



Un sfârșit de început ... și o invitație

Pe de o parte este un început de an, pe de altă parte vrem să tragem linia după o perioadă de câțiva ani, plină de experiențe extrem de utile, care ne-au dus la un alt nivel (era normal după 16 ani de existență, nu?). În ceea ce privește acest Newsletter ne dorim să fie mai bi-direcțional – nu numai să spunem câte ceva dintre lucrurile făcute de noi, dar să aflăm și opiniile dumneavoastră despre aceste lucruri sau și alte opinii despre viața din organizații.

De exemplu, noul concept de **Economie Comportamentală**. În finalul anului trecut am susținut workshop-uri de introducere în acest subiect pentru un public țintă foarte diferențiat: top-manageri din IT, oameni din Finanțe, antreprenori. I-am văzut adesea intrigati („Asta spun studiile? Ciudat!”) dar, trecând peste inerenta rezervă inițială, fiecare se întreba cum ar putea folosi noile și neașteptatele informații în viața curentă.

Suntem curioși să știm părerea dumneavoastră despre acest subiect care credem că va avea mare viitor. Ce ziceți despre toți acești factori subiectivi care ne influențează major deciziile? Credeți că e adevărat sau este o influență ne semnificativă? Ce alte efecte pot produce aceste cercetări, de exemplu în domeniul ... eticii?

Un alt subiect pe care îl considerăm interesant este **Coachingul**. Am terminat recent un coaching individual și am avut bucuria ca, la finalul programului, să primim un feedback foarte bun și de la „beneficiarul direct” și de la șeful ierarhic, din Germania, care ne-a spus că și procesul și rezultatele au fost foarte bune.

Întrebarea noastră este: ce poate favoriza acest proces, ținând cont că timpul este tot mai critic pentru toți iar dezvoltarea angajaților se îndreaptă, spunem noi, spre particularizare și individualizare? Ce, din experiența dumneavoastră, ați văzut că merge și ce nu? Haideți să discutăm, ne poate ajuta pe toți!

O altă experiență inedită pentru noi a fost să vedem cum funcționează ideea de **Black Friday** ca element de Marketing pentru serviciile noastre. Am ales trei activități (două de training, una de Team-Development), care au fost mai populare în 2014, le-am adus la o formă cât mai simplă și clară și le-am înjumătățit prețul. Recunoaștem că aveam dubii: oare o să fie considerate prea frivole (că doar nu vindem TV-uri)? Sau prețul foarte mic, pentru o perioadă scurtă, va prevala? Spre surpriza noastră răspunsurile au fost peste așteptări! Încă nu știm ce înseamnă asta: oare prețul (ca obsesie de reducere continuă a costurilor) să fie singurul motiv? Sau e curiozitatea umană pentru lucruri inedite (Black Friday) care ne condimentează puțin viața? Sau poate și altceva?

Ce părere aveți? Trecând dincolo de Marketing, ce argumente pro și contra aveți despre această abordare? Ați face-o și dumneavoastră sau nu? De ce?

Ne-ar bucura să aflăm părerile fiecăruia, dar și mai mult ne-ar bucura ideea de a dialoga, de a ne confrunta opiniile și de a căuta răspunsuri împreună. Așa vom ști și noi că există persoane interesate nu neapărat de activitatea noastră, ci de ceea ce dorim să facem pentru cei din jur, legat și de noul nostru slogan: **Better people for better results!**

