

# Spis treści

---

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Przedmowa</b> .....                                                                                 | 13 |
| <b>Wprowadzenie</b> .....                                                                              | 15 |
| <b>Rozdział 1</b>                                                                                      |    |
| <b>Co się zmieniło w obszarze zarządzania ludźmi w drugiej dekadzie XXI wieku?</b> .....               | 19 |
| Czy <i>Great Resignation</i> , <i>Quiet Quitting</i> etc. to modne buzzwordy, czy realne trendy? ..... | 20 |
| Inni o trendach .....                                                                                  | 24 |

## Część 1 CZŁOWIEK

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| <b>Rozdział 2</b>                                              |    |
| <b>Model ludzkiego potencjału</b> .....                        | 39 |
| Ogry są jak cebula .....                                       | 39 |
| Uwarunkowania kulturowe, czyli Starbucks a sprawa polska ..... | 42 |
| Feedback, informacja zwrotna a różnice kulturowe .....         | 43 |
| Inne aspekty naszego potencjału .....                          | 45 |
| Aspiracje, postawy i nastawienie .....                         | 45 |
| Wartości .....                                                 | 46 |
| Tożsamość .....                                                | 48 |

## Rozdział 3

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Różnorodność i style zachowań</b> .....                          | 51 |
| Style zachowań w modelu Extended DISC .....                         | 51 |
| Percepcja – Intuicja .....                                          | 53 |
| Myślenie – Uczucie .....                                            | 53 |
| Kilka historii z mojej praktyki .....                               | 58 |
| Style zachowań a komunikacja między dwiema osobami .....            | 61 |
| Platynowa zasada, czyli spersonalizowane motywowanie .....          | 64 |
| Efektywna współpraca w zespole a różnorodność stylów zachowań ..... | 66 |
| Kilka historii z mojej praktyki .....                               | 71 |
| Różnorodność, inkluzywność, przynależność .....                     | 78 |

## Rozdział 4

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Kompetencje liderskie i algorytm przywództwa</b> .....                       | 81  |
| Style przywództwa według Extended DISC .....                                    | 87  |
| Metody mierzenia kompetencji liderskich .....                                   | 91  |
| Ocena/Feedback 360 stopni – wróg czy przyjaciel menedżera? .....                | 94  |
| Jakie kompetencje liderskie warto rozwijać w trzeciej dekadzie XXI wieku? ..... | 96  |
| Jak Feedback 360 stopni może działać w praktyce? .....                          | 104 |

## Rozdział 5

|                                                                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Zachowania, kompetencje i nastawienia w sprzedaży</b> .....                                                     | 111 |
| Postrzeganie sprzedaży w polskiej kulturze .....                                                                   | 117 |
| Typy modeli/procesów sprzedaży i role sprzedażowe w modelach Extended DISC oraz FSA (FinxS Sales Assessment) ..... | 120 |
| Kompetencje w modelu FSA .....                                                                                     | 126 |
| Napompowany balonik (nie tylko w sprzedaży) .....                                                                  | 138 |

## Część 2

### DRUGA STRONA UKŁADANKI: ORGANIZACJA

## Rozdział 6

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Czym jest kultura organizacyjna i dlaczego ma takie znaczenie?</b> ..... | 143 |
| Modelowanie zachowań przez liderów i liderki .....                          | 151 |
| Kalendarze i spotkania online w dużym banku .....                           | 151 |
| Ograniczający wpływ obecnej kultury na wdrażane zmiany .....                | 153 |
| Martwe sale .....                                                           | 153 |
| Nowa tania linia lotnicza i nowe standardy obsługi .....                    | 154 |
| Lekarze a pielęgniarki – niezdrowa kultura komunikacji .....                | 156 |
| Fotografowanie kultury organizacyjnej z pomocą Diamentu Extended DISC ..... | 157 |

## Rozdział 7

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| <b>Zmiana w organizacji</b> .....                         | 163 |
| Zmiany pokoleniowe .....                                  | 166 |
| Dlaczego zmiana jest trudna i często się nie udaje? ..... | 168 |
| Zmiana a nawyki i style zachowań .....                    | 184 |

## Rozdział 8

|                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Od stresu do dobrostanu</b> .....                                         | 193 |
| Definicja stresu .....                                                       | 193 |
| Reakcje na stres w modelu Extended DISC .....                                | 195 |
| Extended DISC Termometr Organizacji – stres na poziomie ogólnofirmowym ..... | 201 |
| Zmiana perspektywy – zmierzmy dobrostan/poczucie szczęścia w pracy .....     | 205 |
| Jak rozumieć szczęście w pracy? Skąd się bierze poczucie szczęścia? .....    | 205 |
| Badanie poziomu szczęścia lub dobrostanu .....                               | 207 |
| <b>Podsumowanie</b> .....                                                    | 213 |

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| <b>Twoje refleksje po lekturze</b> ..... | 217 |
|------------------------------------------|-----|

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| <b>Kwestionariusz autorefleksji</b> ..... | 219 |
|-------------------------------------------|-----|

|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Mój plan działania (osobisty lub organizacyjny)</b> ..... | 225 |
|--------------------------------------------------------------|-----|