



ZARZĄDZAJ WŁASNYM MENTORINGIEM

„Zaskoczył mnie fakt, że dwóch poważnych dyrektorów pielęgnuje wymagającą formę korzystania z wzajemnej pomocy mentoringowej” – kontynuując temat mentoringu Piotr Kociołek proponuje spojrzeć na ten proces od strony głównego zainteresowanego, czyli osoby mentorowanej.

Piotr Kociołek

Ekspert projektów rozwojowych, Partner w DBM Polska

„W eleganckiej restauracji w centrum dużego miasta prowadziłem prelekcję dla szefów HR. Po zakończonej imprezie, kiedy lokal ponownie udostępniono wszystkim gościom, zobaczyłem wchodzących do niego dwóch dyrektorów lokalnej firmy. Znałem ich dobrze, gdyż byli członkami zarządu, z którym wcześniej realizowałem program rozwojowy. Kiedy podszedłem przywitać się, z wyraźną satysfakcją w głosie powiedzieli: A my właśnie przyszliśmy na nasze „DBM-owe spotkanie mentoringowe.” Rzeczywiście, w trakcie jednej z sesji, zaproponowałem uczestnikom dobranie się w pary i umówienie na kilka spotkań o charakterze peer-to-peer mentoringu. W trakcie tych spotkań mieli rozmawiać o postępach w realizacji swoich planów rozwojowych, wspierać się wzajemnie i dzielić doświadczeniem. Pozytywnie zaskoczył mnie fakt, że w kilka miesięcy po zakończeniu programu, dwóch poważnych dyrektorów (firma jest największym graczem w swojej branży w regionie), z własnej nieprzymuszonej woli spotyka się i pielęgnuje wymagającą formę korzystania z wzajemnej pomocy. Opisuję tę sytuację w przekonaniu, że dobrze oddaje istotę mentoringu. Niezależnie od formy (peer-to-peer, czy bardziej klasycznej, gdzie jest wyraźnie określony mentor i podopieczny) za istotę mentoringu uważam inicjatywę osoby, która chce z takiej pomocy korzystać. Inicjatywę w wybraniu sobie mentora, w określeniu swoich celów, w przyjmowaniu pomocy i dbaniu o jej regularność. W prawdziwym mentoringu centrum i źródłem działania powinna być osoba, która z niego korzysta. Konsekwentnie zatem programy mentoringowe w organizacjach powinny się koncentrować na szkoleniu podopiecznych i wyposażaniu ich w umiejętności pozwalające zarządzić własnym mentoringiem. Trzeba oczywiście przygotowywać również mentorów do ich roli i wspierać koordynacyjnie mentoring przez działy HR – zawsze jednak w sposób, który pozwoli podopiecznym pozostać faktycznymi właścicielami procesu własnego rozwoju w relacji z mentorem.”



KOMUNIKACJA? BEZ KIEROWNIKA NIE POJEDZIEMY

Kluczowy dla firmy projekt związany z redukcją zatrudnienia i idąca wraz z nim kompleksowa komunikacja. Kompleksowa? Niemalże wzorcowa! Cotygodniowe komunikaty, spotkania, informacje via intranet, prezentacje, wyznaczone osoby do odpowiadania na pytania, ankiety, różne formy komunikacji zwrotnej od pracowników... - wszystko jasno, konkretnie, całościowo i systematycznie. Projekt, w który przyszło nam się włączyć, można by wytypować do nagrody w ramach działań komunikacji trudnej zmiany organizacyjnej. Można, gdyby nie zagłębiać się w jego efekty - wyjątkowo słabe, jak na zaangażowane siły i środki. Zabrakło bowiem tylko jednego: bezpośredniego zaangażowania średniej kadry menedżerskiej: kierowników, liderów, szefów zespołów... Coraz częściej i w różnych aspektach widzimy dowody na to, że pominięcie tego właśnie „ogniwa” w jakichkolwiek projektach biznesowych, czy to związanych z trudną zmianą czy też rozwojem organizacji, stawia pod znakiem zapytania realizację zamierzonych celów. Ciągle zbyt często bagatelizuje się rolę kierowników małych i średnich zespołów licząc, że dyrektorzy i zarząd przemówią wystarczająco głośno i skutecznie. Tyle tylko, że ich głos, może i donośny, przebrzmi szybko, a komunikacja prowadzona przez średnią kadrę menedżerską będzie rytmicznie wybijać każdego dnia życia korporacji.



źródło: www.sxc.hu

KRYZYSOWE REKRUTACJE

Szefowie HR! Niech nie usypia Was perspektywa kryzysu jako leku na zatrzymanie pracowników! Wszak zawsze trwają jakieś rekrutacje... Zobaczmy zatem, jakimi wskazówkami kierują się szukający pracy w kryzysie:

- *są bardziej skłonni do kompromisów i ustępstw,*
- *wybierają regiony i branże, gdzie kryzys jest najmniej odczuwalny,*
- *nie ograniczają się tylko do lektury ogłoszeń, ale uruchamiają bliższe i dalsze kontakty,*
- *sami próbują dotrzeć do pracodawców i osób decyzyjnych,*
- *na każdym kroku podkreślają swoją motywację i chęć zaangażowania,*
- *skrupulatnie przygotowują materiały rekrutacyjne i plan rozmowy rekrutacyjnej.*

A może to właśnie do Państwa zgłoszą się kandydaci w czasach kryzysu? I zaskoczą nietypowym zachowaniem? Jeśli tak, czekamy na krótkie wrażenia i Państwa opinie: prteam@dbm.pl

„FOR SOCIAL PROFIT” SZUKA ANIOŁÓW BIZNESU

Sprawdziliśmy, na jakim etapie jest projekt, o którego starcie pisaliśmy rok temu. W tym numerze Piotr Kazimierczyk, doktor matematyki, menedżer bankowy, klient DBM Polska podsumowuje prace nad projektem „for social profit”.

*„Najtrudniejsze jest wyjaśnianie, z czym wiąże się „entrepreneurship for social profit (E4SP)”, bo w przyspieszonym tempie następuje dewaluacja wszelkich szczytnych idei, a zwłaszcza deklarowanych publicznie. Tymczasem radykalna zmiana nastawienia przedsiębiorców do sposobu podejmowania decyzji w biznesie jest nie tylko utopią, ale nagłą potrzebą! I nie może ona ograniczać się do zwiększenia świadomości managerów o społecznych i ekologicznych skutkach ich działalności, ale musi wiązać się ze zmianą podstawowego kryterium podejmowania decyzji: **to nie skutki społeczne powinny być dodatkowymi kryteriami na drodze do maksymalizacji zysku finansowego, tylko zysk finansowy ma stać się dodatkowym kryterium na drodze do ściśle określonych skutków społecznych!** Dlatego ten rok upłynął na przygotowywaniu materiałów informacyjnych, rozmowach i na nauce przekonywania do niego tych, od których zależy jego powodzenie – urzędników, biznesmenów, samorządowców (udało nam się już stworzyć partnerstwo publiczno-prywatne w jednym z krajowych projektów operacyjnych!), internautów (rzeczników projektu) i sponsorów czyli „aniołów biznesu”. Duże rozczarowanie to kontakty z PARP, instytucją, na której realne zaangażowanie bardzo liczyliśmy. I ciągle liczymy, choć nasi partnerzy ze Szwajcarii radzą, aby wsparcia szukać w organizacjach międzynarodowych, a nie polskich (z mojej perspektywy szkoda by było, gdyby projekt zafunkcjonował w Polsce jako inicjatywa zagraniczna). Przed nami zaś badania, które określą prawdziwe społeczne zainteresowanie ideą „entrepreneurship for social profit” oraz uruchomienie strony internetowej projektu. Zbudowany wieloparametrowy model symulacyjny pokazuje, że nawet przy bardzo niewielkim udziale sponsorów (poniżej promila depozytów ludności) będzie możliwe uruchomienie i prowadzenie kilkuset projektów rocznie. To cel, do którego będziemy dążyć. A na razie przyzwyczajamy się do odpowiadania na standardowe pytania potencjalnych sponsorów: „jak duży będzie zwrot finansowy z zainwestowanego kapitału?”... i szukamy skutecznych sposobów na zainteresowanie ich również odpowiedziami na inne pytania.”*

przeczytaj pierwszy wywiad
z Piotrem Kazimierczykiem

Firmy nie korzystają ze środków UE na pomoc zwalnianym

Paweł Gniazdowski Długo zastanawiamy się nad tym, jak skutecznie pomóc osobom zwalnianym z pracy. W tym celu warto spojrzeć na dane z ostatnich lat. W tym celu warto spojrzeć na dane z ostatnich lat. W tym celu warto spojrzeć na dane z ostatnich lat.

Motywacja dobra na kryzys

«Głoszenia nawet w okresie prosperity są najmniej skutecznym sposobem docierania do ofert. Wpływ efektywne daje znajomość i osobiste doświadczenie do lat, którzy mogą mieć informacje o wakatach.



ROZMOWA Z Pawłem Gniazdowskim*

W jaki sposób szef może przygotować kadry do

Dorota Dornieck
Zanim reorganizację w przedsiębiorstwie w planowym elemencie ich rozwoju. Aby przetrwać trudny czas, musimy być jedyną wypracowaną w przeszłości sposobem, a nie gładkim i nieprzepracowanym.

Sukces reorganizacji przedsiębiorstwa w 4 krokach

1. Powołanie zespołu w dużej mierze od akceptacji zmian przez pracowników.
2. Pracownicy zainicjują zmiany, nie będąc narzuceni, ze strony kierownictwa i kierowni.
3. Wierzenie nowych pomysłów wyraża fakt pokonywania trudności.
4. Potrzebić i niekompetencje rozwiązywać na przykład okazujących rezultaty.

Warto pracować jak najdłużej
Pracodawca zweryfikuje Twoje referencje u źródła

Dorota Dornieck
Czas reorganizacji jest trudny dla wszystkich. Pracodawca musi być świadomy, że w tym czasie może być konieczne zwolnienie pracowników. Warto pracować jak najdłużej, aby zwiększyć swoje szanse na znalezienie nowej pracy.



Pracodawca zweryfikuje Twoje referencje u źródła

Rok odmiennych perspektyw

Deficytowi top menedżerowie

W ostatnich dwóch latach odnotowano wzrost liczby kierowniczych stanowisk w polskiej gospodarce. Wzrost ten wynika z potrzeb rynku, a nie z nadmiaru kandydatów.

EFKTYWNOŚĆ TALENTÓW

Wzrost wydajności nie był jednak odpowiednim tempem, aby rozwiązać problem deficytu kadry. Wynika to z niskiej efektywności wykorzystania talentów.

MEDIA FLASH

RZECZPOSPOLITA • [Szukaliśmy cech najbardziej poszukiwanych menedżerów](#)

PERSONEL i ZARZĄDZANIE • [Z perspektywy szefa HR sprawdzaliśmy, jak wyglądał rok 2011](#)

DZIENNIK GAZETA PRAWNA • [Zastanawialiśmy się, dlaczego firmy nie korzystają ze środków UE dla odchodzących](#)

GAZETA WYBORCZA • [Odpowiadaliśmy na pytanie, jak szukać pracy w kryzysie](#)

POLSKA DZIENNIK ZACHODNI • [Wskazywaliśmy rolę szefa w przygotowaniu zespołu do zmian](#)

POLSKA GAZETA WROCŁAWSKA • [Pisaliśmy o weryfikowaniu referencji](#)

Inspiracji szukaj na www.transition-talent.com

„Transition & Talent” Newsletter DBM Polska © Copyright 2012 DBM Polska. Wiadomość została wysłana przez DBM Polska

W związku z art. 10 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. nr 144, poz. 1204) informujemy, że wiadomość została przesłana na niniejszy adres zgodnie z wyrażoną przez Państwa zgodą. Zgoda na otrzymywanie niezamówionych informacji handlowych może być odwołana w każdym czasie poprzez wysłanie maila z adresu, którego użyto podczas definiowania subskrypcji z tytułem 'rezygnacja' na adres newsletterdbm@dbm.pl