



## CONTESTAREA PRESUPUNERILOR

### SĂ PRIVIM DIN ALT UNGHII O PROBLEMĂ PENTRU A O ÎNȚELEGE MAI BINE

Presupunerile sunt adesea unele dintre cele mai mari obstacole în calea creativității. Cu toții facem presupuneri – despre situații, despre felul în care acționăm noi, despre felul în care ar trebui să stea lucrurile. Aproape întotdeauna unele dintre aceste presupuneri – sau chiar toate – pot fi contestate – și aceasta este însăși esența creativității. Tehnicile prezentate în această categorie vizează contestarea presupunerilor, pentru a ne face să înțelegem mai bine o anumită problemă.

Faceți exercițiile pe loc. Dacă le lăsați pe mai târziu, probabil că nu le veți mai face niciodată. Citiți până la capăt tehnicile. Notați-vă cum și unde le puteți folosi. Și folosiți-vă de ele când se ivește ocazia.

### TEHNICĂ: SUS ȘI JOS

**Pregătire:** nici un fel.

**Timp necesar:** 10 minute.

**Ce va trebuie:** nimic.

**Frecvența:** când este nevoie.

Atunci când formulați o problemă, este normal să o faceți din propriul punct de vedere. Tehnica abordată acum vă cere să vă situați mai sus sau mai jos față de această poziție.

Mai întâi priviți în sus. Puneți-vă în locul managerului direct (sau/și chiar a directorului general). Care ar considera el/ea că ar fi problema fundamentală, cum ar caracteriza-o, care sunt neajunsurile identificate, care sunt obstacolele sau care ar fi posibile direcții de acțiune. Mai întâi formulați direct situația-problemă din punctul lui/ei de vedere, apoi gândiți-vă la influențele exercitate asupra respectivei persoane, la nevoile și așteptările ei, după care formulați-o din nou.

Acum priviți în jos. Cum ar vedea această problemă subordonatul dumneavoastră (sau/și angajatul de pe postul de pe cel mai de jos nivel ierarhic al organigramei)? Cum ar considera că îl afectează pe el și pe lumea lui?

Formulați pe baza acestor două viziuni diferite enunțuri de tipul “cum să...”.

**NOTĂ:** Dacă sunteți chiar în vârful ierarhiei, situați-vă la jumătatea scării, apoi și mai jos. Mai sus de dumneavoastră ar putea însemna un client sau chiar un furnizor strategic.

**Feedback** Privind în aceste două direcții opuse, obținem imagini foarte diferite ale problemei. Străduiți-vă să gândiți ca niște persoane reale, nu ca niște prototipuri. Pe acel din vârful firmei nu îl interesează doar rentabilitatea firmei (cu toate că acest lucru este foarte important). Un simplu angajat nu e interesat doar de banii intrați pe card în ziua de salariu sau de condițiile de muncă. Imaginea trebuie să fie cât mai cuprinzătoare. Tehnica de “asociere” (cu care lucrează NLP-ul) vă poate fi de folos în acest sens (voi posta un material dedicat în următoarea săptămână).



**Rezultatul** Această tehnică poate fi aplicată atunci când căutați soluții, dar cel mai mare folos îl are la găsirea întrebărilor corecte, deoarece aceste viziuni diferite sunt la fel de importante ca a dumneavoastră atunci când este vorba despre trasarea direcției dorite. Circumstanțele atât de diferite care stau la baza punctelor de vedere se combină și dau un tablou al problemei cât mai bogat și mai complet.

**Variațiuni** Puteți chiar vorbi cu persoane reale implicate, însă cel din vârful ierarhiei s-ar putea să nu aibă timp, iar cel de la baza ei s-ar putea să nu reușească să vă dea informațiile cerute. Încercați cu un grup împărțit în două echipe. Fiecare echipă își asumă una dintre poziții (sus/jos) și caută, timp de câteva minute, idei. Apoi își împărtășesc ideile, într-o simulare de întâlnire (ședință), fiind gata, la nevoie, să lupte pentru propria poziție și să combată tot ce pare nerațional.

Tehnica poate fi extinsă și pe nivelul orizontal, asociindu-vă persoanelor de pe același nivel ierarhic dar având poziții în departamente diferite. De exemplu, dacă sunteți un specialist în marketing, puteți să vă puneți în locul unui coleg din departamentul de vânzări sau a unui de la tehnic.

Cultură	xxx
Tehnici	xxx
Dezvoltare personală	xx
Energie mentală	xx
Distrație	xx