

Smart Talent Management
Autori: Vlad Vaiman & Chales M. Vance
This book takes a fresh look at human talent in organizations, focusing on employees at all levels who represent key agents of knowledge management in acquiring, transferring, and applying important knowledge for competitive advantage. The overarching aim of the book is to identify, define, and explore the implementation of talent management strategies aimed at facilitating effective knowledge management in an organization. Academics, human resource management practitioners and management consultants will find this volume valuable.

– Harward Publishing



Džepni mentori daju skraceni skraćeni uvid i praktične saveta za mnoge teme i probleme sa kojima se svakodnevno susrećemo u poslovanju.
Ovo je spisak mentora kojima trenutno raspolažemo:

- Upravljanje vremenom,
- Upravljane stresom,
- Priprema budžeta,
- Upravljanje konfliktima,
- Donošenje odluka,
- Upravljanje kriznim situacijama,
- Otpuštvanje radnika,
- Mentorski rad sa zaposlenima,
- Upoznajte finanasije,
- Kako održati sastanak,
- Oblikujte svoju karijeru,
- Vođenje timova,
- Procena radnog učinka,
- Kako da napravite biznis plan.

DA LI ZNATE DA VRŠITE UTICAJ?

Iako na prvu loptu neko može da kaže da je vršenje uticaja veština koja je jedan oblik manipulacije, ona je sasvim suprotna prevari, i njena pravilna upotreba u poslovnom svetu sasvim je dobrodošla

Početkom godine održan je jedan u nizu treninga koji se bave veštinama komunikacije, a to je trening o vršenju uticaja. Trening je imao za cilj da učeniscima predstavi proces vršenja uticaja u svakodnevnom poslovanju, različite strategije vršenja uticaja, kao i pokaže značaj fleksibilnosti u komunikaciji .
Trening o vršenju uticaja održan je od strane naših partnera u oblasti obuke zaposlenih a to je H.art. Direktor i konsultat ovog centra za razvoj ljudi, Marija Pavić bila je glavni predavač na treningu. Marija ima dugogodišnje iskustvo u obuci zaposlenih, pa smo iskoristili prilku da za sve one koji nisu bili na ovom treningu saznamo malo više o ovoj veštini komunikacije.
Na temu vršenja uticaja Marijana nam je rekla:
"Dešava se da nekada učesnici na treningu ili koučingu krenu sa otporom u vidu stavova "šta sad mene ima neko da uči kako da razgovaram – pa to radim od svoje prve godine života". A onda, kada dođu, počnu da otkrivaju umeće i benefit od konstruktivnog vršenja uticaja. U momentu kada



im u očima i iz komentara vidim njihove samouvide, šta sve može da bude drugačije i šta sve može da se postigne konstruktivnom komunikacijom, ja zaista osetim užitak i smisao svog posla.

Iako će ovo zvučati kao generalizacija, preko deset godina iskustva rada u oblasti razvoja komunikacionih veština, me je uverilo da ljudi na ovom podneblju posebno imaju kulturološki zadate obrasce komuniciranja. Oni sadrže mnoge predrasude i ograničenja tipa: "nemoj se otvarati, ljudi će to iskoristiti", "u poslu nema mesta izražavanju osećanja", "nemoj iskazati svoje potrebe, mogu te odbiti", "ako sada izraziš svoj stav, svi će misliti da "talasaš"" itd. Kada i sami učesnici uvide to, često mi kažu da bi ovakve treninge trebalo držati u osnovnim školama.
Za razliku od manje uspešnih, pa čak i manipulativnih vidova komunikacije, konstruktivno vršenje uticaja počiva na nekoliko osnovnih postulata. Jedan je da u komunikaciju treba da udemo svesno. To znači pažljivu pripremu i da pre svega treba da znamo šta hoćemo da postignemo nekim razgovorom – dakle ne gubiti cilj iz vida ni u jednom trenutku. Ta svesnost takođe znači da budemo u kontaktu sa sobom i sa svojim sagovornicima. Biti u kontaktu sa sobom je drugo ime za biti krajnje svestan kako se osećaš, kako misliš,

Nastavlja se

šta očekuješ u konkretnoj interakciji, da bi tek onda mogao to jasno i da iskomuniciraš drugoj strani. Isto tako je neophodno da sve vreme pratimo šta se dešava sa tom drugom stranom da bismo mogli lakše da se uskladimo s njima i, kako mi to kažemo, "nađemo zajedničku osnovu" (sa kojom ćemo neuporedivo lakše postići naš cilj u komunikaciji i zadržati dugoročno dobre odnose). Dakle, iz ovoga se takođe može zaključiti da je drugi osnovni postulat: otvorenost – jer otvorenošću možda podižemo rizik da budemo odbijeni ali i povećavamo šansu da nas ljudi razumeju i da upravo dobijemo ono što nam je potrebno. Treća i možda najdublja postavka uspešnih odnosa i komunikacije je životna pozicija iz koje delamo. Da pojasnim: svi ljudi gledaju na sebe i na svet oko sebe na pozitivan ili negativan način. Zato i imamo oko sebe ljude koji se ponašaju agresivno, pasivno itd. Jedina dugoročno "pobednička" životna postavka je kada uvažavamo i sebe i ljude kao sebe, kada zastupamo svoje ciljeve, osećanja i stavove i isto tako imamo na umu da druga strana dolazi sa nekim ciljevima, stavovima i osećanjima. Posle svega ovoga ostaje još samo jedan bitan postulat, a to je fleksibilnost. To znači da, ako smo do sada nastupali na jedan te isti način, naučimo kako da koristimo različite tehnike kojih ima na desetine. Kada ovako pristupimo komunikaciji, jedino što možemo da uvidimo je da to nije veština – već da je to umetnost."

Treningu Vršenje uticaja su prisustvovale kolege iz komercijalnog sektora, sektora sistema snabdevanja kao i sektora za odnose sa javnošću, a među njima je bio i kolega Milan Radić KA Supervizor za regiju Jug. Za naš magazin, on je prokomentarisao trening kom je prisutvovao:

„Obzirom da od 2002. godine radim u ovoj kompaniji i to u okviru komercijalnog sektora, moje svakodnevne obaveze su prodaja proizvoda, praćenje volumenskih i izvršnih ciljeva rada na terenu i sve to kroz svakonednu komunikciju kako sa kupcima, tako i sa kolegama.Smatram da je sam trening barem meni bio jako koristan jer sam naučio kako povećati fleksibilnost u komunikaciji, tj. kako biranjem taktike mogu da povećam šanse za ostvarenje sopstvenih ciljeva. Najviše mi se dopalo kako da prepoznam lične snage i slabosti radi boljeg vršenja uticaja. Sasvim sam siguran da je trening na mene i moje kolege uticao pozitivno i da smo po završetku bogatiji za neka nova saznanja na ovu temu.

Trening o vršenju uticaja organizovan je od strane sektora za ljudske resurse kao deo plana za individualni razvoj zaposlenih.

Obuka zaposlenih u našoj kompaniji

Kako bi obezbedila kontinuirani uspeh i razvila sposobnosti i veštine svojih zaposlenih, naša kompanija pridaje veliki značaj njihovom razvoju. Obuke za zaposlene se organizuju kako bi se zaposlenima omogućilo da što efikasnije i bezbednije obavljaju svoj posao, kao i da razvijajući veštine i znanja postižu vrhunske rezultate i dostignu svoj puni potencijal.

Plan obuke se pravi na osnovu informacija dobijenih iz razvojnih planova zaposlenih koji se definišu na početku godine i sa foruma za razvoj ljudi gde se usaglašavaju planovi razvoja i planiranje karijere, kao i na osnovu obaveznih obuka proisteklih iz zakonskih obaveza, zahteva kompanije i zahteva sistema kvaliteta. Nakon analize svih prikupljenih razvojnih potreba zaposlenih, služba za obuku i razvoj zaposlenih pravi planove obuka, obezbeđuje njihovu implementaciju, prati i meri rezultate obuke.

U obuku spadaju: formalne obuke (interne i eksterne), individualni stručni programi, obuke na radnom mestu i program učenja stranih jezika. One, takođe, mogu biti fokusirane na različite veštine koje su zaposlenima potrebne i u tom smislu se dele na sistemske (veštine potrebne u celom Coca Cola Hellenic sistemu), tehničke i liderske obuke. Kako bi se osigurao dugoročni efekat formalne obuke od izuzetne važnosti je da neposredni rukovodilac nakon obuke prati primenu naučenog u svakodnevnom radu zaposlenog, dodeljuje mu nove zadatke razvojnog tipa, ima redovne sesije vođenja (coaching) i daje povratnu informaciju o napretku.

Obuke su bitne i za kompaniju i za samog zaposlenog. Kroz obuke zaposleni postaju veći stručnjaci u poslu, povećava se njihovo samopouzdanje i motivacija, efektivnost, konkurentnost na tržištu, obezbeđuje se bezbedniji i kvalitetniji rad, povećava se produktivnost i obezbeđuje se ispunjavanje poslovnih ciljeva.

H.art development center je HR konsultantska kuća sa jakim stručnim znanjima i iskustvima na polju razvoja ljudi i kompanija. Svakom klijentu pristupaju u potpunosti posvećeni, svesni njegove specifi čnosti. Uspeh H.art-a dolazi sa unapređenjem uspeha njihovih klijenata. To potvrđuje na hiljade pojedinaca u čijem su razvoju učestvovali Više informacija na www.hart.rs



Evo i pet saveta koji kolega Milan Radić daje svim našim čitaocima koji bi da efikasno izvrše uticaj:

1. Uradite kvalitetnu pripremu.
2. Slušajte sagovornika
3. Predstavite sagovorniku zajedničke ciljeve
4. Vladajte informacijama
5. Budite istrajni i strpljivi u razgovoru