

1. Jak mogłabyś opisać ogólną ideę Fierce Conversation?

Najprościej mówiąc, rozmowa w stylu Fierce, to rozmowa, w której widać nas samych, w której pokazujemy nasze prawdziwe „ja”. Dzięki temu możliwe jest prawdziwe porozumienie. W sytuacji, gdy jedna ze stron w rozmowie ma duże obawy, prawdziwe porozumienie staje się niemożliwe. Koszty osiągnięcia porozumienia są wtedy bardzo wysokie. Jeśli natomiast choć raz spróbujesz prawdziwej, szczerzej rozmowy połączonej z pasją i umiejętnościami, otworzą się przed Tobą nowe możliwości.

2. Czym różni się ten model od wielu innych?

Zasadniczą cechą odróżniającą Fierce jest to, że koncentrujemy się wyłącznie na prawdziwych warunkach i sytuacjach z życia wziętych. Kiedy uczestnicy naszych warsztatów zapoznają się z modelami rozmów zespołowych, delegowania, coachingu, czy konfrontacji, pracują na rzeczywistych przykładach ze swojej pracy, czy życia prywatnego. Zaczynają szukać potrzebnych rozwiązań już w czasie warsztatu. To oznacza, że mają możliwość doświadczania wpływu Fierce Conversation na ich własne życie natychmiast i na zakończenie warsztatu mają poczucie, że wykonali już dużą część realnej pracy.

3. Wyobraź sobie, że jesteś menedżerem. Jak, w dwóch zdaniach, mogłabyś przekonać mnie do wzięcia udziału w Fierce Conversations?

Przed wszystkim poprosiłabym Cię, abyś zastanowiła się, czy osiągasz rezultaty, które chciałabyś osiągać – w swojej organizacji, w swojej karierze, wreszcie w swoim życiu osobistym. Jeśli Twoja odpowiedź brzmi „nie”, „może” lub „nie wiem”, prawdopodobnie jest to dobry moment, aby spróbować innego podejścia. W Fierce wierzymy, że rozmowa jest kluczem. W rozwoju kariery, czy prowadzeniu organizacji sukces lub porażkę osiąga się często poprzez jedną rozmowę. Podstawową funkcją każdego członka zespołu jest budowanie prawdziwego dialogu, dzięki któremu osiąga się porozumienie, który prowadzi do zmiany i osiągania lepszych rezultatów. To, co i jak mówimy całkowicie determinuje to, co się zdarzy lub nie zdarzy. I dotyczy to każdej organizacji.

4. Jakie były początki Fierce?

Firma Fierce, Inc. została założona w roku 2001 przez Susan Scott, która przez 13 lat skutecznie zarządzała think tankami oraz prowadziła szkolenia w wielu miejscach świata. W tym czasie Susan odbyła ponad 10 tysięcy godzin rozmów z osobami na najwyższych szczeblach zarządzania, pomagając im w rozwiązywaniu trudności wywołujących presję i koszty, podejmowaniu ryzykownych decyzji, projektowaniu zwycięskich strategii, czy ocenie szans i możliwości rynkowych.

Powstanie Fierce było odpowiedzią na potrzeby rynku. Liderzy i organizacje, dla których pracowała Susan potrzebowali rzeczywistych i autentycznych rozmów. Popyt wzrastał, a wydana we wrześniu 2002 roku książka „[Fierce Conversations: Achieving Success at Work & in Life — One Conversation at a Time](#)” tylko to potwierdziła. Została wydana w 4 krajach, a niedługo później trafiła na listę bestsellerów Wall Street Journal i USA TODAY'S, jako jedna z 40 najlepszych

książek biznesowych roku. Nasz warsztat został przygotowany właśnie w oparciu o tę pozycję, doświadczenia zawodowe Susan, oraz kolejną książkę, również bestseller – „[Fierce Leadership](#)”.

5. *Jakie, Twoim zdaniem, są trzy główne zalety warsztatu Fierce Conversation?*

Jest ich bardzo wiele. Po pierwsze, trening skoncentrowany jest na rozmowie jako formie ułatwiającej i poprawiającej relacje oraz uzyskiwane rezultaty. Po drugie, udział w warsztacie buduje postawy i przekonania prowadzące do trwałych zmian zachowania, ponieważ koncentruje się zarówno na emocjonalnych, jak i intelektualnych aspektach rozmowy. Po trzecie, jest to program, który łatwo dostosować do złożonych sytuacji, czynników kulturowych, czy osobistych stylów i preferencji.

6. *Jaka jest misja Fierce? Co wyjątkowego jest w Waszej filozofii działania?*

Fierce, Inc. jest globalną firmą szkoleniową, wyspecjalizowaną w rozwoju umiejętności komunikacji i przywództwa. Koncentrujemy się na rozmowie, jako ważnym czynnikiem prowadzącym do sukcesu jednostek, organizacji, czy zmiany. Pracujemy z menedżerami i organizacjami nad rozwojem ich mocnych stron oraz osiągnięciem wyjątkowych rezultatów. Pomagamy organizacjom osiągać wyniki poprzez zmianę jakości rozmów. Kładziemy nacisk na rezultaty – zarówno na poziomie pojedynczego pracownika, jak i całej organizacji. Zgodnie z naszą wizją chcemy budować lepszy świat poprzez jedną rozmowę - „odpowiednia rozmowa w odpowiednim czasie” (ang. *one conversation at a time*).

7. *Magazyn Training Industry umieścił Fierce, INC. wśród najbardziej obiecujących firm szkoleniowych na świecie w roku 2010. Z czego wynika sukces Fierce?*

Wierzymy, że w przeciwieństwie do wielu innych doświadczeń edukacyjnych, nasze treningi wywołują w uczestnikach pragnienie uczestniczenia w zmianie, budowania nowego repertuaru zachowań – trwałych i dogłębnych zmian. W wielu publikowanych przez nas raportach podkreślamy znaczenie trzech czynników, które najmocniej przyczyniają się do sukcesu programów rozwojowych: silny sponsor (poparcie dla programów i prawdziwe zaangażowanie na najwyższych szczeblach organizacji), strategiczne wdrożenie oraz transfer wiedzy.

Sponsoring nie dotyczy tylko najwyższego poziomu zarządzania w organizacji, chodzi również o stworzenie właściwego klimatu dla wprowadzania zmian oraz powiązania procesów rozwojowych z głównymi działaniami firmy. Dla strategicznego wdrożenia najważniejsze jest stworzenie planu implementacji, zawierającego przygotowanie, wprowadzenie oraz konsekwentną realizację. Ostatni, choć nie mniej ważny czynnik to transfer wiedzy. Zapewnia on wysoki stopień wdrożenia, między innymi dzięki dobremu zaplanowaniu natychmiastowego wykorzystania nowych umiejętności w codziennej pracy.

8. *A czy są sytuacje, w których byłoby lepiej wybrać coś innego niż Fierce Conversations?*

Nie. To dość ogólne i odważne stwierdzenie, ale Fierce Conversations to postawa, sposób myślenia (oraz budowane na ich bazie umiejętności), które pomagają w wielu aspektach życia.

Niektóre umiejętności, których można nauczyć się podczas warsztatu, zapewne lepiej będą sprawdzać się w pewnych sytuacjach niż w innych, ale zawsze pomagają w ujawnianiu naszego autentycznego stylu, naszego „Ja” innym. Nawet nasza prosta zasada „bądź tutaj i tylko tutaj” sprawdza się w większości rozmów.