



Pozitív hatásgyakorlás a virtuális térben *Stakeholder Management*

A hosszabb távú otthoni munkavégzés kihat a vezetőinkkel, ügyfeleinkkel, kollégáinkkal való kapcsolatainkra és sok esetben eredményeink és képességeink láthatóságára is. Hogyan tudunk hatékonyan kommunikálni stakeholdereinkkel a virtuális térben? Miként tudunk felfelé befolyásolni és fejleszteni az együttműködést? Hogyan erősítsük személyes márkánkat és bővítsük kapcsolatrendszerünket home office? Manapság az egyéni siker kulcstényezője szakmától és pozíciótól függetlenül, hogy milyen minőségű az információáramlás és együttműködés ügyfeleinkkel, kollégáinkkal és feletteseinkkel a szervezet különböző szintjein, illetve mennyire sikerül láthatóvá tenni magunkat, felépíteni a saját brandünket. Képzésünk középpontjában az online hatásgyakorlás, a hatékony kommunikáció, a stakeholder- és a kapcsolat menedzsment áll az online munkavégzés sajátos körülményeinek figyelembe vételével.

Célcsoport:

- Legalább 3 év tapasztalattal rendelkező távmunkában is dolgozó munkatársak és vezetők, szervezeti szinttől függetlenül

Időtartam / formátum:

- 4 x 0,5 nap jelenléti vagy virtuális képzés (2-4 hét a tréningalkalmak között a gyakorlatba való átültetésre)

Résztevők, oktatók:

- Min. 4 fő - max. 8 fő/csoport
- 1 trénerrel

Módszertani / képzési elemek:

- Interaktív, mindenkit megmozgató viták, szituációs gyakorlatok
- Pragmatikus megoldások, szituációs
- Egyéni akciótervek és beszámolók a konkrét eredményekről

1. alkalom: Tudatos stakeholder menedzsment:

Egyéni fejlődési célok meghatározása

- Stakeholder elemzés – Kiket szeretnék befolyásolni és milyen céllal?
- Különböző nézőpontok összehangolása Kapcsolat és kommunikáció az egyes személyiségtípusokkal
- Stakeholder menedzsment terv

Akciótervek

2. alkalom: Kommunikáció a virtuális térben

Beszámoló az akciótervek megvalósításáról

- Tudatos hatásgyakorlás az online térben
- Eltérő vélemény, kritika kezelése higgadtan
- Kérések kezelése – kihívások a virtuális térben
- Hogyan mondjunk NEM-et?

Akciótervek

3. alkalom: Személyes márka és láthatóság

Beszámoló az akciótervek megvalósításáról

- Brand és láthatóság a munkahelyen
- Személyes márka – hogyan erősítsük? Mi az én brandem?
- Jelenlét (virtuális) megbeszéléseken
- Networking – tudatos kapcsolatépítés a digitális térben (is)

Akciótervek

4. alkalom: Együttműködés stakeholderekkel

Beszámoló az akciótervek megvalósításáról

- Javaslatunk „eladása” a vezetőség felé
- Lobbizás és belső politika: lobbizás felállítása egy projekthez
- Csoportos tárgyalások
- Az együttműködés tudatos befolyásolása vezetővel
- Aszinkronitás és kommunikációs rések kezelése, információáramlás

Akciótervek