

Poznaj siebie

W poprzednim numerze „Managera” opisałem swoją autorską metodę trzech kroków w budowaniu marki osobistej. Ten artykuł ma nieco inną formę – przedstawię narzędzia, dzięki którym możemy lepiej poznać siebie



dr Sergiusz Trzeciak

ekspert personal branding, wizerunku publicznego, public relations i marketingu politycznego. Z sukcesami wspiera firmy i osoby publiczne w budowaniu marki osobistej i doradza im. Autor dziewięciu książek, w tym „Coaching marki osobistej, czyli kariera lidera” oraz „Wizerunek publiczny w Internecie”. Więcej informacji na stronach: www.trzeciak.pl oraz www.trzeciakconsulting.com.

Czy znam swoje mocne i słabe strony? Czy wiem nie tylko co chcę osiągnąć, ale przede wszystkim dlaczego chcę osiągnąć? Czy mam długofalową wizję własnego rozwoju? To tylko kilka z pytań, na które trzeba znać odpowiedź, by zbudować silną markę osobistą. Wiele osób ma problem z przecenianiem lub niedocenianiem samego siebie, co w konsekwencji wpływa na podejmowane przez nich działania. Pracując z managerami bardzo często zauważam, że wielu z nich nie potrafi obiektywnie ocenić swoich mocnych i słabych stron oraz wynikających z nich możliwości. Dlatego tym bardziej warto poznać samego siebie.

W tym celu można wykorzystać wiele z dostępnych narzędzi, z których przynajmniej kilka należałoby znać i wypróbować samodzielnie te, które odpowiadają naszym potrzebom. Poniżej przybliżam 5 z nich wraz z krótkim opisem ich wartości dla procesu budowania marki osobistej.

Przygotuj własną analizę SWOT

Zasad analizy SWOT chyba nie muszę nikomu przedstawiać. To najprostsze i najczęściej wykorzystywane, a jednocześnie bardzo skuteczne narzędzie, które określa nasze silne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia, jakie mogą się pojawić. W biznesie nie ma projektu

bez wykonania analizy SWOT, dlatego poznawanie samego siebie także warto zacząć od tego. Polecam wszystkim zrobienie analizy indywidualnie, a następnie poprosić o przygotowanie naszej analizy znajome osoby, np. współpracowników. Nieraz zdarzało się, że podczas takiej analizy na warsztacie klienci słyszeli z ust współpracowników różne, niekiedy pozytywne opinie na swój temat. Oczywiście bywa też tak, że analiza przeprowadzona samodzielnie jest bardziej krytyczna niż ta zrealizowana przez innych. Ale to właśnie wtedy otrzymujemy jasny sygnał, że jesteśmy wobec siebie bardzo wymagający, a często nawet zbyt krytyczni.

Po zebraniu wyników warto zadać sobie ważne pytania: Czy mocne strony pozwolą mi wykorzystać dane szanse? (Na przykład, jeśli jestem osobą otwartą i łatwo nawiązuję kontakt z innymi, mogę być skutecznym sprzedawcą lub PR-owcem). Czy mocne strony pozwolą mi zniwelować zagrożenia? Czy słabe strony ograniczają możliwość wykorzystania szans? Czy słabe strony potęgują ryzyko związane z zagrożeniami? Nie możemy też zapomnieć o nadaniu priorytetów we wskazanych cechach, czyli wybraniu kilku, które są, naszym zdaniem, kluczowe dla budowania własnej marki.

Z mojego doświadczenia wynika, że najważniejsze jest właściwe określenie szans i wyciągnięcie wniosków, które dzięki znajomości słabych stron pozwolą uniknąć zagrożeń, a niekiedy

przekuć je nawet w szansę. Weźmy na przykład osobę, która ma ogólną wizję danego przedsięwzięcia, ale nie potrafi koncentrować się na szczegółach. Taka osoba powinna znaleźć współpracownika, który będzie potrafił realizować szczegóły projektu, a dzięki takiej współpracy wzrośnie zarówno efektywność, jak i możliwość osiągnięcia sukcesu. Kluczem do powodzenia jest dobra identyfikacja własnych talentów i koncentracja na ich rozwijaniu.

Szukaj mocnych stron

To drugie z narzędzi, które warto znać. StrengthsFinder przygotowany został przez Instytut Gallupa i od niedawna dostępny jest także w polskiej wersji językowej na stronie Instytutu. Narzędzie opiera się na modelu psychologii pozytywnej, a jego celem jest identyfikacja talentów i silnych cech osobowości, istotnych zarówno w życiu zawodowym, jak i osobistym. Wynikiem badania jest zestaw pięciu dominujących talentów oraz sekwencja wszystkich trzydziestu czterech cech według stopnia ich dominacji. Finalny wynik w postaci silnych stron jest kombinacją trzech elementów: talentów (zmierzonych właśnie za pomocą SF 2.0), wiedzy i umiejętności. Samo narzędzie bywa bardzo przydatne, ponieważ pomaga wybrać karierę zawodową zgodną z naszymi wrodzonymi talentami.

Określ swoją osobowość

Insights pomaga zdiagnozować indywidualny styl działania oraz to, jaki ma wpływ na budowanie relacji z innymi osobami w środowisku pracy. Narzędzie stworzone zostało przez Insights Discovery™ na bazie teorii osobowości szwajcarskiego psychologa Carla Gustava Junga. Wyróżnił on osiem typów osobowości, za którymi stoją charakterystyczne kompetencje psychologiczne. W trakcie badania,

Kluczem do powodzenia jest dobra identyfikacja własnych talentów i koncentracja na ich rozwijaniu

oprócz poznania ogólnego stylu funkcjonowania oraz mocnych i słabych stron, otrzymujemy informacje o wartościach, jakie wnosimy do zespołu, sposobie komunikowania się czy też, na przykład, typie antagonistycznym i wskazówki co do dalszego rozwoju. Warto także skorzystać z opcji poszerzenia badania o profil Discovery Full Circle, który pozwala odkryć, jak jesteśmy postrzegani przez innych.

Model wielkiej piątki

Kolejne z narzędzi to Facet5, które bada osobowość zawodową na modelu wielkiej piątki (pięcioczynnikowy model osobowości autorstwa Paula Costy i Roberta McCrae). To narzędzie jest wskazane zwłaszcza dla osób pracujących zespołowo, ponieważ ułatwia managerom zrozumienie, jak ludzie różnią się pod względem zachowania, motywacji, postaw czy też aspiracji. Model ten pozwala określić fundamentalne bloki, wystarczające do pełnego opisanie i zrozumienia osobowości, która ma związek z wynikami osiąganymi w pracy. To, czy nasza osobowość opiera się na woli, energii, uczuciowości, kontroli czy emocjonalności ma olbrzymi wpływ na to, jak będziemy zachowywać się w grupie w konkretnych sytuacjach. Badanie to dostarcza cennych informacji zarówno pracow-

nikowi, jak i jego przełożonemu, ponieważ jest swego rodzaju „instrukcją obsługi pracownika”.

Sprawdź, co myślą o tobie

Ostatnie z analizowanych tutaj narzędzi jest narzędzie typu 360°, badającym markę osobistą. Jego użycie pozwala uzyskać cenne informacje na temat tego, jak jesteśmy postrzegani przez otoczenie – klientów, partnerów, przyjaciół, znajomych, przełożonych, pracowników i innych. Warto wykonać je samodzielnie oraz wśród grup, na których opinii nam najbardziej zależy, by zobaczyć, czy nasze starania dotyczące odbioru naszej osoby są właściwe i czy realizowane działania przynoszą oczekiwany skutek. 360 Reach dostępne jest tylko w angielskiej wersji językowej i, podobnie jak w przypadku StrengthsFinder, narzędzie jest bezpłatne o ile zakupiliśmy książkę „Career distinction” z kodem dostępu do badania na stronie internetowej.

Narzędzi badających naszą osobowość jest oczywiście znacznie więcej i decydując się na wybór konkretnego zawsze warto odpowiedzieć sobie na pytanie, jakie aspekty i w jakim celu chcemy się zbadać. Oczywiście, nie sugeruję skorzystania ze wszystkich dostępnych narzędzi od razu, ale warto zacząć od 1-2, które wskażą nam nasze mocne i słabe strony oraz to, jak postrzegają nas inni. Narzędzia, które przedstawiłem w artykule przetestowałem zarówno na sobie, jak i na wielu moich klientach. Często wielu z nich bywa zdziwionych, jak duże różnice są między tym, jak oceniają się sami, a jak robią to inni. Po badaniu polecam odpowiedzieć sobie na pytanie, co mogę i powinienem robić, by być postrzeganym przez innych tak jak tego oczekuję.

Tylko dobre poznanie samego siebie gwarantuje, że wyznaczane cele będą realne i możliwe do osiągnięcia. O tym, jak skutecznie wyznaczać cele i jakie aspekty brać przy tym pod uwagę napiszę w kolejnym artykule. ☺