

SZYBKOŚĆ ZAUFANIA[®]

KRYTYCZNA KOMPETENCJA ROZWOJU ORGANIZACJI. WAŻNY MIERZALNY CZYNNIK EKONOMICZNY.

Nie trzeba daleko szukać, aby zdać sobie sprawę, że jako społeczeństwo globalne mamy do czynienia z kryzysem zaufania. Na poziomie organizacyjnym zaufanie wśród firm gwałtownie spadło. Wszelkiego rodzaju relacje są budowane i utrzymywane przez zaufanie i równie dobrze mogą być niszczone przez jego brak.

DOWIEDZ SIĘ, JAK:

- Przyspieszyć wszystkie procesy w organizacji, zwiększyć zdolność planowania i uzyskać spadek kosztów nawet o 30%.
- Osiągnąć wyższy zagregowany wynik Zaangażowania Pracowników.
- Uzyskać wymierną przewagę nad konkurencją.
- Zmniejszyć rotację pracowników o ponad 20%.

GŁÓWNE TEMATY SZKOLENIA:

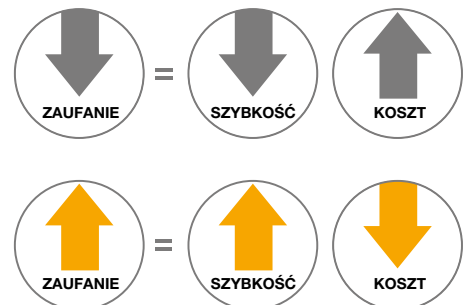
- Jak zaufanie wpływa na przewagę konkurencyjną i sprawia, że zarówno organizacje, jak i pracownicy rozwijają się?
- Dlaczego priorytetem lidera musi być budowanie zaufania oraz uzyskiwanie wyników w sposób, który budzi zaufanie?
- Jak zaufanie może być ilościowo mierzone w organizacji?
- Jakie kroki można podjąć w celu wdrożenia 13 podstawowych zachowań wysokiego zaufania liderów i organizacji?
- Jak można uzyskać wyniki szybciej i bardziej efektywnie poprzez rozwijanie zaufania zarówno osobiście, jak i na poziomie organizacji?

10%

WZROSTU ZAUFANIA
WPŁYWA NA
POPRAWĘ SATYSFAKCJI
PRACOWNIKA O PONAD

36%

— BADANIE HELLIWELL HUANG



„Zufanie ma silny wymiar ekonomiczny. Ma zawsze wpływ na dwa elementy – szybkość działania oraz koszty. Gdy spada zaufanie, maleje szybkość działania, a koszty wzrastają. Kiedy rośnie zaufanie, maleją koszty i rośnie prędkość.”

– Stephen M.R. Covey

WYZWANIE: NISKIE ZAUFANIE = WOLNIEJSZE TEMPO, WYŻSZE KOSZTY

W dzisiejszej gospodarce niskie zaufanie przejawia się nadmierną kontrolą, powielaniem dokumentów dla własnego bezpieczeństwa, niechęcią do brania odpowiedzialności i podejmowania decyzji. Skutkuje to długimi, skomplikowanymi procesami, wydłużonym czasem podejmowania decyzji, niewykorzystaniem nadarzających się okazji, czy po prostu bezsilnością pracowników i demotyacją do działania. Powolna, niereagująca na Klientów i oczekiwania rynku firma traci reputację, a marka – znaczenie.

W relacjach osobistych jest podobnie: jeśli nie ufamy innym – zaczynamy cały czas sprawdzać innych, robić za nich kolejne rzeczy, upewniać się, że zrobią tak, jak my chcemy – to powoduje, że mamy coraz więcej zadań i obowiązków, że tracimy energię i chęć do działania, że tracimy motywację i czas, co nie pozwala nam się rozwijać...

ZAUFANIE: KLUCZOWY CZYNNIK WSPÓŁCZESNYCH CZASÓW

Do niedawna zaufanie było definiowane jako tzw. czynnik miękki – coś trudnego do opisania, raczej emocjonalnego niż racjonalnego i wiązało się zawsze z ryzykiem. Jednak ostatnie badania pokazują, że zaufanie – postrzegane i wzmacniane przez konkretne zachowania – ma wymierny i istotny wpływ na osiągnięte wyniki osobiste i rezultaty firmy. Steven M. R. Covey, autor bestsellera „Szybkość zaufania” (“The Speed of Trust”) opisuje to w taki sposób: „Praktyczny związek zaufania z biznesem polega na tym (...), że jeszcze przed podziałem zysków ponosimy ukryte koszty niskiego zaufania i nawet o tym nie wiemy.”

Rekomendujemy zaufanie w relacjach, oparte na kompetencjach i charakterze, które buduje wiarygodność organizacji. I przestrzegamy, że jeśli tych kluczowych filarów nie ma, wówczas pojawia się „ślepe zaufanie”, czy naiwność, a ich skutki mogą być fatalne.



ROZWIĄZANIE:

Szybkość zaufania mówi o tym, jak oparcie relacji na zaufaniu przekłada się bezpośrednio na jakość związku, współpracę w zespole, organizacji i podnosi wartość firmy. Przykładanie wagi do budowania wiarygodności osobistej i wiarygodności firmy przekłada się na nowe szanse indywidualne i okazje biznesowe. Stając się liderem w budowaniu zaufania można oddziaływać na wszystkich dookoła będąc dobrym przykładem, bo tylko tak można zachęcić innych do zmiany.

SZYBKOŚĆ ZAUFANIA DOTYKA 5 OBSZARÓW:

- **Ja:** to okazja do analizy swojej wiarygodności przez pryzmat kompetencji (moje kwalifikacje i osiągnięte wyniki) i charakteru (intencje i spójność w działaniu) oraz określenia działań pozwalających na zmianę – jaką osobą chcę być.
- **Relacje:** to zdefiniowanie kluczowych relacji osobistych i zawodowych. Zastanowienie, na ile jest z nich zadowolone i oczekiwane wyniki oraz analiza gotowości do wykorzystania 13 zachowań podczas zdobywania i obdarzania zaufaniem innych, a także w odzyskiwaniu i odbudowaniu go w relacjach.
- **Organizacja:** to czas na analizę ról i stosowanych systemów – na ile odzwierciedlają zasady zaufania i zwiększają efektywność, a tym samym przekładają się na wynik zespołu i firmy.
- **Rynek:** to upewnienie się, że zaufanie do klientów i współpracowników wpływa na pozycję firmy oraz jak badanie poziomu rekomendowania do innych (współczynnik rekomendacji NPS) wpływa na poziom wyników, a firma może wykorzystać informacje zwrotne od klientów do dalszego rozwoju.
- **Społeczeństwo:** obecnie rola firmy to nie tylko robienie zysku, ale bardzo ważne jest, w jaki sposób firma osiąga wyniki i jak oddziałuje na społeczeństwo pomagając innym – odpowiedzialność społeczna firmy ma coraz większe przełożenie na jej wiarygodność i postrzeganie marki.



ul. Włodarzewska 33
02-384 Warszawa
Tel.: (+48) 22 824 11 28
Fax: (+48) 22 824 11 29
E-mail: office@franklincovey.pl
www.franklincovey.pl

