależnie od szczebla zatrudnienia, traktujących firmę jakby byli jej współwłaścicielami.
- ⤴ Doskonalenie umiejętności niezbędnych do budowania owego poczucia zależnie od zawodowych zadań (managerowie/ inni pracownicy)
- ⤴ Dostarczenie wiedzy i narzędzi wzmacniających postawę typu ownership, budujących nastawienie (mindset)
- ⤴ Wsparcie we wdrażaniu postawy ownership w życie firmy aż do ... zwycięstwa

cel operacyjny: wypracowanie i wdrożenie action plan.

Przygotowanie szkolenia

Szkolenie oparte na wiedzy zdobytej w nieskrępowanych rozmowach/ankietach (pomiar ownership mindset wraz z ustrukturalizowanym uzasadnieniem swej oceny) z pracownikami wszystkich szczebli firmy. Takie działania umożliwiają zrozumienie realnych problemów i obecnej sytuacji firmy, zdobycie zaufania uczestników szkoleń oraz indywidualizacja szkolenia, by jego efektem było realne wsparcie w trakcie szkolenia.

Celem rozmów jest:

- ⤴ Zrozumienie modelu biznesowego firmy i wynikających z tego zadań / działań uczestników szkolenia
- ⤴ Weryfikacja tezy czy temat szkolenia jest jedną z ważnych odpowiedzi na aktualne wyzwania firmy, czy jest częścią większej całości lub czy wymaga rozwinięcia jego bardziej szczegółowych aspektów
- ⤴ Precyzyjne sformułowanie uświadomionych i nieuświadomionych przez Zarząd celów szkolenia, do których stosuje się termin „ownership”
- ⤴ Poznanie kultury organizacyjnej, stylu menedżerskiego, efektywności komunikacji, struktury organizacyjnej, aktualnego poczucia „własności” w organizacji na różnych szczeblach, zakresu pracy zespołowej, stopnia delegowania odpowiedzialności, poziomu motywacji, itd.
- ⤴ Określenie planowanych, mierzalnych skutków szkolenia
- ⤴ Sformułowanie zarysu action plan po szkoleniu, który byłby ostatecznie uzgodniony przez menedżerów w trakcie szkolenia.

Zarys treści szkolenia dla managerów :

- ⤴ „Rozbrojenie EGO” i uzyskanie pozytywnego nastawienia uczestników szkolenia
- ⤴ Diagnoza sytuacji firmy w kontekście tematu szkolenia (np. omówienie wyników anonimowej ankiety i rozmów, SWOT do tematu szkolenia, itd.)
- ⤴ Cel szkolenia w oparciu o diagnozę sytuacji i plany firmy
- ⤴ Definicja „ownership” w firmie dla różnych stanowisk kierowniczych i ich współzależności w strukturze firmy
- ⤴ Od teorii wiedzy o firmie do praktyki w firmie (zarządzanie zmianą, planowanie, organizacja, performance tracking, delegowanie, systemy wspierające (w tym HR, jako jeden z najważniejszych działów firmy), poziom wiedzy i motywacji, komunikacja, praca zespołowa, itd.)
- ⤴ O Tobie managerze (fazy rozwoju managera, KPI, czyli liczby nigdy nie kłamią, cykl działań managerskich, samoświadomość managera, itd.)
- ⤴ Komunikacja w firmie
- ⤴ Ustalenie Action plan po szkoleniu i osób za niego odpowiedzialnych.

Zarys treści szkolenia dla pracowników :

- ⤴ Wysłuchanie się w potrzeby i uzyskanie pozytywnego nastawienia uczestników szkolenia
- ⤴ Diagnoza sytuacji firmy w kontekście tematu szkolenia (np. omówienie wyników anonimowej ankiety i rozmów, SWOT do tematu szkolenia, itd.)
- ⤴ Cel szkolenia w oparciu o diagnozę sytuacji i plany firmy
- ⤴ Definicja „ownership” w firmie poprzez zadania
- ⤴ Od teorii wiedzy o firmie do praktyki (zarządzanie zmianą, planowanie, organizacja, performance tracking, delegowanie, systemy wspierające (w tym HR, który traktuję, jako jeden z najważniejszych działów firmy), poziom wiedzy i motywacji, komunikacja, praca zespołowa, itd.)
- ⤴ O Tobie pracowniku (Twoja postawa, motywacja, zadania czy obowiązki oraz ewentualne trudności itd.)
- ⤴ Komunikacja w firmie
- ⤴ Pierwsze kroki – przygotowanie do wdrożenia action plan po szkoleniu .

Profil uczestnika

Szkolenie przeznaczone jest dla pracowników firmy różnych szczebli, program jest dostosowany do każdej grupy i prowadzony przez jednego lub dwóch trenerów (zależnie od potrzeb i preferencji).

Metody szkoleniowe

Formą niniejszego szkolenia jest podejście holistyczne do klienta z zastosowaniem mieszaniny consultingu, mentoringu i coachingu wraz z elementami warsztatowymi. Część warsztatowa oparta jest na aktywnym działaniu, stałym pobudzaniu do myślenia, analizie i wnioskowaniu na bazie cyklu Kolba (doświadczenie, refleksja, wnioskowanie i eksperymentowanie). Elementy: dyskusja moderowana, praca indywidualna i w zmieniających się grupach, analiza przypadków, ćwiczenia z omówieniem bazujące na uczeniu się przez doświadczenie (experiential learning), analizę wyników ankiet i wypracowaniem wniosków i konkretnych działań. Przekazanie teoretycznej wiedzy ograniczone jest do niezbędnego minimum. Istotnym elementem jest przekazywanie narzędzi/ metod możliwych do zastosowania po szkoleniu w doskonaleniu określonych umiejętności.

Sylwetki trenerów

(1) Sprawdzony manager, doradca, coach, mentor

Z wykształcenia ekonomista (Szkola Główna Planowania i Statystyki obecnie SGH), z doświadczenia skuteczny manager w dwóch międzynarodowych organizacjach, które prowadził od poziomu start-upu do pozycji lidera w swej branży. Za swoje dokonania jako CEO wielokrotnie nagradzany w rozmaitych konkurencjach: tempa rozwoju, jakości i efektywności funkcjonowania (ROCA), promowania marki czy działań na rzecz pracowników.

Obecnie dzieli się wiedzą i doświadczeniem wspierając firmy w rozwoju, koncentrując się na doradztwie, mentoringu oraz coachingu top managerów. Sprawne zarządzanie ludźmi zawsze budował w oparciu o ścisłą współpracę z działem HR i doбором najlepszych do zespołu z dużym przekonaniem o funkcji umiejętności miękkich, motywowania przez delegowanie i partycypację. Pozostawił po sobie wielu managerów z sukcesem działających w biznesie. Obszary szkoleń i wsparcia: analiza sytuacji klienta, cykl działań managerskich, zarządzanie KPI, motywacja niematerialna, informacja zwrotna (przyjmowanie i dawanie), P&L różnych szczebli, consumer experience, zarządzanie zmianą, cykl rozwoju managera, delegowanie odpowiedzialności, filozofia zarządzania sprawami (matryca Marshalla), planowanie w firmie, system wyznaczania zadań i ocen, przepływ informacji w firmie, soft skills w zarządzaniu. Ma na swym koncie wiele zakończonych sukcesem projektów konsultacyjnych dla firm lokalnych i globalnych, a klienci pochodzą z różnych branż i znajdują się wśród nich takie firmy jak: G-Star, Hunkemoller, Pro Business, NFI Empik, Media & Fashion, Cap Gemini, UBS, Gerson Lehrman Group, MIG są, Euronet, O'Neil Europe i wiele innych. Aktualnie pełni również rolę mentora w projektach Komisji Europejskich.

(2) Psycholog organizacyjny z doświadczeniem managerskim, trener biznesu, coach, kreator - innowator

Psycholog z bogatym doświadczeniem naukowym (PAN) i dydaktycznym (UW, SWPS), z zamiłowania kreator - innowator. Wybitny organizator, psycholog biznesu i coach. Absolwentka wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, specjalizująca się w zestawieniu psychologii i neuronauki (neuroscience). Oś głównych zainteresowań stanowi związek między funkcjonowaniem mózgu a zachowaniem jednostki w szeregu kontekstach od podstawowego neurobiologicznego po psychologiczny. Autorka wielu programów szkoleniowych, w tym programów rozwoju osobistego, asertywności, zarządzania czasem i sobą w czasie oraz tematyki szeroko rozumianego przywództwa, w kontekście komunikacji, motywowania i budowania zespołów oraz hołdowania wartościom - postępowaniu etycznemu. Twórczyni / współtwórczyni programów budujących zespoły, wykorzystujących wiedzę i doświadczenia naukowca – eksperymentatora oraz technikę grywalizacji. Posiada bogate doświadczenie w realizacji szkoleń dla firm, instytucji państwowych oraz organizacji pozarządowych. Podstawową siłą, którą wykorzystuje w pracy warsztatowej opiera na budowaniu mocy osobistej, pobudzaniu refleksji, motywowaniu i pokazywaniu korzyści. W trakcie szkoleń dużą wagę przykładła do analizy i autoanalizy, jako podstawy rozwoju samoświadomości – podstawowego elementu inteligencji emocjonalnej. Zaangażowana we wdrażanie na rynek polski doskonałego narzędzia do zarządzania motywacją z zastosowaniem Motivational Maps. Za wyniki pracy naukowej nagradzana licznymi nagrodami m.in. Ginsbergów (Wydział Psychologii, UW), wielu międzynarodowych organizacji, stypendystka organizacji TEMPUS i Fundacji na Rzecz Nauki Polskiej. Oddana idei biznesu odpowiedzialnego społecznie jako filozofii niosącej korzyści wszystkim i każdemu z osobna. Pomysłodawczyni wielu programów CSR, działająca na rzecz poprawy jakości edukacji oraz na rzecz lokalnej społeczności.