

Jak przekonać szefa?

Przekonywanie szefa* może być niełatwe. Mamy dla Ciebie kilka podpowiedzi jak pomóc szefowi powiedzieć: „Tak”.

Używając przygotowanych przez nas podpowiedzi, możesz przekonać szefa nie tylko do tego, aby zainwestował w Twoje szkolenie. Nasze wskazówki sprawdzają się generalnie przy przekonywaniu do wszystkich genialnych pomysłów.

*Uwaga: piszemy "szef" dla uproszczenia, mając na myśli osobę decyzyjną. Wiemy, że często przekonać trzeba kolegę z zespołu, albo kogoś z innego departamentu.

Niech Twój pomysł wpisze się w cele szefa



#1

Jak to Ci się uda to 80% roboty za Tobą!
Mamy tendencję do myślenia o sobie, ale to nie najlepsza droga do przekonywania. Spróbuj sformułować propozycję tak, aby szef dostrzegł, że de facto pomoże sobie. Potrzebujesz zrozumieć 2 rzeczy:

1. Co chce osiągnąć, jakie są jego cele.
2. Jak Twój pomysł może go przybliżyć do osiągnięcia tych celów.

Ważniejszym dla szefa będzie skupienie się na rozwoju firmy niż łagodzeniu konfliktów pomiędzy uczestnikami Twojego zespołu. Jeśli tak, to szkolenie z efektywnych metod komunikacji w zespole, które odbędziesz TY, pozwoli jemu skupić się wyłącznie na priorytetach.

Skup się na problemach szefa

Skupiamy się na swoich sprawach i najpierw próbujemy rozwiązać swoje problemy. Dotyczy to tak samo Twojego szefa. On bardziej myśli o tym jak poprawić swój komfort niż Twój. Dlatego mówiąc o szkoleniu nie skupiaj się na tym jak ono usprawni Twoją pracę, ale podkreśl jak bardzo podniesie efektywność pracownika. To może być to samo, ale z innej perspektywy. Zamiast mówić o tym, jak łatwiej będzie Tobie skupić się Twoich obowiązkach, po szkoleniu z asertywności, powiedz o tym jak wzrośnie Twoja efektywność.

#2

Tak przy okazji, im bardziej znasz cele i zamiary szefa, tym większe są Twoje szanse na przekonanie go do czegośkolwiek.

Zadbaj o reputację lidera



#3

To normalne, że szefowie ufają bardziej przodownikom, liderom, ortom, specom i zwycięzcom. Prymusi zgarniają pochwały i uwagę. Twój szef też bardziej ufa tym, którzy „dostarczają”. Jeśli cieszysz się dobrą opinią to istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że Twoje propozycje są także oceniane lepiej niż innych. Pamiętaj – to nie oznacza, że nie musisz się przygotować do argumentacji. Nie przesadz!

FOMO

Organizacje bywają konserwatywne. Większość z nas stroni od ryzyka. Nie lubimy zmian i unikamy śmiałych decyzji. Zawsze usłyszysz, że „nie da się”.

Można to wykorzystać do stworzenia poczucia pilności. Pokaż co robią inni i jak szybko rozwija się Twoja branża, w skali kraju, a może na świecie (sięgnij po przykłady firm, które ceni szef). Taka ilustracja może wywołać efekt strachu przed przegapieniem (FOMO – Fear of missing out). Efekt FOMO, został już całkiem nieźle przebadany, w skrócie sprowadza się do poczucia, że może nas coś niepostrzeżenie ominąć.

W naszym przypadku można po niego sięgnąć, aby przełamać stagnację i niechęć do zmian lub do podnoszenia kwalifikacji. Zadajmy sobie - albo szefowi - pytanie: a co, jeśli wszyscy inni się szkolą i podnoszą kwalifikacje i tylko my tego nie robimy?.

#4

Poszukaj inspiracji



#5

Łatwo utknąć we własnym świecie, wtedy potrzeba zewnętrznej stymulacji. Kiedyś mieliśmy głównie książki, dziś łatwo sięgnąć po blogi, filmy w sieci, różne raporty, podcasty, TEDa. Jak już znajdziesz inspirację, podziel się nią z szefem też. Nie musi tego czytać czy oglądać. Opowiedz, podsumuj, zrecenzuj. To może pomóc.

W grupie siła

Zbuduj sieć wsparcia. Może ktoś też tak myśli jak Ty. Może koledzy/koleżanki już wpadli na ten pomysł. Co dwie głowy to nie jedna. Gdy więcej osób zgłosi pomysł lub potrzebę Wasz głos będzie lepiej słyszany.

Pomyślcie też jak szkolenie może pomóc nie tylko poszczególnym osobom, ale całemu zespołowi. Użyjcie tych argumentów.

#6

Liczby i historie

#7

Liczby nie kłamią, ale mogą być trudne do wyjaśnienia. Wszyscy je rozumiemy, ale dobrze zilustrowane potrafią przekazać więcej. Możesz powiedzieć 200 miliardów PLN, ale możesz powiedzieć, że gdyby to ułożyć w złotówkach to stupek sięgałby z ziemi na księżyc. Przemawia do wyobraźni jakoś inaczej, prawda?

Opowieści przemawiają do nas nawet bardziej niż liczby. Zwizualizowane dane tworzą historie. Niech w Twojej argumentacji pojawią się liczby, ale stwórz z nich historie. Nie mów 60% tylko powiedz, że dwóch z każdej trójki Twoich przyjaciół..

Obniż ryzyko

Niskie ryzyko, duża nagroda. To krótka charakterystyka decyzji łatwej do podjęcia.

Po stronie nagrody Twój szef zapisze: jak bardzo Twoje szkolenie się szefowi przyda, jak mocno przyczyni się do realizacji jego celów, czy rozwiąże jakiś jego problem, jak poprawi jego reputację wewnątrz/na zewnątrz?

Po stronie ryzyka zapisze: koszty, oderwanie Cię od zadań, prawdopodobieństwo porażki i jej potencjalne skutki.

Jeśli wykorzystasteś już wszystkie możliwości uprawdopodobnienia zysków, to teraz dołóż wszystkie argumenty, które pomogą Ci obniżyć ryzyko. Im bardziej obniżysz ryzyko związane z Twoją propozycją, tym bardziej przekonująca ona będzie.

#8

Eksperyment



#9

W warunkach wysokiego ryzyka niełatwo podejmuje się decyzje. Pomóc może rozbitcie dużego projektu na kilka mniejszych.

Mniejszy eksperyment w kontrolowanych warunkach pozwoli sprawdzić słuszność założeń i ograniczyć koszty.

Może warto podzielić tego słonia na kawałki? Wtedy zamiast wysyłać grupę osób na szkolenie, najpierw spróbujmy przetestować na jednej. Co ważne, zanim przekonasz szefa do eksperymentu, sprawdź czy tak samo definiujecie sukces i jak będziecie mierzyć rezultaty.

Będziesz miał liczby, a one pozwolą Ci stworzyć historie.

Rozmowa

W końcu, nadejdzie ten moment, kiedy będziesz mógł przekonać szefa i dać mu szansę powiedzieć: „Tak”.

I co wtedy?

Dobrze jeśli znasz szefa, wiesz co lubi. Czy zacząć nieformalnie przy kawie? Czy zarezerwować salę i wysłać zaproszenie? A może przygotować wszystkie argumenty na slajdzie? Zależy od tego jak szef woli.

Podpatrz jak robią to inni, szczególnie Ci, którzy dostali jego zgodę.

Możesz sięgnąć po sprytne narzędzie, które pomoże Ci zdefiniować odpowiedni styl komunikacji z Twoim szefem: crystallknows.com

#10

A teraz do dzieła! Twoja kolej, powodzenia!