



MAGYAR COACHSZEMLE

a magyar coaching szakfolyóirat

döntéseink



MAGYAR COACHSZEMLE

a magyar coaching szakfolyóirat

V. évfolyam 1. szám – 2016. február

Főszerkesztő:

Dobos Elvira és Örvényesi Rita

Szerkesztők:

Kovács Petra

Ruszák Miklós

Csetneki Csaba

Szerkesztőség címe:

7636 Pécs, Szentegyház u. 34.

szerkesztoseg@coachszemle.hu

Honlap:

coachszemle.hu

Kiadó:

Magyar Coach Egyesület

7636 Pécs, Szentegyház u. 34.

Nyilvántartási szám: 01-02-0014441

A kiadásért felel:

Magyar Coach Egyesület

Felelős szerkesztő:

Dobos Elvira

A Magyar Coachszemlét a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság
2012. július 12. napjával nyilvántartásba vette.

Borítóterv és tördelés:

Ruszák Miklós

Egyes grafikai elemek:
Designed by Freepik.com

TARTALOMJEGYZÉK

A MAGYAR COACHSZEMLÉ KÜLDETÉSE	4
SZERKESZTŐI BEVEZETŐ - KOVÁCS PETRA: DÖNTÉSEINK LÉLEKTANA	5
ESETTANULMÁNY	
Szabó Tamara: Amikor az innováció, a játékosítás, és a facilitáció...	8
HÁTTÉR	
Pogátsnik Béla: Digitális motiváció	15
Bölcскеi Mónika: Ne próbálkozz, dönts!	20
Örvényesi Rita — Csetneki Csaba: „Egy coachnak állandóan a határokkal kell...”	23
SIKERTÖRTÉNET	
„Egy jó döntés akkor jó, amikor éppen aktuális” — Interjú Filákovity Dusánnal	27
AJÁNLÓ	
Örvényesi Rita: Külföldi élet magyar nők szemével — könyvajánló	31
IRÁNYOK	
Baktay Miklós — Baktay Zelka: A döntésekről	34
INTERJÚ	
„Állandó változás, útban a legjobb felé” — Interjú Bohn Katalinnal	36
SZERZŐINK	39
A MAGYAR COACHSZEMLÉ SZERKESZTŐSÉGE	40

A Magyar Coachszemle küldetése

A Magyar Coachszemle független szakmai folyóirat. Célja, hogy elősegítse a coaching magyar nyelvű, tudományos igényű szakmai bázisának, tudástárának megteremtését, és ösztönözze a coachok, illetve a coaching határterületein dolgozó szakemberek közötti kommunikációt, hozzájárulva ezzel a coaching-szakma fejlődéséhez.

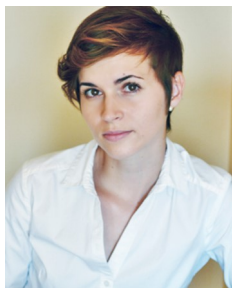
A Magyar Coachszemle feladatának tekinti, hogy magyar nyelven közvetítse és elérhetővé tegye a szakma hazai és nemzetközi híreit, újdonságait, és rálátást adjon a szakma nemzetközi eseményeire, trendjeire is. Ezen kívül a coaching, és a hozzá kapcsolódó szakterületek területén végzett kutatások, elemzések publikációinak teret adva szolgálni kívánja a tudásmegosztást, ezáltal növelve a coaching szakma ismertségét és elismertségét.

Budapest, 2012. augusztus 6.
Dobos Elvira és Örvényesi Rita
/főszerkesztők/



Döntéseink lélektana

Szerkesztői bevezető



KOVÁCS Petra

szerkesztő

Az *Igenember* című filmben a válása után bezárkózó Jim Carrey mindent és mindenkit elutasít maga körül. Egy nap azonban részt vesz egy életigenlést dicsőítő előadáson, és ettől kezdve mindenre igent mond. Éjjel-nappal bulizik, minden pénzét odaadja egy hajléktalannak, minden hitelkérelemnek zöld utat ad, futás közben készít fényképeket, miközben környezete teljesen őrültnek tartja. A válaszbeállítódás takarékos stratégia, hiszen időt és rengeteg agymunkát takaríthatunk meg vele, azonban a tudomány ennél jóval bonyolultabbnak írja le a döntési folyamatok nagyobb hányadát.

Nap mint nap rengeteg olyan apró döntést hozunk, melyeknek szinte nem is vagyunk tudatában. Mit vegyünk fel reggel, mit főzzünk ebédre, elmenjünk-e futni, vagy inkább pihenéssel töltsük az estét – ezek az alacsony intenzitású döntési helyzetek viszonylag kis erőbefektetéssel megoldhatók. Sokkal lényegesebbek azonban az olyan döntések, melyeknek tétje valóban hatást gyakorol életünkre: például munkahelyváltás, költözés, házasság, gyermekvállalás. Életünk e szakaszai kisebb-nagyobb krízist okoznak, melyek sikeres meghaladása révén új képességekre és erőforrásokra tehetünk szert. Gyakran a legváratlanabb pillanatban kerülünk választás elé: ilyenkor nem kereshetünk kifogásokat, és nem kaphatunk haladékot sem, viszont bizonyíthatjuk, elég bátrak vagyunk-e ahhoz, hogy életünkön változtassunk.

A döntések lélektanának elméleti háttere van, elpszichológia területén sen kivitelezett empiriavizsgálatok főként a tok objektív változóit ellezni, azonban keveszobjektív befolyásoló bbi pozitív és negatív

„A döntések lélektanának mára jól megalapozott elméleti háttere van.”

mára jól megalapozott sősorban a kognitív találunk leleményekus kutatásokat. E döntési folyamamodset mondanak a tényezőkről. Korátapasztalataink,



MAGYAR
COACHSZEMLÉ

Döntéseink
2016/1.

e10szó

sikereink és kudarcaink egyaránt befolyásolják a döntés egyéni mechanizmusát. Bizonyos döntési stratégiákat a kockázatkerülés, míg másokat a jutalomkeresés motivál. A személyes percepció szintén mérvadó: melyek azok az információk, amelyeknek nagyobb jelentőséget tulajdonítunk, és melyek azok, amelyeket figyelmen kívül hagyunk. Mindannyian más szemüvegen keresztül szemléljük a világot, és másként értelmezzük történéseit. Különbözőek vagyunk abban a tekintetben is, hogy miként reagálunk a döntéshelyzetből fakadó stresszorokra.

Ha megpróbálunk felidézni néhány elemi döntéshelyzetet életünkéből, vajon melyek jutnak először eszünkbe? Amit utólag rossz döntésként értékelünk? Ami a legnagyobb változást hozta életünkben? Amelyet a leghevesebb érzelmi reakciók kísértek?

A döntéshozás folyamatának talán legnehezebben kezelhető pszichés eleme, hogy a döntés pillanatában nem tudhatjuk, jól döntöttünk-e. Ezt az idő igazolja majd, viszont akárhogy is alakul, a másik alternatíva beválása örök rejtély marad. De van-e értelme a „mi lett volna ha...” kérdésen tűnődni? A kétségek helyett tanácsosabb aktívan a jelenben maradni, elköteleződni döntésünk mellett, és kihozni a helyzetből a maximumot. Ne a döntések irányítsanak bennünket, hanem mi a döntéseket! A helyzet kontrollálása és az alkalmazkodóképesség segíthet bennünket abban, hogy döntésünk valóban jó, vagy legalábbis elég jó döntéssé váljon.

A megfelelő önértékelés alapjaiban határozhatja meg egy döntés lélektani terheit. Van, aki akkor is magabiztos, amikor nem rendelkezik megfelelő tudással vagy információval a döntés meghozatalakor, míg más akkor is kétségek gyötörnek, ha alaposan elemzett minden rendelkezésre álló adatot, és kalkulált minden lehetséges kimenettel. Nem vagyunk tehát egyformák mindennapi döntéseinkben. Gyakori, hogy valaki intuíció, megérezés alapján hoz meg egy döntést, melynek háttere az lehet, hogy az aktuális döntési szituáció – akár tudattalanul – felidéz bennünk egy múltbeli helyzetet, és a múlt és jelen hasonlósága felbátorít bennünket arra, hogy hirtelen, váratlanul tegyük le voksunkat valamely lehetőség mellett. Intuitív módon dönthetünk vészhelyzetben is, vagy olyan bonyolult döntési helyzetekben, amikor nem áll rendelkezésre elég információ ahhoz, hogy megalapozottan dönthessünk.

„A jó hír viszont az, hogy akármilyen stratégiákkal is működünk döntési folyamatainkban, és akármilyen tényezők hátráltassanak bennünket, mindenképpen változtathatunk, és fejlődhetünk e területen.”



MAGYAR
COACHSZEMLÉ

Döntéseink
2016/1.

ELŐSZÓ

A döntés szó számomra az aktivitás, cselekvés és határozottság konnotációjával bír. Azonban életünk során mindannyian találkoztunk már a döntésképtelenség érzésével. Vannak olyan emberek, akik az átlagnál gyakrabban esnek a tehetetlenség csapdájába, ami általában erőteljes szorongással, önbizalomhiánnyal, nem megfelelően értelmezett kudarc-történetekkel magyarázható. A döntésképtelenség gyakran együtt jár a halogatással, vagyis elodázzuk a döntést, ami ritkán vezet eredményre. Emellett döntésképtelen embertársaink hajlamosak az elkerülésre is, és inkább a kisebb kockázattal járó lehetőséget választják még akkor is, ha az sokkal kevesebb nyereséggel jár. Előfordulhat, hogy a személy nem megfelelő célokat tűz ki maga elé, irreális elvárásokat támaszt saját magával szemben, vagy nem vonja le a megfelelő tanulságot korábbi döntéseiből, és hajlamos környezetét okolni rossz kimenetelű választásaiért.

Amikor döntési helyzetbe kerülünk, számtalan külső tényezővel is meg kell küzdenünk: mások véleménye, a társadalom által gyakorolt nyomás, a többség által elfogadott norma. A különböző marketing fogások pedig láthatatlan módon próbálnak irányítást szerezni döntéseink felett: gondoljunk csak a reklámokban elrejtett szubliminális ingerekre, a pékség ajtaján kisurranó illatokra, az üzletek leárazásaira, vagy a pénztáraknál gondosan elhelyezett édességekre.

A jó hír viszont az, hogy akármilyen stratégiákkal is működünk döntési folyamatainkban, és akármilyen tényezők hátráltassanak bennünket, mindenképpen változtathatunk, és fejlődhetünk e területen. Azt ugyan senki nem tudhatja, mikor mi a „jó” döntés, de segítséget kaphatunk abban, hogyan adjunk jelentést életünk eseményeinek, hogyan értékeljük múltunkat, sikereinket, kudarcainkat. Megtanulhatjuk, miként tegyünk szert új erőforrásokra, hogyan győzzük le félelmeinket. Ebben pedig segítségünkre lehet a coaching gazdag, gyakorlatias eszköztára. Amit biztosan állíthatunk, hogy ezúttal is jó döntés a Magyar Coachszemlét olvasni, a legújabb lapszámban ugyanis szakértő szerzők írásait gyűjtöttük össze döntés témában.





Amikor az innováció, a játékosítás, és a facilitáció találkozik egy workshopon

Innováció, játékosítás, facilitáció: érdekes és izgalmas hármas. Ketten-ketten közülük gyakran összeállnak, hármójukat ritkán hozza össze az élet. Pedig nagyon jó dolgok melegágya lehet, ha mindhárom jelen van! Ez az esettanulmány egy olyan innovációs klub leírása, amelyben ötvöződik a három szakterület, erősítve egymást, hozzájárulva egy igazán emlékezetes résztvevői élményhez.

„Réges-régen, egy messzi-messzi birodalomban, élt egy király. Ő uralta a lehetőségek földjét. Ennek a királynak volt három fia. A legfiatalabbik, aki egyben a legokosabb is volt, egy igazi vállalkozó lelkületű királyfi volt: mindenféle ötleteket agyalt ki, és azon fáradozott, hogyan tehetné a birodalmat egy élhetőbb királysággá. Egyszer aztán úgy döntött a királyfi, hogy ő bizony nekivág a világnak, és megcsinálja a szerencséjét. Mivel nagyon vonzotta őt az okos otthon koncepció, összeállt néhány barátjával, hogy kitalálják a követ-

„Egy jó ötlet megalkotásánál nagy hozadéka lehet a sok különböző perspektívának...”

kező igazán diszruptív dologot az okos otthonok háza táján. Egy zseniális ötlethez azonban ismerni, és érteni kell a piacot, a trendeket, a szereplőket, a kínálatot és az igényeket, elindultak hát, hogy felderítsék a többi királyságot. Tudták azonban, hogy az ötletük megvalósítása jelentős anyagi terhekkal jár, és hát ők nem akartak függő viszonyba keveredni pénzéhes varázslókkal, gonosz boszorkákkal, vagy királyokkal. Elhatározták hát, hogy befektetők után néznek, akik majd támogatják őket az ötletük véghezvitelében.”

Ezen a történeten kalauzoltuk végig a a profit szférából, neves egyetemekről és kutató intézetekből, valamint a közszférából érkező résztvevőket a Business Sweden tavaly októberi innovációs klubján. Azzal a nem titkolt szándékkal, hogy az innováció ne csak mint téma jelenjen meg a klub során, hanem a résztvevők a saját bőrükön tapasztalják

meg, mit tesz egy saját ötletet megalkotni, és elindulni a megvalósítás útján. Mindezt egy olyan kötetlen workshop keretében, ahol a közös gondolkodás során a résztvevők betekintést nyerhettek négy Magyarországon is jelen lévő svéd nagyvállalat okos otthonhoz kötődő elképzeléseibe. A rendezvénynek az Ericsson Mo. Kft adott otthont, s ha már innovációs klub, mi lenne jobb helyszín, mint egy több mint ezer fős kutatási és fejlesztési központ épülete. A workshopot egy egységes, koherens és integráns képi világ is segítette. A vizualitás középpontjában álló tartalmi elemek igazodtak a workshop témájához, hangulatviláguk pedig segítette megteremteni azt a könnyed, kreatív légkört, ami egy ilyen tevékenységet meg tud támogatni.

Hogy mi is történt valójában, és milyen játékosított facilitációs elemek segítették mindezt elérni?

- **Csapatkialakítás – diverzitással a kreatív megoldásokért**

Ha igazán diszruptív megoldást szeretnénk, érdemes fontolóra venni a minél diverzebb csapatkialakítást. Egy jó ötlet megalkotásánál nagy hozadéka lehet a sok különböző perspektívának, és eltérő háttérismeretnek. A csapatösszetételeknél kiemelt figyelmet fordítottunk a diverzitásnak, hogy teret adjunk az igazán meglepő ötleteknek.

- **Bemutkozás – komfortérzet megteremtése, háttér feltárása**

Hogy segítsük a közös munkát, rögtön a workshop elején teret biztosítottunk a résztvevőknek, hogy jobban megismerhessék egymást. Azon túl, hogy ezzel a résztvevők komfortérzete nő, elősegítettük azt is, hogy a közös munka során nagyjából ismert legyen a csoporttagok számára, hogy ki milyen háttérismerettel és perspektívával tud hozzájárulni a közös munkához.



- **Onboarding – hogy képbe kerüljenek a résztvevők**

Az onboarding a játékosított megoldások fontos állomása. Mi történik az onboarding során? Kicsiben lemodellezzük mindazt, amire a későbbiekben sor fog kerülni. A mi esetünkben ez azt jelentette, hogy arra kértünk minden résztvevőt, hogy a workshopot



megelőző beszédekből emeljenek ki egy kulcsszót. Majd a csapatoknak a tagok által megjelölt kulcsszavakat felhasználva (akár egyéb szavakkal kiegészítve) értelmes mondatokat kellett alkotniuk – hiszen a későbbiek során is arra vállalkoznak, hogy szegmált információkat dobjanak be a közösbe, és a rendelkezésre álló információ, valamint háttértudásuk segítségével koncepciókat alkossanak.

A szavakkal való játék eredményeképpen minden csapatnál meg is jelent a kreatív problémamegoldás és a jókedv. Ebbe a hangulatba érkezett meg a cikk elején szereplő történet, hogy megmutassa tulajdonképpen mi is vár a résztvevőkre. Mi az a cél, amiért a játék zajlik, körülbelül mire számíthatnak – mindezt egy mesés történetbe foglalva.



- **Információgyűjtés – hogyan motiváljunk a játék segítségével**

„Egy zseniális ötlethez azonban ismerni és érteni kell a piacot, a trendeket, a szereplőket, a kínálatot és az igényeket, elindultak hát hogy felderítsék a többi királyságot.”

A játék során a résztvevőknek a négy cég standjainál kellett információt begyűjteni. A standokon szóróanyagok, és a cégek képviselői segítettek mindezt. Hogy a résztvevők minél több kérdést tegyenek fel, és minél érdekesebb beszélgetések jöjjenek létre, a standokon dolgozó céges képviselők különböző címetekben játékpénzt kaptak, melyekkel díjazták a résztvevők kíváncsiságát és érdeklődését. Minél értékesebbnek ítélték a beszélgetéseket, annál több pénz cserélt gazdát.



- **Közös koncepció megalkotása – az alkotás szabadsága**

„ ... összeállt néhány barátjával, hogy kitalálják a következő igazán diszruptív dolgot az okos otthonok háza táján.”

A résztvevők szabad döntésén múlt, hogyan és milyen stratégiával szerzik be a szükséges információt a koncepció megalkotásához. Esetünkben a hangsúly nem a koncepciók számán vagy azok üzleti értékén, sokkal inkább a közös gondolkodáson volt. Minden csapatban volt egy olyan csapatvezető, aki ha szükséges volt, beavatkozott: bátorította, támogatta, serkentette a csapatot, facilitálta a beszélgetéseket, hogy a megadott idő leteltével elkészüljön a csapat saját smart home koncepciója.



- **Pitching és figyelemfenntartás a játék segítségével**

„A lehetőségek földjén létezett egy nagy tiszteletnek örvendő befektetői kör, akik folyamatosan pásztázták a birodalmakat az újabb ötleteket kutatván, keresve a következő nagy durranást, amelybe beruházhatnak. Mivel ez a vidék a kemény piaci harcok színtere volt, a királyfi és társai tudták, hogy csak a legjobb ötlet nyerhet, a többi ötlet pedig a feledés homályába merül.”

Míg az egyes csapatok képviselői két percben röviden bemutatták a koncepcióikat, a többi csapatnak megadott szempontok alapján értékelniük kellett az ötleteket.



- **Beruházás**

„A nagytízteletű beruházók meghallgatták egytől-egyig az ötleteket, jól megrágták őket, melyikben van a legnagyobb potenciál, melyik a legdiszruptívabb, melyiket könnyű megvalósítani. Majd ezt követően eldöntötték, melyik ötletre mekkora összeget szánnak. A beruházók azonban okos fickók voltak: megtartottak maguknak valamennyi pénzt, hisz tudták: ahhoz, hogy fenntarthatassák életszínvonalukat, hogy az udvartartásuk életében ne okozzanak fennakadást, és hogy a földjeiknek folyamatosan gondját viseljék, akár még az aszályra felkészülve is.”

A megadott szempontok alapján a csapatok elhelyezhették az előző körben megszerzett pénzeszegeket a többi csapat ötleténél. A cél az volt, hogy adott ötletre minél nagyobb összeget fektessenek be, és inkább kevesebb ötletre ruházzanak be nagyobb összeget, mint sok ötletre keveset. Akárcsak a való életben, valamekkora pénzeszeget meg is tarthattak maguknak, hogy megőrizték likviditásukat.



- **A workshop lezárása:**

„Mindenki nagyon boldog volt a pitching után. A királyfi és csapata rengeteg pénzt kapott a beruházóktól az ötletük megvalósításához. Ahogy teltek-múltak az évek, a beruházók is nagyon jól jártak, hisz az ötlet nekik is sok pénzt hozott a konyhára. Most már mindannyian meg tudtak venni bármit, amire vágytak, és nem utolsó sorban mind nagyon büszkék voltak arra, hogy az ötlettel hozzájárultak egy jobb, élhetőbb világ létrehozásához.”

Az az ötlet nyert, amelybe a legnagyobb összeget ruháztak be. Egy megtérülési képlet alapján néhány év (esetünkben egy szünetnyi idő) elteltével a csapatok visszakapták a megtérült befektetéseiket. A rendezvény utolsó szakaszában a csapatoknak lehetőségük nyílt a játékpénzeik fejében különböző ajándékok megvásárlására a cégek standjánál.



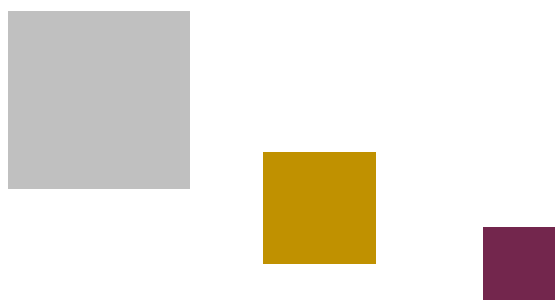
Az ericssonos szervezők mindent megtettek azért, hogy a workshop minden résztvevője megtapasztalhassa, mit takar az, hogy az innováció a mindennapok része, és mit jelent innovátornak lenni: milyen az, amikor begyűjtjük, és szintetizáljuk a rendelkezésre álló információt; amikor egy új ötlettel állunk elő, olyanal, aminek van létjogosultsága a piacon, és amire van (vagy teremthető) igény, s ami egyben megvalósítható is; mit jelent kettő percen belül eladni az ötletet, valamint azt is, mit jelent dönteni ötletekről. Mindezt pedig a résztvevők megélhették egy konkrét, nagyon is aktuális téma mentén, és megismerhették, négy nagyvállalat hogyan vélekedik és milyen megoldásokkal kapcsolódik az okos otthon koncepcióhoz. Nem utolsó sorban pedig igazán jól érezték magukat ... és *boldogan élnek még ma is a lehetőségek földjén, és kutatják-keresik a következő nagy ötletüket!*

„Izgalmas élmény volt számomra ez a kísérlet. Szerettünk volna egy olyan eseményt létrehozni, ahol egy témán keresztül kötünk össze nagyon különböző területről érkező

embereket, miközben a saját bőrukön érzik, milyen az a diszruptív innováció. A játékosítás tudományát hívtuk segítségül ehhez, amiben azt gondolom, az Ericsson élenjáró a magyar piacon a nagyvállalatok között. Külön öröm volt számomra, hogy nem csak összekötöttük az embereket, de a klasszikus Gazdálkodj Okosan élményen keresztül teljes bevonódást sikerült elérnünk, amivel egyrészt még erősebb volt a diszruptív innováció élménye, másrészt a játékosok láthatóan az utolsó percig élvezték az eseményt és (velem együtt) kiválóan szórakoztak.” Kurucz Norbert, Ericsson Mo. Kft, line manager, gamification driver

“... bátorította, támogatta, serkentette a csapatot, facilitálta a beszélgetéseket...”

“Az Ericsson számára kiemelten fontos, hogy aktívan részt vegyen a hazai innovációs ökoszisztéma formálásában, a tudásmegosztásban, továbbá, hogy újító kezdeményezések mellé álljon. Ilyen volt ez a nagyszerűen megkomponált esemény is amelyben a résztvevők az első pillanattól az utolsóig egymásra építő gondolataikkal hoztak létre egyedi ötleteket, valami egészen újat. Nagyon örülök a rendezvényünk sikerének.” Jakab Roland, Ericsson Mo. Kft, ügyvezető igazgató





Digitális motiváció

Napjainkban nem kérdés, hogy a vállalatok fontosnak gondolják-e a dolgozói motivációs rendszereket. Gondoljunk csak arra, hogy milyen jelentős pénzeket fizetnek ki különféle jutalmakra, bónuszokra! Azt viszont, hogy az elvárt célkritériumokat valójában mennyire szolgálják sikeresen, már kevesebben vizsgálják. Többször láttam példát arra, hogy egy jelentős vállalati stratégiaváltozást a vezetők a bónuszrendszer súlyozásának átalakításával próbáltak megoldani. Pedig, mint látni fogjuk, ezzel inkább gátolták, mint segítették a változást.

Nemrég egy bank vezérigazgatójával beszélgettem erről a témáról. Elmesélte, hogy náluk minden év végén rendeznek egy díszvacsorát a legsikeresebb értékesítők számára. Ami zavarba ejtő, hogy minden évben ugyanazokat az arcokat látja. Ez felveti a kérdést, hogy vajon jól működik-e a motivációs rendszerük. Vajon jutalomként, vagy „juss”ként élnek-e meg a jutalmat a jelenlévők? És mi motiválja a többi kollégát?

Háttérként érdemes tudni, hogy a 2000-es években indult el a hazai bankoknál a személyes mérési és motivációs rendszerek bevezetése. Valójában egy nemzetközi tanácsadó cég által felépített modell került minden pénzügyintézetnél bevezetésre. Kezdetben mérték az eredményességet és ez alapján jutalmazták. Később elkezdtek a termékstratégia alapján differenciálni, vagyis eltérő termékek eltérő súllyal képviseltetik magukat az ösztönző rendszerben. A harmadik lépcső a különféle „visszaélések” kiküszöbölésére felállított további szabályok bevezetése volt. Az idő múltával különböző kampányok és stratégiák mentén egyedi jutalmakkal színesítették a kompenzációs modellt. Mára egy átlagos banki értékesítő már nem látja át a motivációs rendszerüket. Vajon mennyi motivációt ad ez a napi tevékenysége során?

Sokan ismerik Tom Wujec *Építs tornyot, építs csapatot* című TED előadását. Az előadás magját a „pillecukor-kihívás” nevű feladata során megfigyeltek képezik. A feladat viszonylag egyszerű: 20 spagettiből, egy méter celluxból, egy méter cukorspárgából és egy pillecukorból kell a négy fős csapatoknak minél magasabb tornyot építeniük. A feladat megoldásában a háttér nyilván sokat számít – a legeredményesebbek

szerencsére az építészek voltak. A második legeredményesebb csoport viszont az óvodásoké volt, akik a felnőttekkel szemben mertek kísérletezni, játszani építés közben.



forrás: <https://kidsatswitch.wordpress.com>

Hogy előmozdítsák a felnőttek eredményességét a csapatok motivációs rendszert kaptak, vagyis a legmagasabb torony építői 10 ezer dolláros jutalomban részesültek volna. Az eredmény meghökkentő. A csapatok egyikének sem sikerült önmagában megálló építményt készíteni! Vagyis ez a motivációs rendszer végleg megszüntette a kísérletező kedvet, a kockázatvállaló képességet. Ez azért kritikus, mert a mai gyorsan változó

világunkhoz való alkalmazkodás két legfontosabb viselkedését ölte meg!

A Gallup néhány éve végzett egy világszintű felmérést a dolgozói elkötelezettségről. Az eredmény lesújtó. A munkatársak több, mint 70%-a nem elkötelezett a cégével szemben! (1)

Itt az ideje újragondolnunk a vállalati motivációs rendszereket!

5 MÓD AZ ELKÖTELEZETTSÉG KIALAKÍTÁSÁRA

A motivációs rendszerek fő célkitűzése az elkötelezettség felépítése egy munka, egy változás, vagy a vállalat felé.

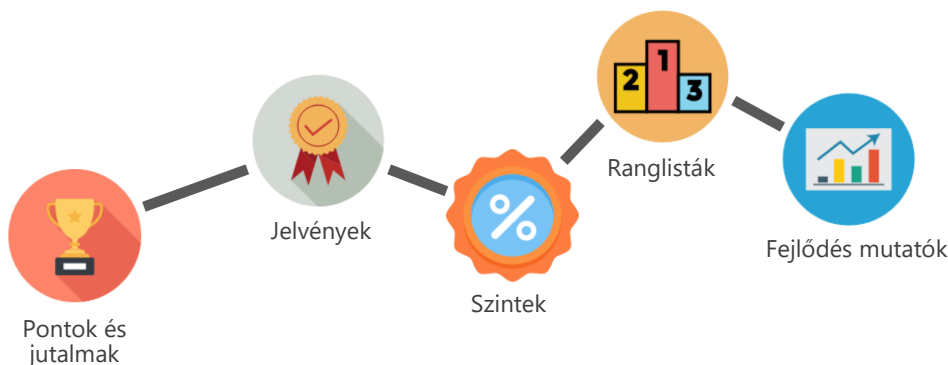
- **Azonnali visszajelzés:** Minél messzebb van a jutalom és a tett, annál kevésbé motiváló. Az jut eszembe, hogy a kisiskolás fiamat vajon mennyire fogja a jelenben tanulásra motiválni egy felnőtt korban beszerezhető sportautó? Ellenben egy most felajánlott kedvezményrel mekkora csodákat tudok tenni! Ugyanez igaz a felnőttekre is. Nemrég mesélték nekem, hogy egy vállalat az intranet szerkesztőit pontrendszeren keresztül kívánta jutalmazni. Szomorúan mondták, hogy ez a megközelítés sajnos nem működik náluk, pedig egyébként már ideje lenne összeadni ki hol tart... A visszajelzés, jutalom tehát akkor hatásos, ha a tethez időben és térben minél közelebb történik meg.
- **Szórakozás és érdekesség:** Változó világunkban ez a sikeresség egyik alappillére. Gondoljunk csak vissza a cikk elején az ovisokra! Nem véletlenül néz ki egy modern iroda ma már inkább játszótérnek, mint „komoly” munkahelynek. Fontos ugyanakkor, hogy a berendezés segíthet, de önmagában nem teszi játékosá a dolgozókat. Egy játék mechanizmusokat megszólító motivációs

rendszer sokkal többet tud ebben segíteni.

- **Közösségi elismerés:** Arra a cikk elején felmerült kérdésre, hogy mi jelenthet motivációt a top 30%-on kívülieknek, az egyik lehetséges válasz az, hogy tetteikkel egy csoport sikerességéhez járulhatnak hozzá. De ahhoz, hogy ez az egyén szintjén megfogható legyen és a közösségtől megkapja az elismerést, fontos a **teljesítmény láthatósága**.
- **Kihívás/elérhető célok:** És végül, mi motiválabb egy nagy kihívást jelentő, de elérhető cél elérésénél?

AZ ÜZLETI GAMIFIKÁCIÓRÓL

A gamifikáció, magyarul játékosítás, digitális korunk válasza a fent vázolt problémákra. Működési mechanizmusa nagyon hasonló az internetes játékokéhoz. A „játékosok”



feladatok teljesítésével pontokat, jelvényt gyűjtenek, teljesítmény szinteket érnek el. Ez alapján személyes és csoportos ranglistákon szerepelnek.

A játékosítás a vállalkozások életében először a vásárlói hűség megtartásának eszközeként jelent meg. Mára az üzleti gamification a dolgozói elkötelezettség növelésének egyik legjobb eszközévé vált. Tapasztalatok alapján az üzleti gamifikáció sikerrel alkal-



mazható a munkavállalói **elköteleződés** kialakításában, **képzésben**, **értékesítési versenyekben** és a belső **együttműködés** fejlesztése területén.

Hogy miért hatékony eszköz a gamifikáció? Mert az elérendő célt apró feladatokra



bontja, mert minden eredményt azonnal jutalmaz, mert a ranglistákon keresztül személyes és csoportos elismeréseket nyújt, és végül egy nagyon részletes áttekintést ad a szervezetről.

A tapasztalatok meggyőző eredményeket mutatnak. A megvalósított projekteknél több, mint **40%-kal nőtt a munkatársak közösségi tevékenysége**, az értékesítési eredmények, vagy a sikeres tréningek száma. (2) (részletek a különböző esettanulmányokban <https://badgeville.com/category/case-studies/>).

GAMIFIKÁCIÓ A GYAKORLATBAN

A sok elméleti fejtegetés után nézzünk egy gyakorlati példát. Előjáróban még annyit érdemes tudni, hogy egy játékosítási projekt megtervezése nem azonos egy új társasjáték kitalálásával. A projektek a gamifikáció eszközkészletéből, mechanizmusaiból építkeznek.

A változatosság kedvéért a példában szereplő vállalat a telekommunikációs szektorhoz tartozik. A képzeletbeli cég célja a programmal, hogy az eddigiek során mobil szolgáltatásokat értékesítő vállalati salesek ezentúl szoftver szolgáltatásokat is adjanak el. Vagyis a célkitűzés világos, az aktuális állapot jól megmérhető.

A projekt következő lépése az akadályok beazonosítása. A teljesség igénye nélkül ilyen például, hogy szoftver termékeket egész más módszerekkel kell értékesíteni, mint mobil előfizetést (megoldás értékesítés), új ügyfélkapcsolatokat kell építeni (más személy vesztel a telefont egy cégnél, mint mondjuk a CRM rendszert), valamint az értékesítési folyamatban új szereplőket kell támogatónak behívniük (például CRM megoldás szakértő). Akadály továbbá az új megtanulásával járó bizonytalanság, és az értékesítők kifelé mutatott magabiztos szerepe közötti ellentmondás.

A példa jól mutatja, hogy a gamifikáció önmagában nem áll meg, csak egy komplex fejlesztési program egyik elemeként értelmezhető, ahol a célja az, hogy a program sikeréhez szükséges motivációt felépítse. Jelen esetünk támogatja a tréning program végigvitelét (részvételi aktivitás, tréning feladatok végrehajtása) a készségi ranglistákkal, vagy heti feladatok megoldásáért adott pontokkal.

Itt visszautalnék a cikk elején említett pillecukor kihívás eredményeire. Egy radikálisan új képességeket igénylő termékértékesítés jutalmazását nem lehet a végénél kezdeni (eladott mennyiség után járó ösztönzők), az értékesítési folyamat összes lépését jutalmazni kell és minden fejlődési ponton az ahhoz szükséges támogatásokat kell biztosítani. Az értékesítés első lépése, hogy új kontaktokat kell keresni az ügyfélnél. Ez az ügyfélkapcsolati rendszerből (CRM) jól mérhető, jutalmazható. És természetesen mellé kell tenni azokat a képzési elemeket, amelyek a sikeres új kapcsolatépítéshez szükségesek. Tapasztalatom, hogy erős meglévő termékportfólióval és relevanciával



Minta képernyő, egy az együttműködést fejlesztő programból

rendelkező cégek értékesítőinek a változásig kevéssé van szükségük erre a képességre! A példában említett harmadik elem az együttműködés. Tapasztalat, hogy a telekommunikációs szektorban dolgozó értékesítők jellemzően magányos harcosok, kevés a tapasztalatuk az együttműködésben. Nagy változás számukra, hogy egy külső szakértőt bevonjanak és megnyerjenek a feladatra, megbízzanak benne, azaz sikeresen együtt dolgozzanak. A gamifikáció eszközeivel jutalmazni lehet az együttműködést (például a legtöbb külső segítséget bevonó, vagy másnak segítséget adók ranglistái).

Összegezve a sikeres gamifikációs projekt alapja a problémákat és a megoldásokat tisztán megfogalmazó program. Az ezeket a pontokat „támadó” gamifikációs programmal kiemelkedő változásokat lehet elérni!

ÖSSZEFOGLALÁS

Mielőtt a cikket olvasó pénzügyi vezető felugrana és törölné az éves költségek közül a pénzügyi jutalmakat, le kell szögezni, hogy a gamifikáció nem váltja ki, hanem kiegészíti a hagyományos motivációs eszközöket. A hagyományos formák hatékonyan jutalmazták a jól ismert folyamatok elvégzését, viszont a változások sikeres véghezviteléhez új eszközökre van szüksége a szervezeteknek.

És végül kedves cikket olvasó People Managerek, ne felejtsetek el, hogy minden motivációs rendszer legfontosabb elemei Ti Magatok vagytok. Akik célokat jelöltök ki, számonkértek, és **egyénre szabottan jutalmaztok!**

Jegyzetek

(1) További részletes információk a Gallup State of the Global Workplace tanulmányában. Forrás: <http://www.gallup.com/services/178517/state-global-workplace.aspx>

(2) Forrás és további részletek: <https://badgeville.com/category/case-studies/>



Ne próbálkozz, dönts!

A DÖNTÉS MÖGÖTT

Hányszor hallottad már azt a szuper tanácsot, hogy „Próbáld meg elérni azt a célt!”, vagy „Próbáld meg így!”? Ha ezt hallod, te mit csinálsz? Nekem bizony égnék áll a hajam! Miért is? Abban hiszek, ha valamit szeretnék másként csinálni, akkor nem próbálkozok, hanem megcsinálom. Próbáltál már megfogni egy pohár vizet? Mi történt? Ha megfogtad, akkor úgy döntöttél, hogy megfogod. Ha viszont továbbra sem nyúltál hozzá, akkor ezt a döntést hoztad. Nincs próbálkozás, csak döntés van. Így, vagy úgy, de minden pillanatban döntünk.

MIT JELENT NEKEM A DÖNTÉS?

A döntés nekem szabadságot jelent. Amikor dönthetek - bár gyakran félek a döntéshelyzettől – úgy érzem, hogy én határozom meg az adott pillanatban azt, hogy mi lesz a következőben. Ez felelősség, de a sorsom rajtam múlik, nem pedig a szerencsén.

DÖNTÉS ÉS A SZERENCSE

Nekem a döntés egy tudatos lépés, mégha az előzmények tudattalanok is gyakran. Nem mindig tudom, hogy mi vezet egy-egy döntéshez, csak úgy érzem, hogy jó lesz az eredmény. Nagyhából 10 éves lehettem, amikor az első megvásárolt lottószelvényel nyertem. Emlékszem az érzésre, és emlékszem arra a mondatra, ami utána éveken át elkísért. Ez pedig így szólt: „Szerencsés csillagzat alatt születtem.” Milyen érdekes, hogy éveken keresztül azt hittem, hogy mindaz a jó, ami velem történik, csak a szerencsének köszönhető. Szerencsém volt, hogy bekerültem egy erős gimnáziumba. Szerencsém volt, hogy angol nyelvterületen tanulhattam nyelvet. Szerencsém volt, hogy az első főnökömmel jól kijöttem. Szerencsém volt, hogy igen fiatalon lettem vezető, majd vállalkozó. És sorolhatnám még. Amit ma már tudok, és nem tudtam korábban, hogy az az erős gondolat, miszerint szerencsés csillagzat alatt születtem, hitet adott nekem ahhoz, hogy az előttem álló lehetőségeket meglássam és képes legyek dönteni. A körülményeinkre hajlamosak vagyunk haragudni, ha azokat úgy véljük, hogy kevésbé szerencsések. Nem arról van esetleg szó, hogy félünk döntést hozni, mert félünk magától a kudarctól?



KI DÖNTI EL, HOGY JÓ, VAGY ROSSZ A DÖNTÉS?

Lehetséges jó, vagy rossz döntést hozni? Amikor elbizonytalanodom magamban, akkor igen, úgy érzem, hogy vannak jó és rossz döntéseim. Amikor viszont visszatekintek az életem bizonyos döntéseire, és nem minősítem őket, akkor rá kell ébredjek, hogy a döntés csak döntés. Az teszi a döntéseinket jóvá vagy rosszá, hogy miként éljük meg a következményeket. Most már tudom, és ez a tudatosság egyik jele nálam a döntésben, hogy bárhogyan is döntök, és esetleg rosszul néznek ki a következmények, igyekszem gyorsan megkeresni benne a tanulási pontokat. Ha tetszetős a helyzet, akkor azt tudatosítom, hogy mi segített nekem az adott helyzetben dönteni, mire vagy kire hallgattam, mi segített felvállalni a következményeket, hogyan csináltam mindezt.

DÖNTÉSEINK ÉS A SORSUNK

Ez egy sikamlós kérdés, ugyanis abban hiszek, hogy a döntéseink meghatározzák a lépéseinket, tehát mindig dönthetünk, nincs a véletlenre bízva. Emellett viszont azt is érzem, hogy ha az életcélunkat jól meg tudjuk fogalmazni, és a döntéseinket eszerint hozzuk, a lépéseinket ennek megfelelően tesszük, akkor a sorsunkat teljesítjük be.

A LEGNEHEZEBB DÖNTÉS

Akkor érzem azt, hogy szorul a nyakam körül a hurok, amikor el kell engednem valamit, és abban kell döntést hoznom, hogy melyik legyen az. Nehezen engedek el dolgokat, ilyenkor sajnós halogatom a döntést.

Egy aktuális döntéshelyzetem is azzal kapcsolatos, hogy mit kellene elengednem, és hogyan. Mivel a karrierépítés után vállaltam gyerekeket, így nehéz elengednem a karriert, még ha kis időre is, és nehezen tudom elengedni a gyerekeim kezét is, mert felelősnek érzem magam. Felelős vagyok azért, hogy miként tudnak majd az életben döntéseket hozni, hogyan lesznek képesek szembenézni a döntéseik következményeivel, hogyan alakítják a sorsukat, szerencsésnek érzik-e majd magukat, és hogyan lesznek képesek új és újabb lehetőséget látni egy-egy helyzetben?

COACHING ÉS A DÖNTÉS

A coaching által megtanultam jó kérdéseket feltenni magamnak, így a válaszokra is gyorsabban rálelek. A coaching megerősített abban, hogy figyeljek és hallgassak a megérzéseimre, a magammal töltött csend segít lelassulni és befelé figyelni, ahol az igazi válaszok vannak. Összességében nagyon fontos szerepet játszik az életemben a coaching.

ÜGYFELEK ÉS A DÖNTÉSHOZATAL

“Amíg az agyunkat lefoglalják a félelmek, nem képes megnyitni magát a lehetőségek előtt.”

Amikor coaching folyamatban vagyok az ügyfelemmel, nagyon sokat segítenek a megérzéseim. Mindig figyelem, hogy milyen kérdés az, ami a leginkább közelebb vihetné Őt a döntéséhez. Hallgatok arra a bizonyos belső hangra, ami azt súgja, hogy most inkább hallgassak és várjak türelemmel. Az elengedést és az elfogadást a coachingon keresztül tudom a leginkább gyakorolni, így az ügyfeleim semmit nem éreznek abból, amivel én magam gyakran küzdök. Egy

erős mondat itt is segít engem, ahogy tizenévesen a lottónyereménynél is segített. Ez pedig: „Bízz az ügyfélben! Bízz a folyamatban!” Időnként csak nézőpontváltásra van szükség. Ami engem nem támogat, az az ügyfeletem annál inkább képes. Ez mindig segít.

NÉZŐPONTVÁLTÁS A DÖNTÉSHOZÁSBAN

Mivel gyakran félünk a döntéshozástól, csak úgy tudjuk ezt leküzdeni, ha magát a konkrét félelmet ragadjuk ki a helyzetből. Ha egy ügyfelem például attól retteg, hogy nem lesz képes hozni a tőle elvárt számokat jövő hónapban, akkor felteszem neki azt a kérdést, hogy „Mi lenne, ha a jövő hónapra egyáltalán nem kellene törődnöd a számokkal? Akkor mivel törődnél? Mindez hogyan segíthet neked abban, hogy mégis növekedjenek a számok?” Ami szenzációs ebben a helyzetben, hogy ha nincsenek félelmek, akkor helyette vannak lehetőségek. Amíg az agyunkat lefoglalják a félelmek, nem képes megnyitni magát a lehetőségek előtt. Nincs más dolgunk coachként, mint megnyitni a gondolkodást, és bátorítani ügyfelünket abban, hogy képes megfogalmazni a lehetőségeit. Ha nem megy egyik nézőpontból, akkor közelítsünk rá egy másikból. Ez lehet valaminek az ellentéte, a teljes hiányállapota, vagy túlzásokkal teli állapota, de szemlélhetjük a helyzetet sok év távlatából, vagy akár magasságból lenézve, ahol eltörpülnek a problémák. A lényeg, hogy építsünk bátran a nézőpontváltás erejére!

A HATÁR COACHING ÉS TANÁCSADÁS KÖZÖTT

A coaching előtt tanácsadóként dolgoztam így sok évvel ezelőtt nagyon nehéz volt elkülöníteni a kettőt. Gyakran éreztem azt a fajta sürgetettséget, hogy most azonnal segítenem kell, nincs idő várni. Szerencsére ez már elmúlt, és nagyon élvezem azt, hogy nekem csak abban kell döntenem, hogy melyik kérdést milyen módon tegyem fel, és az ügyfélnek meghagyjam a témájában a döntés jogát. Ami a leginkább segít engem abban, hogy ne adjak tanácsot, az nem más, mint az ügyfelemben vetett hit, miszerint képes dönteni, képes jól bánni a döntésével, és képes korigálni, ha szükséges. Amit megtanultam egy életre, hogy nincs jogom senkitől sem elvenni a tanulás jogát. Döntéshelyzetben mindig tanulunk, akármi is legyen az a tanulás. Tehát ne próbálkozz, dönts!



MAGYAR
COACHSZEMLE

Döntéseink
2016/1.

háttér

ÖRVÉNYESI Rita – CSETNEKI Csaba



„Egy coachnak állandóan a határokkal kell küzdenie”

2011 óta minden évben meghirdette az ICF (a világ legtöbb coachát tömörítő, nemzetközi szakmai szervezet) Magyar Tagozata az "Év Coacha" pályázatot. Nevezni egy coaching-folyamat esettanulmányával lehet, a beérkezett pályázatokat pedig neves szakmai grémium, idén Delevic Zita, Horváth Tünde, Járdán Tamás, Karácsonyi András és Mezei Andrea bírálta el.

„Elgondolkodtató azonban, hogy minden évben csak néhány esettanulmány érkezik.” – nyilatkozták a pályázati díj kiírói. Mi ennek az oka?

A megmérettetés vállalása, a megmutatkozás bátorsága a több száz fős coach-társadalomban is ritkaságnak számít. Csak kevesek vállalják, hogy megmutassák, mit és hogyan dolgoznak, általában ez a mestercoachok kiváltsága – az ő előadásai és műhelyeiken pedig népes nézősereg gyűlik össze: tanulni, látni, átélni, részese lenni egy folyamatnak? Vagy épp a bátorságot, a kiállni merést csodálni epekedve, s önmagunkat



Dr. Ludvig Károly
A 2015-ös év coacha

nyugtatni: „Ő nagy név, de én ezt soha nem merném bevállalni?”.

Kevesen elég bátrak ahhoz, hogy megnyíljanak és szakmai közönség előtt mutassák meg magukat, pedig a képzettség, gyakorlat és a személyes erősségek minden coach sajátjai. Ennek ellenére egy előadás vagy egy műhelymunka megtartása éppoly nagy kihívás, mint egy esettanulmány, mely betekintést enged szakmai titkainkba, fogásainkba, vagy egy szakmai cikkben megfogalmazott vélemény vállalása.

Mi az oka a bátortalanságnak? Mitől tartunk? Vagy mi tart vissza minket? Mások megítélése? Saját szakmai önbizalmunk gyengesége? Az ítélelkezéstől való félelem? Féltjük saját módszereinket? Nem akarjuk megosztani ötleteinket? Esetleg azt gondoljuk, hogy véleményünk nem illik bele a



MAGYAR
COACHSZEMLÉ

Döntéseink
2016/1.

hátter

közösség által alkotott általános vélekedésbe? Tartunk a negatív kritikától vagy a megbélyegző ítélkezéstől?

Az idei évben Dr. Ludvigh Károly esettanulmányát találta a bírálóbizottság a legjobbnak, így a 2015. évi „Év coacha díjat” ő tudhatja magáénak. Vele beszélgettünk a pályázaton való részvételéről, a benne zajló folyamatokról.

„A bátorság számomra szerteágazó téma. De kezdjük az elején. Egyrészt nagyon sok coach van ma a piacon, azaz sokan nevezik magukat így, és sokan működnek így. De minden coaching során négy szemközt vagyunk az ügyféllel, és abban a négy szemközti helyzetben akkor is jól létre tudnak jönni jó kapcsolódások, bizalom, rapport, ha nincs különösen nagy hozzáadott értéke a folyamatnak. Ha valakivel csak leülök beszélgetni, és jól figyelek, már az nagy támogatás. Sok szakember jó visszajelzéseket kap ügyfeleitől a coachingról, ezért sokan úgy gondoljuk, hogy jó coachok vagyunk. Ez egy szubjektív rendszer, ahol én magam ítélem meg a folyamatot. A másik ember pedig, aki a coachmunkámról bírálatot mond, nem más, mint az ügyfelem, a beszélgetőtársam. Ha azonban kirántom magam ebből a megszokott, biztonságos helyzetből, akkor elbizonytalanodás történik. Ha meg kell mutatni a tudást, az előbbi helyzetben tapasztalt önbizalom helyett bizonytalanság jön létre. „Mi van, ha nem válok be, ha mégis megbukom, ha...” Nagyon más minőség az, ha ki kell lépünk a korábbi biztonságból, mert benne van a kudarc, a lebőgés esélye. Az elhatározás pillanatában az ember azonban erős tud lenni. Szóval a bátorságot én így értelmezem: mondjatok rólam valamit, én azt gondolom, hogy jó vagyok...” – nyilatkozta Dr. Ludvigh Károly.

„Nagyon vonzott a pályázat: ki akartam próbálni, hogy egy olyan esetet, ami engem nagyon érdekelt, hogyan tudom keretek közé tenni. Szeretek írni, és a kötöttségekkel együtt kellett kiengedni a kezemből, átadni a történetet. Tudatosodott bennem, hogy abban a pillanatban, amikor leadtam a pályázatot, már védeni se tudom magam, nincs több értelmezés és magyarázat – az írásbeliség véglegességének súlya van. Tudatosodott, hogy már nincs hatásom a saját énképem változtatására – és felmerült a kérdés is: mi van, ha ez nem illeszkedik a szubjektív énképhez.

„Amikor valamit megmutatunk, mert azt gondoljuk, hogy jó, akkor szeretnénk visszajelzést kapni.”

A pályázat beadása nekem nem volt stressz, de persze végiggondoltam, hogy mi történhet. Úgy véltem, hogy régóta dolgozom már, sikerekkel, felkérésekkel, sok-sok órával, pozitív visszajelzésekkel. Ezért kíváncsiság volt bennem, hogy miként tudom ilyen szoros keretekkel és terjedelmi korlátokkal átadni azt, ami az elképzelésem. Kíváncsi voltam, hogy milyen a szakmai közeg visszajelzése.

Nézzük meg, hogy visszaigazolja-e a szakmai világ az énképemet, s ha nem, akkor mit fogalmaznak meg mások. A kíváncsiság olyan erős volt bennem, hogy nem éreztem, hogy bátorságra van szükségem. Éreztem, hogy itt az idő, ezért a pályázaton való részvétel nagyon gyors döntés volt.

Nekem egy félelmem volt: mi van akkor, ha van ez a pályázat – nem tudom, hogy mennyien fognak pályázni... mi van, ha megnyerem, akkor csak háromból nyerek. Úgy gondoltam, hogy 17-ből elsőnek lenni jó, a három kevés, az öt is határeset nekem. „Mi az értéke annak, amikor az ember nyer?” A visszatartó erő nem számított. Ha tudtam volna, hogy csak öten pályáznak – de kevés lett volna, hogy leállítson, de fékezett volna. Ha én

„Mi az értéke annak, amikor az ember nyer?”

vagyok az év coacha – akkor annak lehet egy olyan olvasata, hogy ja... ötből? Lehet, hogy van nálad száz sokkal jobb, csak ők épp nem adnak be pályázatot. Talán ezen kellett a legtöbbet dolgoznom a saját sikerélményemmel együtt.

Részben megmértem magam, egy szakmai szinthez képest. Úgy döntöttem utólag, hogy ha egyedül pályáztam volna, akkor is pályáztam volna – mert kíváncsi voltam az értékelésre. A díjátadáskor is felolvasták a bírálatot – és akkor azt mondtam magamnak, hogy ez nekem jó, és rendben van – mert arról szólt pozitívan és egyértelműen, amire kíváncsi voltam.

De hogyan lehet másokat is motiválni?

Maga a pályázat vagy önmagunk megmutatása is egy coaching-folyamat, ahol én veszek részt ügyfél-szerepben. A pályázat írása a coachee-létem, az értékelésem pedig a coachom. Így a legerősebb az önreflexió. Kérdés, hogy mit tudok kezdeni a szabályokkal, a keretekkel, a visszajelzésekkel, a félelmeimmal, és vajon a kockázatértékelésemet felismerem-e, helyén tudom-e kezelni a sikert, milyen realitáshelyezést ér el az objektív és szubjektív énképem – egy sor pozitív dolog, ami megéri!

Egy coachnak állandóan a határokkal kell küzdenie, a megmérettetés hozzá tartozik a fejlődéshez. S hogy a megmérettetés során a komfortzóna-kilépés, billenés vagy kilengés – ezt a folyamat mondja meg. Merek-e kimozdulni a komfortzónámból vagy sem?

Amikor valamit megmutatunk, mert azt gondoljuk, hogy jó, akkor szeretnénk visszajelzést kapni. Persze van bennünk előfeltételezés, hogy esetleg nem mindenki jóhiszeműen és konstruktív visszajelző szándékkal van jelen. Ilyenkor felmerül a kérdés, hogy „milyen hírem megy?” S mivel mindannyian a szolgáltatási piacon vagyunk, ha valami jó hír jön,



azt pozitívan felkapja a szakma.

De coachként rettegünk attól, hogy ítélkezzünk, és attól is, hogy felettünk ítélkezzenek. Ezzel – ha megmutatjuk magunkat -, szembe kell nézni. Kérdés az is, hogy mit kezdünk azzal, ha negatív visszajelzést kapunk. Mi a reakciónk? Van-e kedvünk illet tanulni? Mit tudunk kezdeni azzal a bizonytalansággal, hogy nem tudjuk, hogy mások mit gondolnak.

Olyan ez, mint a modern művészet. Sokszor olyan alkotások jelennek meg egy-egy modern tárlaton, melyek azt a reakciót váltják ki, hogy „ilyet én is tudok”.

Ám abban az alkotásban felkészültség, feszültség és koncepció van, és ezért számomra a modern művészet meghatározása az önkifejezés bátorsága. De mi van a lekicsinylés mögött? Véleményt mondok, ítélkezem, de magamat meg nem mutatom meg, ezzel lekicsinylem magam, és egyben azt sem szeretem, hogy más megmutatja azt, amit én is tudok... Ilyenkor kérdezem meg, hogy ha úgy döntöttél, hogy nem csinálod, akkor miért bajod, hogy más csinálja. Mindez önreflexió kérdése.

Fontosnak tartom még, hogy a művészethez hasonlóan a coachok önmegmutatásában is van egy nagy bizonytalanság, kettős vonatkozásban is. Az egyik, hogy nagyon vegyes és változatos a coaching szolgáltatói piac, és sokféle módon válnak coachcsá az emberek – folyamatok vagy fejlődés révén. Egyáltalán nem megoldott ma a coaching piacon, hogy miként lehet a coaching színvonalat mérni.

Rendben, vannak coach-kompetenciák, vannak rendszerek – melyek mérést tesznek lehetővé – de ez mégis nehezzé teszi az objektív mérést. Amikor elkezdek írni egy pályázatot, még nem tudom, hogy miként transzferálódik az írásmunka, amit készítek, abban a valós tudásban, amit megpróbálok leírni 500 karakterben. Nem tudom, hogy mennyire lesz objektív vagy szubjektív a megítélése.

Az önmegmutatás, szereplés, írás, pályázás, előadás tehát önreflektív tevékenység, és magából a folyamatból, a visszajelzésekből és a bizonytalanságokból nagyon sokat lehet tanulni.”



„Egy jó döntés akkor jó, amikor éppen aktuális”

Interjú Filákovity Dusánnal, *a Pannon Borbolt alapítójával*

Filákovity Dusán a Pannon Borbolt megálmodója, a cég és a nagykereskedelem ügyvezetője. A Pannon Borbolt sikere példaértékű, eddigi fennállása minden évében megduplázta az árbevételét. Dusán sokrétű munkát végez annak érdekében, hogy ez így legyen: kapcsolatot tart a pincészetekkel, az éttermekkel, a hotelekkel és szervezi a borbolt alapját képező Keddi Kóstolókat. A nyári fesztiválokra megjelenő standjaik ügyeit koordinálja, és néha kötényben megjelenik a pult mögött is. Ezen kívül alelnöke az egyik hazai BNI csoportnak. Dusánt a sikerhez vezető döntésekről kérdeztük.

MAGYAR COACHSZEMLE: VOLTÁL DJ, MAJD HORVÁTORSZÁGBAN DOLGOZTÁL TÖBB ÉVEN KERESZTÜL. EZEK NAGY VÁLTOZÁSOK, ÉS KÖZBEN BIZTOSAN RENGETEG DÖNTÉST KELLETT MEGHOZNOD.

HOGYAN HOZTAD MEG EZEKET A DÖNTÉSEKET?

Filákovity Dusán: Valóban sok mindennel foglalkoztam, de valahogy minden döntést ösztönből hoztam meg. Egy biztos, egy adott döntést mindig abban a pillanatban, abban az életkorban és azzal a tudással kellett meghoznom. A döntéseket nem lehet késleltetni, mert egy jó döntés akkor jó, amikor éppen aktuális, egy hónap múlva már lehet, hogy rossz döntés. A radikális változtatáshoz pedig igenis bátorság is kell, főleg egy vállalkozás beindításához. Minden döntésemet bizonyára nagy mértékben befolyásolták a megelőző munkáim, és az élettapasztalataim.



Csaba és Dusán

MC: VOLT MELLETTED OLYAN, AKI TÁMOGATOTT A DÖNTÉSEIDNÉL?

FD: Volt is, meg nem is. Az én esetemben a szüleim, ahogy ezt kell, inkább óvtak és féltettek. A feleségem keményen megmondta a véleményét, amit néha figyelembe vettem, néha pedig nem. Amikor valami komoly döntést hozol, a barátaid általában lebeszelnének róla, és valószínűleg ezt ők is szeretetből és óvatosságból teszik. Valami viszont konkrét: nem szeretem a „B” terveket! A mai világban egy vállalkozáshoz két fontos dolog kell szerintem: maximális kitartás a munkában, és szeretned is kell, amit csinálsz. Mert a csillogás a szemedben vagy ott van, vagy nincs, és ha nincs ott, akkor rögtön ott a kudarc!

MC: MI HÍVTA ÉLETRE A PANNON BORBOLTOT?

FD: A „boros világ” szeretete és a piaci rés meglátása. A Pécsi Borozó szakmai újság és blog tudása és kapcsolatai is kellettek hozzá, ahol az egyik legjobb barátom a főszerkesztő. Egy percig sem haboztam, társammal megalkottuk, megálmodtuk, majd megterveztük. Ahol most tartunk többé-kevésbé erre is számítottunk. Fontos, hogy ha üzleti társad van, biztatnod kell és hinned kell benne, és meg kell osztani a feladatot.

*„Egy cég életében nincs stagnálás.
Vagy növekszel, vagy csökkensz,
neked választanod kell, nincs mese.”*

Senki sem szupermen, hogy mindent kifogástalanul jól tudjon, ezért a cégedben a rendszer hozza meg a harmóniát: amikor mindenki tudja a dolgát és a felelősségét. Az is igaz, hogy nekünk három év kellett ahhoz, hogy erre rájöjjünk.

MC: KIDOLGOZTATOK EGY SPECIÁLIS PONTOZÁSI RENDSZERT A BOROK ÉRTÉKELÉSÉRE. MIRE ALAPUL, ÉS HOGYAN MŰKÖDIK EZ?

FD: Mindennek ez az alapja! Minden kedden a mi saját belső „keddi kóstolónkon” megkóstoljuk az új borokat, amelyeket szeretnénk árulni. Egy 100 pontos nemzetközi bíráló rendszer alapján lepontozzuk, egyedi borleírást írunk, és saját palackfotót is készítünk a borokról – hozzáteszem, ez nem kis munka, mivel jelenleg több mint 300 féle bort árulunk, amelyek mindig megújulnak az évjáratok miatt, és újrakóstoljuk őket, folyamatosan a kontroll. Ha az adott bor nem éri el a 80 pontot, vagy esetleg hibás, akkor nem forgalmazzuk, mert nem éri el azt a színvonalat, amit mi képviselünk. Erre a zárt kóstolóra a mi alkalmazottainkon kívül mindig meghívunk még külsős embereket is: borászokat, borkereskedőket, bor szakújságírókat és sommeliereket. Általában tízen, tizenketten vagyunk, és mindannyiunk véleményét átlagoljuk. A borok pontjait közzé tesszük minden



eladási csatornán, ezzel segítjük a vásárlók döntését. Ha bíznak a tudásunkban és hisznek nekünk, akkor nálunk csak tökéletes borokat fognak vásárolni.

MC: SZERINTEM LEGTÖBBÜNKNEK A BORRÓL NEM AZ JUT ESZÉBE, HOGY ONLINE RENDELHETŐ. HOGYAN JÖTT AZ ÖTLET, HOGY EZEN A TERÜLETEN EZT AZ ÚJSZERŰ MEGKÖZELÍTÉST ALKALMAZZÁTOK?

FD: Az volt a gondolatunk, hogy elérhetővé tesszük a Pannon Borrégió kicsi borászatainak a kínálatát az egész országban és az Európai Unióban. Az egyelőre valóban igaz, hogy kevesen

vásárolnak minőségi bort Magyarországon interneten, de ez a szám évről-évre nő. Az Egyesült Államokban például a többszöröse a bor eladása a világhálón keresztül. Magas minőségű kiszolgálással – értem itt a csomagolást, a pontos kiszállítást, a jó borokat – lehet növekedni, de persze semmi sem egyszerű. A Pannon Borbolt webáruházként indult 2011-ben, majd három év működés után nyitottuk meg a nagykereskedelmet, és indítottuk el a fesztiválokra kitelepülést, most pedig tervben van több városban saját vinotékák nyitása is.

MC: AMIKOR ELŐSZÖR TALÁLKOZTUNK, NAGYJÁBÓL KÉT-KÉT ÉS FÉL ÉVE, AKKOR KETTEN VOLTATOK A CÉGBEN. MÁRA 6 FŐRE DUZZADTATOK, ÉS ÚJABB MUNKATÁRSAT KERESTEK. MI A SIKERETEK TITKA? HOGYAN ÉPÍTKEZTEK?

FD: Eddig sikerült minden évben az árbevételünket megduplázni. Nem volt egyszerű. Nekünk, tulajdonosoknak azt kellett belátnunk, hogy embereket kell felvennünk ahhoz, hogy tudjunk növekedni, ehhez is bátorság kellett. Természetesen itt is próbáltunk pályázatokat igénybe venni, de a növekedést nem ennek köszönhetjük. Most úgy érzem, könnyebb volt a létra első fokáról a harmadikra ugrani, mint a harmadikról a negyedikre. Munka, munka, munka, ez a titok, és mindeközben embernek maradni az üzleti életben, civilként is, és otthon is.

MC: VISSZATEKINTVE HOGY LÁTOD, MELYEK VOLTAK AZOK A FONTOS DÖNTÉSEID, AMIK A VÁLLALKOZÁSOD SIKERÉHEZ VEZETTEK?





“A mai világban egy vállalkozáshoz két fontos dolog kell szerintem: maximális kitartás a munkában, és szeretned is kell, amit csinálsz.”

FD: Mertem és akartam nagyot álmodni. Egy cég életében nincs stagnálás. Vagy növekszel, vagy csökkensz, neked választanod kell, nincs mese. Ha úgy érzed, hogy a cégedben van potenciál, piaci lehetőség és lendület, akkor nem szabad visszafogni, és nem fordulhatsz meg, hogy jó döntést hoztál-e. Mert minden döntésed jó, csak ki kell tartanod mellette, és nem félvállról venni a dolgokat. Én is hoztam vakmerő döntést ebben a négy és fél évben, lehet, hogy a mai fejjel nem merném megcsinálni, de akkor ez egy jó döntés volt, mert az idő bizonyítja, hogy jó volt. Konkrétan: egy 8,8 milliós bor megrendelést adtam el egy külföldi vállalkozónak biztosíték nélkül, hittem benne, vagy csak megéreztem, hogy ki fog fizetni, ma már nem biztos, hogy megtenném...

MC: A TAPASZTALATAIDRA ALAPOZVA MI AZ A LEGFONTOSABB DOLOG, AMIT JAVASOLNÁL AZOKNAK, AKIK SIKERES VÁLLALKOZÁST SZERETNÉNK FELÉPÍTENI?

FD: Az a tippem és javaslatom, hogy hinniük kell magukban, nyitott szemmel figyeljék a világot és rájönnek, hogy mennyien csinálják rosszul a cégüket, és hoppá rögtön alakul egy piaci rés. A másik dolog, hogy kitartónak kell lenniük. Egy vállalkozás szerintem minimum 2-3 évig csak keresi az útját. A gyors meggazdagodás, szerintem legalábbis, nem létezik, az gyorsan el is száll. Biztos alapokra kell építeni, lassan, tudatosan növekedni és a növekedést felfogni és megélni.

MC: OLVASÓINK NEVÉBEN IS KÖSZÖNJÜK SZÉPEN A VÁLASZAIT!



AZ INTERJÚT

DOBOS ELVIRA KÉSZÍTETTE



MAGYAR
COACHSZEMLE

Döntéseink
2016/1.

Siker-történet



Külföldi élet magyar nők szemével

könyvajánló

„Kivándorlás: az országból menekülő, külföldön lehetőséget kereső fiatalok. Neves amerikai és európai egyetemek, ösztöndíjak. Munkavállalás, kiküldetés. London a második legnagyobb magyar város.” Naponta olvasunk és hallunk híreket a témában, de talán nincs is olyan ember ma Magyarországon, akinek közeli vagy távolabbi családtagjai, barátai közül valaki ne próbálna szerencsét határainkon túl. A statisztikai adatok is bizonyítják: egyre nagyobb az elvándorlás, a közvéleménykutatások pedig a kivándorlási szándék egyre növekvő arányát regisztrálják, elsősorban a fiatalok körében. A gazdasági statisztikák elsősorban a kedvezőbb munka- és életkörülményekkel és az anyagilag biztonságos jövőt ígérő élettel magyarázzák a kivándorlási szándék és hajlandóság növekedését. A *Szárnyak és gyökerek* című, a 2015-ös év végén megjelent kötetében Szűcs Nóra azonban rámutat, hogy az anyagi biztonság és a biztos munkahely megszerzésénél jóval több motiváció bújjik meg ennek az igen komoly döntésnek a háttérben.



SZERZŐ: SZŰCS NÓRA

CÍM: SZÁRNYAK ÉS GYÖKEREK

KIADÓ: URSUS LIBRIS, BUDAPEST

KIADÁS ÉVE: 2015.



MAGYAR
COACHSZEMLÉ

Döntéseink
2016/1.

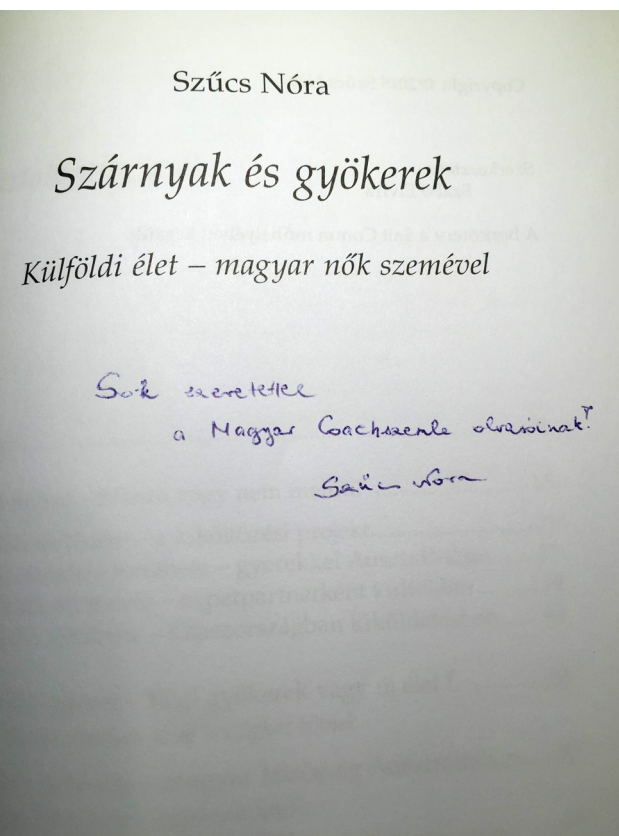
ajánló

Szűcs Nóra külföldön élő emberek támogatásával foglalkozó coach, munka- és szervezetpszichológus, kutató. Évek óta külföldön él: Németország, Egyesült Királyság, Svédország után jelenleg Bécsben folytatja doktori tanulmányait és a Bécsi Közgazdaságtudományi Egyetemen nemzetközi humánmenedzsmentet tanít. Rendszeresen látogat haza, Budapestre.

A kíváncsiság, a bátorság, a nyitottság, a kihívás, és a változás, fejlődés irányába mutató kalandvágó éppoly nagy jelentőségű, mint a munka kihívása, vagy a család számára a biztonságos megélhetés biztosítása. Vannak esetek, ahol a menekülés, az újrakezdés ad új motivációt egy lehetőleg távoli országban, másik földrészen. Annak ellenére, hogy a fenti motivációk közül minden olvasó talál magának egy-egy vonzót, az elvándorlási, vagy időszakosan külföldre költözési hajlandóság nem mindenkiben ilyen erős. Ez a mobilitási hajlandóság – mely a magyarok esetében jellemzően elég alacsony értéket mutat, összevetve mondjuk egy amerikai család mobilitási hajlandóságával.

Kik azok, akik mégis a külföldön élés mellett döntenek? Akinek **„magas az önmenedzselési képességben való hite, és hisz abban, hogy a saját kezében van a sorsa irányítása, illetve aki kevesebb családi akadályt érzel a külföldre költözés kapcsán.”** Azaz mernek szabadon szárnyalni.

De mit jelentenek a gyökerek egy külföldre költöző ember számára? Elhagyjuk-e gyökereinket? A család, a barátok, a programok, az itthoni megszokások mennyire fognak hiányozni „otthon”? Vajon elég jó-e a nyelvtudásunk? Hogyan fogunk boldogulni? Hol fogunk lakni? Lesznek-e új barátaink? Kivel és hol fogunk tudni megismerkedni? Mit fogunk csinálni esténként egyedül? Kell-e alkalmazkodnunk, s ha igen, hogyan? Meg fogunk-e felelni a munkában? Mi lesz, ha nem tetszik és haza kell jönni? Hazajövünk-e egyáltalán valamikor? Mi történik az itthon maradókkal? Magányos leszek-e? Vannak-e sorstársaim?



Ezernyi kérdés, melyekre a szerző komplex módon ad válaszokat. Saját, önvallomásként bátran vállalt dilemmáira és történetére alapozva veszi sorra a külföldön élés aspektusait: a kiköltözés ötletétől kezdve a letelepedésen át az új élet kialakításáig, a külföldi párkapcsolattól a külföldi munkán és karrieren át a hazaköltözés lehetőségéig.



Teszi ezt **bőséges szakirodalmi és tudományos háttérrel, kutatási adatokkal támogatva**, közérthetően megfogalmazott elméleti alapokra hivatkozva. **S ami a kötetet kiemeli a száraz szakirodalomból, az a témához kapcsolódó interjúk személyessége.** Szűcs Nóra külföldön élő nőkkel folytatott beszélgetései őszinte és reális képet mutatnak női sorsokról, melyek óhatatlanul megmozgatják az olvasó érzelmeit.

S hogy mit nyújt a könyv az olvasónak? Nekem hosszú önismereti utazást, időnként csendes, belül mosolygós egyetértést, máskor pedig hangos felháborodást, lázadást hozott. Vitatkoztam az interjúalany nőkkel: Hogyan teheti ki ennek a gyerekét? Na és mi lesz az otthoniakkal? Megéri ez? Ez menekülés! Míg egyik beszélgetés inspirált, a másik

feldühített, időnként ítékeztem, máskor elfogadtam.

A csapongó újraolvasás végére a kötetet színes post-it cetlikkel ragasztgattam tele. Végül megszületett bennem a felismerés: az összes érzelmi reakcióm a külföldre költözés gondolatával eljátszva saját kategorikus értékeim ütközéseiből ered. A gyökerekhez való ragaszkodásom mértékének felismerése, a felelősség, a megszokások, a kötődések ereje állt szemben bennem a külföldi élet kihívásaival. E cikket is jó néhány alkalommal újfogalmazva érett meg bennem a gondolat: a kalandot, újdonságot, fejlődést, változást és változtatást minden kihívás ellenére itthon is meg tudom keresni, találni és élni.





A döntésekről

A Magyar Coachszemle felkérésére készült Döntés című videó-cikk sorozatban Baktay Miklós megkapó előadásában közérthetően és átfogóan foglalja össze a döntés pszichológiai hátterét, a vele kapcsolatos tudományos kutatásokat. A rövid bevezetést követően – fő terápiás fókuszuknak megfelelően – a párkapcsolati döntésekről és azok érzelmi megközelítéséről beszél. Érzelmi állapotok rögzítése, az arany-pillanatok rögzítése, az elkötelezettség, a józanész és a racionális folyamat érzelmek mellé állítása a hívószavak.

Kattintsanak!

Baktay Zelka és Baktay Miklós az ország talán legismertebb, párkapcsolati terápiával foglalkozó szakemberei. Ők a Baktay házaspár, s közös identitásuk 1998-ban született, bár anyakönyvvezető csak 2001-ben pecsételte meg. A terápiás alapcsapatuk részei a család fiatalabb tagjai is: Galiba, a mentőkutya (2001,) Péter (2003), Lili (2005) és Bátor kutya (2011) – akiket tudatosan bevonnak a terápiás munkába. Kétezernél több esetük volt. Eddig.

„Egyéni terápiák esetén erősen építenek a kliens társas környezetére, lehetőség szerint személyesen is bevonva valamelyik fontosabb szereplőt. Ha egy krízisben lévő barátja, testvére, anyja vagy más hozzátartozója elkísér a terápiára, az sokszorosan képes erősíteni a pozitív hatásokat. Aki egyedül megy, eltölt a terápián egy-két órát, majd ismét visszakerül megszokott világába. Ha azonban elkíséri a terápiára egy hozzá közel álló személy, az egyrészt hozzáteszi, hogy ő miként látja a helyzetet, másrészt – és ez még fontosabb szempont – a kísérő azután vele marad egész héten, fogja a kezét, rálát a helyzetekre a terápiából hozott új szemszögből, így az könnyebben nyer létjogosultságot a saját életterében, világában.” – fogalmazza meg egyéni terápiára vonatkozó meglátását a házaspár.

Munkájuk során a személyiséget elsősorban szerepek összességének tekintik. Véleményük szerint minél változatosabbak, gazdagabbak ezek a szerepek, annál rugalmasabb a személyiség, annál könnyebben kapcsolódik másokhoz, annál könnyebben épít közös identitást a családban, különösen pedig a párkapcsolatban.

A praxisukban használt bármilyen diagnosztikus eszköz egyben a terápia eszköze

is. Sakktáblával, építőkockával, kavicsokkal nemcsak megjeleníteni lehet a családi rendszert, azt át is lehet rendezni, majd az eszköz révén megjelenített a változtatásokat a való életbe visszavinni. Ez az eljárás újdonságnak számít a teszt-diagnózis-terápia sorrendi megkötéshez képest.

„A terápia nálunk olyan problémamegoldó folyamat, melynek érdekében a Baktay házaspár saját, személyes erőforrásait is mozgósítja.” – emelik ki saját munkásságukról beszélve. Életterük és terápiás terük a kezdetektől fogva ugyanaz. Néha a terápiás helyzetet teljesen elrejtik saját magánéleti terük mögé – ezt segítik például a házuk táján élő állatok: a terápiára érkező családok gyerekei csak annyit tudnak, hogy lehet „nyuszit simogatni”, „kígyót etetni”, „kutyát sétáltatni”. A hagyományos, visszavonult személyiségű terapeuta modell helyett Baktayék nyílt modellként használják saját életüket.

A párkapcsolat – ahogy valamennyi élő kapcsolat – folyamatos odafigyelést, rendszeres gondoskodást kíván, hiszen a terapeuta pár nézőpontja szerint a párkapcsolat alapja a **közös identitás**. Ez tulajdonképpen egy közös ÉN, egy közös személyiség, ami olyan, mint a golyóálló üveg: minél több réteggel gazdagítjuk, annál ellenállóbb a külső behatásoknak. Gazdagítani pedig közös élményekkel lehet. Ennek gyakorlati támogatására olyan **párkapcsolat-gazdagító programot** hoztak létre, melynek keretében a párok egy hosszú hétvégére vagy akár egy teljes hétre elutaznak játszani, méghozzá szerepeket játszani.

Legújabb programjuk a **Szülők kézikönyve – Hogyan leljük örömeinket gyermekeinkben?** A Baktay házaspár olyan összefüggésekre igyekszik ráirányítani a szülők figyelmét, melyek hosszú távon biztosítják a stabil párkapcsolatra épülő család derűs működését.

A video sorozat megtekintéséhez kattintson a képre!



„Állandó változás, útban a legjobb felé”

Interjú Bohn Katalinnal,

a Báthori Ételműhely megálmodójával

Egy kolléganőnkkel bukkantunk a belvárosi kávéházra, amikor egy workshop után csendes, közeli helyet kerestünk, hogy összegezzünk, megbeszéljünk, lazítsunk, kiengedjünk. A második alkalmat követően egyszerűen törzsven-dégek lettünk, és már a tréningek, megbeszélések, coachingok előtt is Katali-nék bájosan berendezett ételműhelyében találkoztunk. Néhány alkalmat követően me-gismerkedtünk az ételműhely megálmodójával és egyik tulajdonosával, Bohn Katalinnal.

MAGYAR COACHSZEMLÉ: KATI, EMLÍTETTED, HOGY ERIKÁVAL EGYÜTT VÉGEZ-TETEK SZOCIOLÓGI SZAKON. MIVEL FOGLALKOZTATOK? MESÉLNÉL A PÁLYÁD-RÓL, KÖZÖS MUNKÁITOKRÓL NÉHÁNY MONDATBAN?

BK: Igazából mi Erivel Jeruzsálemben ismerkedtünk meg az egyetem előtt. Engem jo-gosan, felkészületlenségem miatt nem vettek fel az ELTE szociális munka szakjára, ő halasztott egy évet a Közgázon, hogy kimehessen. Én akkor babysitterként dolgoztam, ebből éltem, és készültem a jövő évi felvételire, Ő pedig ott járt suliba. Azt hiszem, a je



ruzsálemi egyetem könyvtárában találkoztunk. A történet vége az lett, hogy én a szocio-lógiát végeztem el, ahova ő is átjött, és együtt írtuk a diplománkat, amit közösen is védünk meg. Aztán közel egy időben születtek a gyerekeink, neki két lánya, nekem egy fiam és egy lányom, akik pici korukban nagyon sokat találkoztak. Mindketten Waldorf iskolába adtuk be a gyerekeiket, tudatosan, így a gyereknevelési kérdéseken sem vitat-koztuk annyira. 23 éves a barátságunk.



MAGYAR
COACHSZEMLÉ

Döntéseink
2016/1.

Interjú

MC: MIKOR ÉS HOGYAN MERÜLT FEL AZ ÉTELMŰHELY ÖTLETE?

BK: Az egyetem után másfelé vitt minket az élet, Eri ingatlanozott, én egy csereháti cigány közösséggel dolgoztam 12 éven át. Olyan iskolát akartunk beindítani, ahol első-sorban önfenntartáshoz szükséges ismereteket kaptak volna a felnőtt diákok. Szociális szakemberként ennyi éves tereptapasztalattal a hátam mögött arra jutottam, hogy ha a vidéki szegénységben élő emberek maguk termelnének meg mindent, amit fogyasztanak, sokkal egészségesebbek lennének, és nem kellene megalázkodniuk a segélyekért, sőt vihetnének a piacra a városiaknak sok saját terméket. Meggyőződésem volt, hogy az iskolai teljesítményük és motiváltságuk is nagy mértékben javulna.

Egy adoma erősített meggyőződésemben, amit Rudolf Steiner, a Waldorf iskola megalapítója, szellemi atyja fogalmazott meg: az emberek szellemi teljesítménye és kreativitása jóval nagyobb lenne, ha vegyszermentes élelmiszereket fogyasztanának, amelyekből kevés is jóval nagyobb mértékben táplálja a szervezetet, és több tápérték marad a szellemi működésre a test ellátásán túl. Ebből viszont oktatásszociológusként az is következett számomra, hogy kár az iskolával erőlködni, ha az emberi szervezet tápanyagellátottsága, enzimeháztartása nincs rendben.



A Báthori Ételműhely csapata



MAGYAR
COACHSZEMLÉ

Döntéseink
2016/1.

Interjú

MC: MI VEZÉRELT TITEKET, AMIKOR ÚGY DÖNTÖTTETEK, HOGY NYITTOK EGY BIO, VEGÁN, PALEO ÉS FAIRTRADE ÉTELEKET ÁRUSÍTÓ KÁVÉHÁZAT? MI MOTIVÁLT TITEKET?

BK: A felismeréseim után nem volt nagyon kérdés, hogy merre tovább. Meg kell találni a legjobb alapanyagokat, a legjobb beszállítókat, és elkészíteni a lehető legegészségesebb kávé, teát, szendvicset, levest, főételt, húst, sütit, mindent. Hát nem tudtuk, hogy milyen nehéz is ez. Kutatjuk a szakirodalmat, ahol rengeteg az egymásnak ellentmondó állítás, ha csak például a búza élettani hatásait nézzük. Hozzám személy szerint a paleo és a nyerskonyha áll a legközelebb, de sütünk búzalisztból almás pitét is, amihez a legjobb bio lisztet, bio vaját és bio almát használjuk fel.

MC: AZ ÜZLETVEZETÉS IGEN TÁVOL ÁLL A SZOCIOLÓGIÁTÓL. MI A HELYZET A MINDENNAPI ÜZLETI DÖNTÉSEKKEL ÉS A RACIONALITÁSSAL?

BK: Érdekes módon éppen azt érzem a legnagyobb segítségnek, hogy szociológus vagyok. Van rutinom abban, hogy megszólítsak bárkit, ha kérdésem van, ha véleményekre vagyok kíváncsi. Jó kapcsolatot építettem ki más kávézókkal a környéken, fel tudom őket hívni, ha gond van. A vendégeinket is gyakran kérdelem, hogy mit éreznek evés után, de szerencsére már mondják is maguktól. **Az a jó vendég nálunk, aki mondja a véleményét, aki kérdez jó sokat.** Szeretném, ha mindenki tudni akarna mindent arról, amit megesszük, és amiért fizet. Szerencsére sok tudatosan táplálkozó vendégük van, ők formálják leginkább, hogy mit főzünk, készítünk. Minden véleményen elgondolkozom, és ha építő, egészségesebb tőle az ételünk, megfogadjuk, váltunk.

MC: HA A BÁTHORI ÉTELMŰHELYRE GONDOLSZ, MI A HÁROM LEGFONTOSABB KIFEJEZÉS, AMI ESZEDBE JUT VELE KAPCSOLATBAN?

BK:

- Az otthon melege: szeretünk itt lenni.
- Állandó változás, útban a legjobb felé.
- Örülnék, ha a gyerekeim csak azokat az ételeket ennék, amit itt mi készítünk.

MC: OLVASÓINK NEVÉBEN IS KÖSZÖNJÜK SZÉPEN A VÁLASZOKAT!



MAGYAR
COACHSZEMLÉ

Döntéseink
2016/1.

Interjú

Szerzőink

BAKTAY ZELKA ÉS BAKTAY MIKLÓS

A szerzők pszichológusok, párkapcsolati terapeuták. Magánpraxisukat a kilencvenes évek második fele óta folytatják, több mint 2000 eset van mögöttük. Tudásuk legfontosabb része működő házasságok, bevált párkapcsolat-gazdagító módszerek modellezéséből származik. Saját életterüket tudatosan, terápiás eszközként alkalmazzák. Számos szakcikk és kötet szerzői, emellett jelenleg „Szülők kézikönyve” címmel indítottak videóblog sorozatot, hogy összefoglalják, és közérthető módon, mindenki számára elérhetően átadják a család, a párkapcsolat és a szülőség témakörében elméleti és gyakorlati tudásukat és tapasztalataikat.

BÖLCSKEI MÓNIKA

Tanító és HR Menedzser, akkreditált tréner, ACC business coach és akció tanulócsoport facilitátor. 12 éve dolgozik vezetőként, 8 éve saját vállalkozást vezet, és 7 éves nemzetközi önkéntes tréneri tapasztalattal is rendelkezik. Mindemellett 2 évig egy speciális iskolában tanított ADHD-s gyerekeket. Erőssége a tudatosság.

POGÁTSNIK BÉLA

Az Abylon Consulting társalapítója és Senior tanácsadója. Szakterülete a vállalati hatékonyság, ezen belül is az értékesítés fejlesztése, motivációs rendszerek, működési elemzések. Az Abylon megalapítása előtt 14 évet a Microsoft szolgáltatási és értékesítési területein dolgozott, tanácsadó és vezető beosztásokban. Vezetői karrierje legtanulságosabb részének a Microsoft átalakításában való részvételét tartja.

SZABÓ TAMARA

Több mint tíz éve dolgozik multinacionális környezetben, koordinátori, vezetői szerepkörökben. Ez idő alatt a szervezeti működés számos aspektusával került kapcsolatba, a stratégiai tervezéstől a játékosításon át az innovatív működés elterjesztéséig. Jelenleg fő tevékenységemként az Ericsson Magyarország K+F szervezetben felel a belső kommunikáció és az innováció koordinálásért, valamint tagja egy belső coach csapatnak. 2010 óta foglalkozik aktívan coachinggal, 2012-ben szerezte meg a Nemzetközi Coach Szövetség akkreditációját.

A Magyar Coachszemle szerkesztősége

DOBOS ELVIRA

ALAPÍTÓ, TÁRS-FŐSZERKESZTŐ

Coach - üzleti edző diplomát a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskolán szerzett. 2006 óta folyamatosan jelennek meg szakmai cikkei és szakfordításai, rendszeres előadója szakmai fórumoknak és konferenciáknak. 2008-tól 2014-ig a Pécsi Tudományegyetem oktatója. A vezetői és karrier coaching mellett 2013 márciusától munkaerőpiaci reintegrációt elősegítő tréningeket, egyéni és csoportos coachingot vezet megváltozott munkaképességű, illetve hátrányos helyzetű emberek számára. Egyéni és teamekkel folytatott coaching folyamatokban több, mint 2000 óra tapasztalattal rendelkezik. 2016-tól a Magyar Coach Egyesület elnöke, a Magyarországi Coach-szervezetek Szövetségének elnökségi tagja.

ÖRVÉNYESI RITA

ALAPÍTÓ, TÁRS-FŐSZERKESZTŐ

Kommunikációs szakértő, marketing szakember. Több mint húsz év szakmai és vezetői tapasztalattal rendelkezik multinacionális vállalati környezetben. Szakterülete a stratégiai tervezés, a kereskedelmi és marketing szervezetek és munkafolyamatok kialakítása, fejlesztése, hatékonyságának növelése. Szívesen foglalkozik Public Relations feladatokkal is. Coach-diplomáját a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskolán szerezte. A forprofit feladatok mellett a nagyothallók és siketet coaching támogatását végzi társadalmi felelősségvállalásként. Az Óbudai Egyetem vendégoktatója, az ICF Magyar Tagozatának elnökségi tagja..

KOVÁCS PETRA

SZERKESZTŐ

Petra pszichológus, 2011-ben végezett a Pécsi Tudományegyetemen, felnőtt klinikai és egészségpszichológia szakirányán. Angliában a mindfulness meditáció elméletét és gyakorlatát tanulta. Jelenleg kutatóként és oktatóként dolgozik a Pszichológia Doktori Iskola Elméleti Pszichoanalízis programján belül. Legkedvesebb területei az álmok, az emlékezet és az önismeret. Ezek közül utóbbit nem csak szakmai szempontból tartja izgalmasnak, hanem a személyes élmények lehetősége miatt

is. Az elmúlt években önmaga megismerésének lépcsőit járta, saját határait feszegette, kipróbált egyéni és csoportos módszereket is. Célja, hogy megossza az olvasókkal az önismeret mindenki számára járható útjait szakmai ismeretei és saját tapasztalatai segítségével.

RUSZÁK MIKLÓS

SZERKESZTŐ

Egyéni és team coach, tréner, szociológus. Szakterületei a társadalmi folyamatok, szervezetszociológia, generációk közötti együttműködés, férfiak és nők együttműködése munkahelyi környezetben. A Magyar Coach Egyesület alelnöke, a Magyar Coachszemle szerkesztője, 2012-ben a Pécsi Tudományegyetem óraadó oktatója. 2011 óta segíti megváltozott munkaképességű emberek társadalmi és munkaerőpiaci reintegrációját. Több, mint 1300 óra tréning és tanácsadói tapasztalattal rendelkezik.

CSETNEKI CSABA

SZERKESZTŐ

Mérnöki és tanári diplomája megszerzése után éveket töltött szolgálatban a Malévnál, ezzel párhuzamosan dolgozott egy felsővezetői tanácsadó cégnél, valamint hosszú és sikeres versenytáncos pályára állt mögötte. A lehetetlen lehetővé tétele, a nyitottság, az új nézőpont, az akadályok leküzdése, a közös munka és a kitartás ez idő alatt éne részévé vált. Évek óta foglalkozik sport mentál tréninggel, coachinggal, business coach diplomámat a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskolán szereztem. 2014-től a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola meghívott oktatójaként dolgozik, az ICF Magyar Tagozatának elnökségi tagja.

Magyar Coachszemle

2016/1.

Döntéseink



MAGYAR
COACHSZEMLÉ

ISSN 2063-6679

coachszemle.hu

Minden jog fenntartva.