

„Coaching i mentoring w prowadzeniu działalności gospodarczej – moda czy konieczność?”

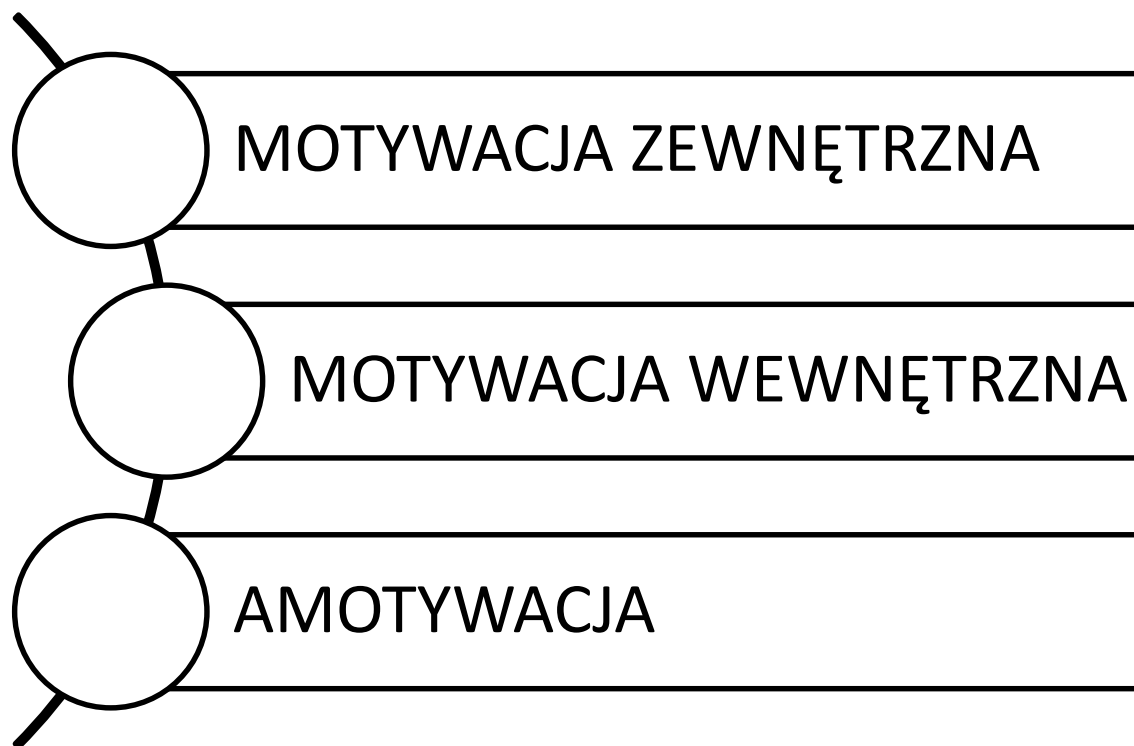


BE**MASTER**



MOTYWACJA
– czyli co?

RODZAJE MOTYWACJI



MOTYWACJA WEWNĘTRZNA



AUTONOMIA



KOMPETENCJE

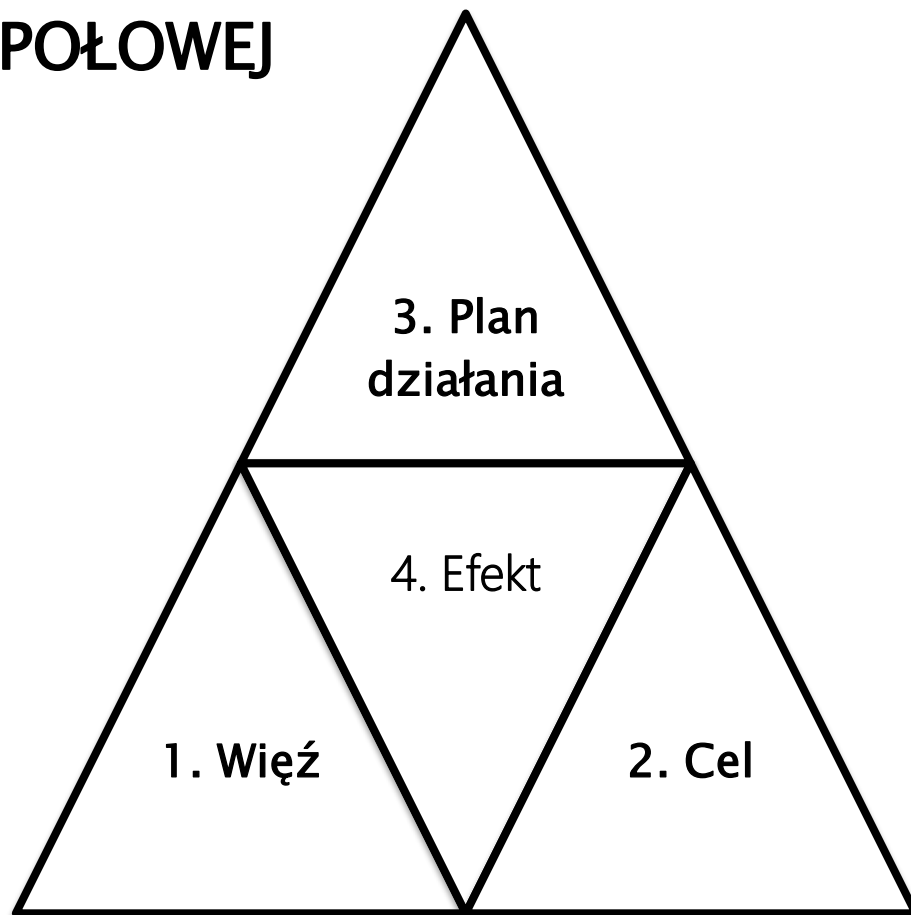


ISTOTNOŚĆ

Motywacja wewnętrzna wg. Rayana i E. Diciego

BE**MASTER**

DIAMENT MOTYWACJI ZESPOŁOWEJ



3 ELEMENTY EFEKTYWNEJ MOTYWACJI



BE MASTER

TECHNIKA 1:

PO JAPONSKU, czyli KAZIEN:

Zanim weźmiesz się do nauki, ustal na początku:

1. Co chcesz zmienić? Dobrowolne i samodzielne ustalenie przyczyny zachęci Cię do zmiany.
2. Pierwszy krok. Zdecyduj od czego zaczniesz. Na tym etapie przygotuj plan i zaplanuj pierwszy ruch.
3. Ustal następne kroki i terminy ich realizacji.
4. Zapisz cel główny, ten do którego dążysz. Niech będzie motywujący.

5 WHY?

TECHNIKA 2 : OKREŚL KORZYŚCI

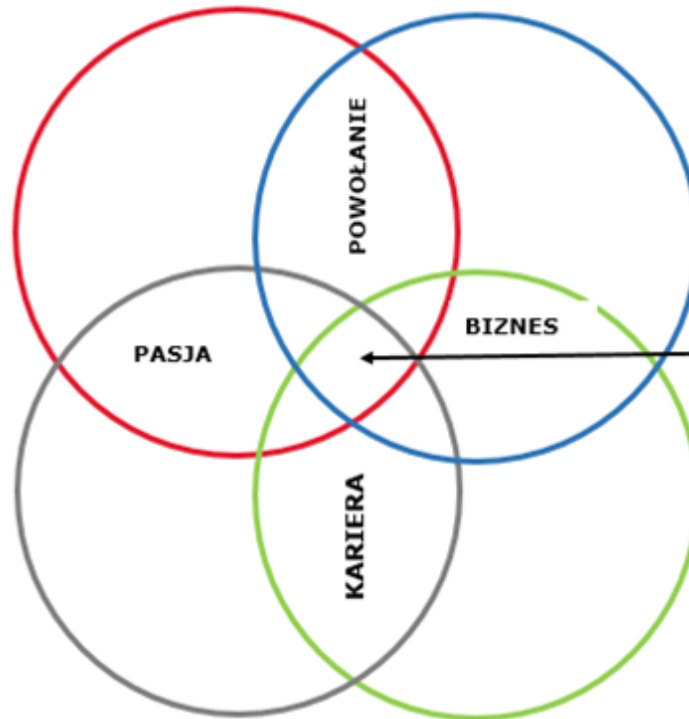
Określ korzyści finansowe, czasowe lub osobowe, które wynikną z faktu, że wykonasz zadanie, np.:

- a) Zarobię na tym..... i dzięki temu..... – korzyść finansowa;
- b) Jeśli odpuszczę sobie spędzanie godziny w Internecie dziennie, zyskam w miesiącu 31 godzin(!) i przeznaczę je na..... – zyskanie na czasie;
- c) Dzięki temu, że zaraz zabiorę się za to zadanie....., skończę je za godzinę i dzięki temu zyska ktoś obok mnie, czyli....(mąż, szef, dziecko) – altruizm;
- d) Dzięki temu, że to zrobię, zyskam uznanie w oczach moich pracowników i będę mogła awansować – korzyść statusowa.

W POSZUKIWANIU ŻŁOTEGO ŚRODKA

1. ROBIENIE CZEGO SPRAWIA CI NAJWIĘCEJ FRAJDY, RADOŚCI, PRZYJEMNOŚCI?
2. CO BYŚ ROBIŁ/A NAWET GDYBY CI NIE ZAPŁACILI?
3. CO CHCESZ POWIEDZIEĆ LUDZIOM?

1. CO ROBISZ DOBRZE?
2. CO ROBISZ BEZ WIĘKSZEGO WYSIŁKU?
3. ZA ZROBIENIE CZEGO, CZĘSTO SŁYSZYSZ POCHWAŁY, KOMPLEMENTY?
4. CO SPRAWIA, ŻE JESTEŚ WIARYGODNY/A W DANEJ DZIEDZINIE?



1. CZEGO POTRZEBUJE ŚWIAT?
2. NA CO, TWOIM ZDANIEM, LUDZIE POŚWIĘCAJĄ CZAS?
3. CZEGO LUDZIOM BRAKUJE?

„ŻŁOTY ŚRODEK”

1. ZA CO LUDZIE PŁACĄ?
2. SKĄD LUDZIE DOWIADUJĄ SIĘ O TYM, CO MOŻNA OD KOGOŚ DOSTAĆ, KUPIĆ?

Opracowanie własne na podstawie: L.D. Czarkowska: Business coaching, a cechy, motyw i działania przedsiębiorcy.

Sztuka dokonywania wyborów i podejmowania decyzji w coachingu przedsiębiorców [w:] Business coaching jako dzwignia rozwoju przedsiębiorczości (red. nauk.) L.D. Czarkowska.

BE MASTER

PRZEKAZ MAREKTINGOWY MOJEJ FIRMY/PRODUKTU

1. Kim jest twój klient docelowy? Kto korzysta z Twoich produktów.
2. Opisz najdokładniej jak potrafisz swojego klienta docelowego: wiek, miejsce zamieszkania, system pracy, rodzina, nadzieje, marzenia, obawy, wartości, sposób spędzania wolnego czasu, wyzwania.
3. Wymień 3–5 problemów klienta, które rozwiązują Twoje produkty lub usługi.
4. Z powyższej listy wybierz największy problem klienta docelowego, który rozwiązuje Twój produkt lub usługa.
5. Wymień od 3 do 5 korzyści dla klienta wynikające z zastosowanie twojego rozwiązania.
6. Wybierz najważniejszą, jedną korzyść, dla klienta.
7. Na jakie sposoby potencjalny lub aktualny klient może się z Tobą skontaktować?
8. Wybierz jednej sposób, który jest najbardziej efektywny dla Twojego klienta dot. kontaktu z Twoją firmą.

STWÓRZ 30 sekundową reklamę zawierającą 75 słów skierowaną do klienta docelowego. Pracuj tak długo, aż będziesz zadowolony.

JAK WYKORZYSTASZ TEN PRZEKAZ W SWOJEJ FIRMIE?

Źródło: T. Stoltzfus: Sztuka zadawania pytań w coachingu.

BE MASTER

ANALIZA JAKOŚCIOWA KONTRAHENTÓW FIRMY

Wykonaj zadanie według instrukcji.

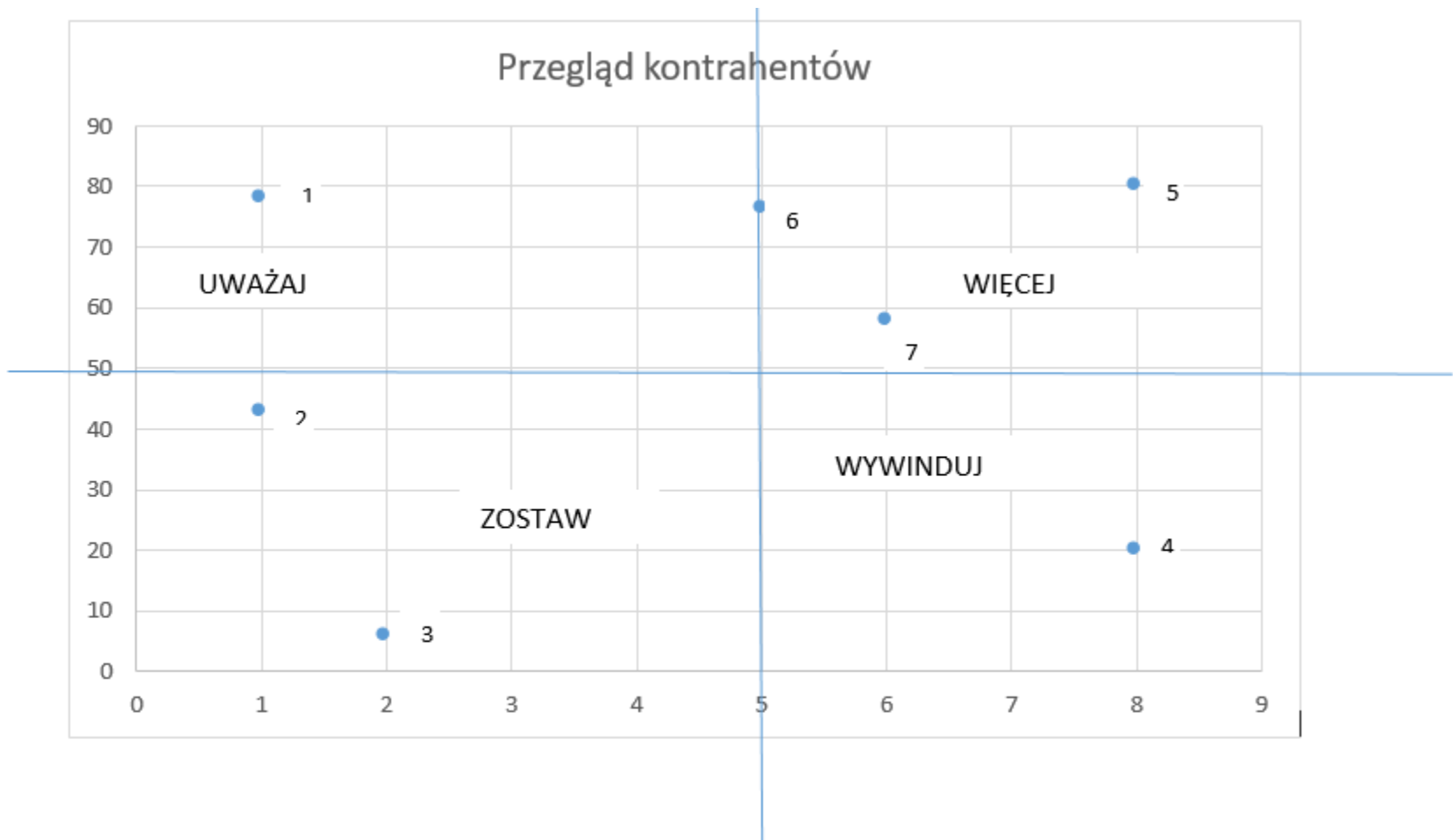
1. Sporządź tabelę składającą się z trzech kolumn i tylu wierszy ilu masz kontrahentów.
2. Każdemu z kontrahentów przyporządkuj kolejny numer.
3. Do każdego kontrahenta w drugiej kolumnie wpisz przychód brutto w procentach.
4. W trzeciej kolumnie określ poziom zadowolenia (subiektywny) ze współpracy z danym kontrahentem w skali od 1 do 10 (1 – bardzo niskie zadowolenie; 10 – bardzo wysokie zadowolenie).
4. Dane z tabeli umieść na wykresie.
5. Wyciągnij wnioski. Podejmij działania.

PRZYKŁAD:

| Numer klienta | Przychód brutto w proc. | Poziom zadowolenia |
|---------------|-------------------------|--------------------|
| 1. | 78 | 1 |
| 2. | 43 | 1 |
| 3. | 6 | 2 |
| 4. | 20 | 8 |
| 5. | 80 | 8 |
| 6. | 76 | 5 |
| 7. | 58 | 6 |

BEMASTER

ANALIZA JAKOŚCIOWA KONTRAHENTÓW FIRMY



Źródło: [A. McLay: BIG Profits: 12 Strategies to Substantially Grow Your Business Profits.](#)

BE**MASTER**

BE-MASTER to przestrzeń TWOJEGO rozwoju.

Jeśli czujesz, że potrzebujesz zmiany lub chcesz zaakceptować zmianę w swoim życiu, zapraszamy.

KONTAKT:

www.be-master.pl

**DZIĘKUJĘ ZA TWOJĄ OBECNOŚĆ
dr Beata Master**