

Τι είναι project;

Η σύγχρονη εργασιακή ζωή μας είναι γεμάτη projects. Μεγάλα χρονικά διαστήματα κατά τη διάρκεια ενός έτους «τρέχουν» με μόνο

χαρακτηριστικό το δικό μας «τρέξιμο» πίσω από projects που δεν είναι τίποτα άλλο παρά έργα που έχουμε αναλάβει με συγκεκριμένες προδιαγραφές και deadlines π.χ. η συγχώνευση δύο εταιρειών είναι project για τα υψηλόβαθμα στελέχη, τα κοινοτικά κονδύλια της Ε.Ε. που πρέπει να απορροφηθούν είναι project για τους αρμόδιους φορείς. Η απόκτηση ενός MBA για ένα εργαζόμενο στέλεχος είναι project συγκεκριμένων υποχρεώσεων και διάρκειας. Παρατηρείτε λοιπόν τώρα, μετά την ανάλυση, ότι η σημερινή ζωή μας κατακλύζεται από projects; Μέχρι εδώ όλα καλά. Υπάρχει άγχος και κόυραση, αλλά και απόδοση. Εταιρείες και στελέχη δυναμώνουν μέσα από επιτυχείς συγχωνεύσεις και απόκτηση μεταπτυχιακών τίτλων.

Αναμονή μέχρι την επόμενη ανάθεση που έτσι κι αλλιώς δεν πρόκειται να καθυστερήσει. Στο σημείο αυτό υπάρχει το πραγματικό δίλημμα: ρουτίνα ή ανάμνηση;

Τι είναι ρουτίνα;

Ρουτίνα είναι η χρονική στιγμή που περνά και χάνεται. Είναι οι στιγμές που δύσκολα θα ανακληθούν από τη μνήμη μας. Είναι στιγμές αμηχανίας ή στιγμές κακίας, μικρότητας, φανταστικών προβλημάτων (εφευρίσκω ένα φανταστικό πρόβλημα που ουδέποτε θα του

έδινα σημασία αν είχα να αντιμετωπίσω ένα πραγματικό).

Τι είναι ανάμνηση;

Είναι όλες εκείνες οι στιγμές που διηγούμαστε ξανά και ξανά, με πρώτη καλή ευκαιρία και που μας έρχονται στο μυαλό χωρίς ιδιαίτερη προσπάθεια ενώ περπατάμε ή οδηγούμε. Είναι το κάθε τι που μας γεμίζει υπερηφάνεια μόνο και μόνο επειδή συμμετείχαμε όταν έγινε. Είναι οι ευκαιρίες που αρπάξαμε. Είναι ότι θα λέμε στα παιδιά μας. Είναι περιστατικά της ζωής μας που αναφέρουμε σε κάποιες ερωτήσεις κατά τη διάρκεια ενός interview. Επίσης, είναι ένα weekend στο βουνό, μια απρόσμενη καταιγίδα, ένας διαγωνισμός που κερδίσαμε, ένα βιβλίο που μας σόκαρε, μια χαλαρή βραδιά σε ένα θερινό κινηματογράφο. Ανάμνηση είναι το κάθε τι που σου θυμίζει ότι ζεις.

Η πρότασή μας (προς τους σύγχρονους εργαζόμενους)

Συνειδητοποιήστε τη δύναμη του θεωρητικού μοντέλου PRM (Projects, Routines, Memories). Πρέπει βαθιά να κατανοήσετε ότι η ζωή έτσι κι αλλιώς περνάει στις 3 γωνίες του τριγώνου PRM. Το θέμα είναι το ποσοστό που παραμένει κανείς στην κάθε γωνία. Φανταστείτε τη ζωή κάποιου με τα εξής ποσοστά: 60%P, 30%M, 10%R. Ποιος θα μπορούσε να ισχυριστεί ότι ο συγκεκριμένος άνθρωπος έχει μια αποτυχημένη ζωή; Ενώ κάποιος με ποσοστά 70%R, 20%P και 10%M μάλλον δεν πέρασε πολύ ευχάριστα τη ζωή του όσο κι αν ισχυρίζεται το αντίθετο. Συμπερασματικά, παραμείνετε ελάχιστα στη

γωνία της ρουτίνας, προμηθεύστε τα projects (στην εποχή μας ενδιαφέρουν ιδιαίτερα τα αποτελέσματα) και ενισχύστε τη γωνία των αναμνήσεων.

Η πρότασή μας (προς τις σύγχρονες εταιρείες)

«Βοηθείστε» τους εργαζομένους σας να αποκτήσουν αναμνήσεις. Είναι σίγουρο ότι εκεί που οι άνθρωποι δυσκολεύονται οι εταιρείες μπορούν! Έχουν την τεχνογνωσία και τα χρήματα να διαθέσουν πόρους στους εργαζομένους τους όχι μόνο προς κάλυψη των υποχρεώσεων – ρουτίνων τους αλλά και προς τη δημιουργία αναμνήσεων. Γιατί να μην π.χ. λειτουργήσετε συμπληρωματικά με οποιοδήποτε άλλο σύστημα bonus που έχετε και ένα σύστημα bonus αναμνήσεων. Στην σύγχρονη εποχή τα όποια επιπλέον χρήματα που μπορούν να φθάσουν σ' έναν εργαζόμενο μέσω bonus καταλήγουν σε κάλυψη υποχρεώσεων. Αντίθετα, ένα δέπνο, μια θεατρική παράσταση, ένα βιβλίο, ένα κουστούμι, δημιουργούν αναμνήσεις, ιστορίες για να αφηγηθεί στον νέο συνάδελφο. Αναμνήσεις που τον «δένουν» με την εταιρεία που εργάζεται, αυξάνουν την πίστη του σε αυτήν. Μόνο αν αποδεχθείτε ένα ρεαλιστικό κόστος και μια διαφορετική προσέγγιση των υφισταμένων σας θα εκπλαγείτε από το πως μπορούν να ενεργοποιηθούν οι άνθρωποι όταν περνούν καλά και μια-δύο ημέρες το μήνα πέραν εκείνης της μισθοδοσίας. Είναι οι μέρες που εσείς θα φροντίσετε οι εργαζόμενοί σας να αποκτήσουν αναμνήσεις!

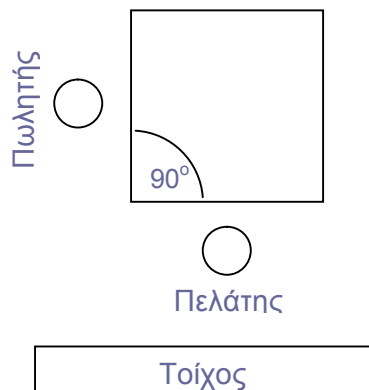
TIPS: ΕΑΝ ΒΓΑΛΕΤΕ ΠΕΛΑΤΗ ΓΙΑ ΓΙΑ ΓΕΥΜΑ Ή ΔΕΙΠΝΟ.

Η πρότασή μας: Εάν είναι να παρουσιάσετε μια ιδέα σας στον πελάτη και επιλέξετε να φάτε μαζί του, πρέπει -οπωσδήποτε – να είστε

χαλαροί. Πρέπει και εσείς να ευχαριστηθείτε το φαγητό, για να το ευχαριστηθεί και ο πελάτης σας.

Εάν εσείς ή η εταιρεία σας τέτοιου είδους κόσθη τα συνδέετε οπωσδήποτε με άμεσο αποτέλεσμα αποφύγετε τελείως το όλο ενγχείρημα.

Στην περίπτωση όμως που τελικά καλέσετε για φαγητό τον πελάτη, επιλέξτε εστιατόριο και τραπέζι που θα δώσουν τη δυνατότητα στον καλεσμένο σας να κάθεται με την πλάτη του σε ένα στέρεο τοίχο ή χώρισμα. Έρευνες έχουν δείξει πως, όταν ένα άτομο κάθεται με την πλάτη του, σε ένα ανοιχτό χώρο, η επίδραση, ο ρυθμός της καρδιάς και οι συχνότητες των εγκεφαλικών κυμάτων αυξάνουν γρήγορα, ιδιαίτερα όταν κινούνται γύρω του διάφοροι άνθρωποι. Η ένταση του υποψήφιου πελάτη θα αυξηθεί περισσότερο όταν η πλάτη του είναι προς μια ανοικτή πόρτα ή ένα παράθυρο.



Αυτή είναι η επιθυμητή διάταξη καθισμάτων που θα σας οδηγήσει σε περισσότερες πωλήσεις

Τίποτα απ' όλα αυτά δεν σας βοηθάει να πουλήσετε.

Επίσης, επιλέξτε διακριτικό φωτισμό και στρογγυλό τραπέζι εάν είναι δυνατό. Θυμηθείτε ότι η επιθυμητή διάταξη μεταξύ δύο παρευρισκομένων σε ένα γεύμα, είναι η ορθή γωνία που φανερώνει μια διάθεση ανεμπόδιστης επικοινωνίας που γρήγορα μπορεί να καταλήξει σε συνεργασία.

Τέλος, πάνω από όλα χαλαρώστε, φάτε, διασκεδάστε. Ξεχάστε την δουλειά και η δουλειά είναι δική σας. Μην ασκείτε έμμεσες πιέσεις.