

Spis treści

Przedmowa	11
-----------------	----

CZĘŚĆ PIERWSZA

MODEL OKR W PRAKTYCE	15
----------------------------	----

Rozdział 1.	Hej, Google, poznajcie model OKR	17
Rozdział 2.	Ojciec modelu OKR	41
Rozdział 3.	Operacja Crush. Historia Intela	63
Rozdział 4.	Supermoc nr 1: koncentracja i zaangażowanie w priorytety	79
Rozdział 5.	Koncentracja: przypadek firmy Remind	95
Rozdział 6.	Zaangażowanie: przypadek firmy Nuna	111
Rozdział 7.	Supermoc nr 2: uzgodnienie działań i nawiązywanie relacji z myślą o pracy zespołowej	123
Rozdział 8.	Uzgadnianie: przypadek MyFitnessPal	141
Rozdział 9.	Nawiązywanie relacji: przypadek Intuitu ...	157
Rozdział 10.	Supermoc nr 3: monitoring dla zapewnienia odpowiedzialności	171
Rozdział 11.	Monitorowanie: przypadek The Gates Foundation	189
Rozdział 12.	Supermoc nr 4: sięganie po to, co niezwykle	199

Rozdział 13. Wyznaczanie ambitnych celów: przypadek Google'a Chrome	213
Rozdział 14. Wyznaczanie ambitnych celów: przypadek YouTube'a	227

CZĘŚĆ DRUGA

NOWE REALIA PRACY	251
--------------------------------	------------

Rozdział 15. Ciągłe zarządzanie wynikami: OKR i CFR	253
Rozdział 16. Rezygnacja z rocznej ewaluacji pracowników: przypadek Adobe	271
Rozdział 17. Co dzień lepszy wypiek: przypadek Zume Pizzy	281
Rozdział 18. Kultura	301
Rozdział 19. Zmiana kulturowa: przypadek Lumeris	315
Rozdział 20. Zmiana kulturowa: przypadek Campaign ONE Bono	329
Rozdział 21. Cele na przyszłość	343
Dedykacja	347
Dodatek 1. Podręcznik OKR Google'a	357
Dodatek 2. Typowy cykl OKR	369
Dodatek 3. Rozmowy o wynikach	373
Dodatek 4. Podsumowanie	377
Dodatek 5. Dodatkowa lektura	387
Podziękowania	391