



SPIS TREŚCI

Wprowadzenie /9

Jak kultywować paradygmat współpracy,

widzenia człowieka i szukania rozwiązań win – win? /12

Kilka słów o Marshallu B. Rosenbergu, który wniósł do świata NVC /15

1 Model przywództwa opartego na potrzebach /17

Uwspólnienie pojęć /19

Transformacja od przekonań o przywództwie

do postanowień empatycznych liderów/liderek /23

Organizacje jako przestrzeń kontaktu z potrzebami /28

Matryca potrzeb organizacji /32

Podsumowanie /37

2 Empatia – kompetencja przyszłości.

Jak zwiększać poziom empatii w organizacjach? /39

Empatia jako kompetencja przyszłości /41

Czym jest empatia? /43

Empatia w organizacji — co to znaczy? /45

Empatia jako żywa wartość w organizacji /46

Jakie działania mogą konkretnie wpłynąć

na zwiększenie poziomu empatii? /48

Podsumowanie /61

3 Oceniasz czy doceniasz? Moc informacji zwrotnej /63

Co to jest informacja zwrotna? /66

Jaki jest główny cel informacji zwrotnej,

którą formułujesz w roli lidera/liderki? /66

Neurobiologia i strefy regulacji w informacji zwrotnej /68

To, CO i JAK mówisz, ma znaczenie /69

Kanapka feedbackowa /71

Informacja zwrotna w modelu FUKO /73

Połączenie FUKO z NVC /75

Informacja zwrotna w modelu SBI /75

Jakie mogą być INTENCJE? /78

Podsumowanie /87

4 Jak przewodzić z wewnętrznego powołania /89

Teoria i wiedza z zakresu NVC /91

Poczuj sens, przyjemność i satysfakcję, czyli czym jest sweet spot? /92

Opis sytuacji/case study /94

Praktyczne odpowiedzi i implikacji metody w biznesie /106

Podsumowanie /109

5 Miejsce potrzeb i emocji w gąszczu targetów i deadline'ów, czyli o coachingu opartym na empatii /111

Dzisiejszy obraz biznesu /113

Co się wyłania? /115

Decyzja o zmianie /117

Moment próby /120

Coaching /121

Emocje jako droga do potrzeb /123

Konflikt wartości /126

Coaching to proces i zmiana to proces /128

Sukces /130

Podsumowanie /132

6 Konflikt jako okazja na wzajemne usłyszenie siebie /137

Analiza przypadku /151

Narzędziownik lidera/liderki wspierających osoby w konflikcie /152

7 Popatrz na świat przez inne okulary.

Rola NVC w zmianie modelu organizacyjnego /159

Rozwój ludzkiej świadomości /162

Potrzeba zmiany modelu organizacyjnego /172

PBP w rozwoju zieleni i turkusu /173

8 Inkluzywny leadership – jak NVC wspiera poczucie przynależności i zaufania w zespole /183

Wstęp /185

„Społeczny” mózg — dlaczego inkluzywny leadership jest taki ważny i jednocześnie taki trudny /187

Liderski mięsień empatii /195

Samowiedomość kluczem do inkluzywności /198

„Obszary wrażliwe” w różnorodnym środowisku /200

Inkluzywny leadership bazą dla poczucia przynależności i zaufania /203

Zakończenie /208

Podsumowanie /209

Implikacja w biznesie /210

- 9 Od JA, przez TY do MY – jak poprzez kontakt i świadomość potrzeb oraz świadomość współzależności budować współpracę i efektywność w biznesie /211**
- Współpraca i efektywność —
 - dwa filary powodzenia i rozwoju organizacji /213
 - Od zintegrowanego mózgu do efektywnej i przyjaznej pracownikom organizacji /216
 - Jak rozwijać i regulować prawą półkulę oraz włączać lewą /219
 - Objąć JA, TY i MY /222
 - Dlaczego paradygmat NVC i „power with” mają sens /238
 - Doświadczenia z wdrażania NVC jako paradygmatu /241
 - Podsumowanie i kluczowe postulaty wdrożeniowe /246
- 10 Znaczenie słuchania w roli liderek /249**
- Słuchanie jako umiejętność liderek /251
 - Blokady kontaktu /256
 - Bezpieczeństwo psychiczne /259
 - Koła ratunkowe uważnego słuchania /262
 - Praktyczne podpowiedzi w biznesie /274
- 11 Umiejętne podejmowanie długoterminowo zrównoważonych decyzji /275**
- Potrzeba a strategia /278
 - Zadowolenie klientów /279
 - Wypracowanie własnej długoterminowo zrównoważonej decyzji /281
 - Dlaczego warto? /282
 - Podsumowanie /284
- 12 Język rezonowania w biznesie – jak budować bezpieczeństwo psychologiczne /287**
- Czym jest język rezonowania i dlaczego ma moc /289
 - Czym jest bezpieczeństwo psychologiczne /292
 - Korzyści z dbania o bezpieczeństwo psychologiczne /299
 - Jak język wpływa na bezpieczeństwo i co ma wspólnego z mózgiem /300
 - Formy języka rezonowania i jego zastosowanie w biznesie /304
 - Przykłady wdrożenia języka rezonowania /322
 - Podsumowanie /326

**A Ankieta — badanie świadomości
zasobów lidera/liderki /327**

B Lista uczuć i lista potrzeb /331

Lista uczuć /333

Lista potrzeb /335

C Bibliografia /337

D Biogramy /347