**Efektywne zebrania firmowe - 5 zasad**

**Niektórzy pracownicy uważają spotkania firmowe za stratę czasu i gotowi byliby zrezygnować z nich na rzecz bardziej produktywnej pracy. Mimo to, nawet jeśli spotkania nie przebiegają w sposób idealny, menedżerowie upierają się przy ich kontynuowaniu – dostrzegają w nich wartość, której często nie zauważają ich podwładni.**

Negatywne nastawienie pracowników do zebrań nie wynika zazwyczaj z niechęci do rozmów i współpracy, ale jest konsekwencją sposobu, w jaki spotkania firmowe przebiegają w ich firmie.

**Błędów można uniknąć**

Zdarza się, że dyskusje na forum publicznym, zamiast służyć rozwiązywaniu bieżących problemów i planowaniu przyszłości, stają się dla niektórych miejscem „lansowania” swojej pozycji, a dla innych okazją do przerzucania własnej odpowiedzialności na innych.

Zebrania będą nieefektywne również wtedy, gdy lider (menedżer lub nieformalny prowodyr grupy) potrafi zdominować niemal każde spotkanie lub do głosu dopuszczana jest jedynie garstka pracowników. Każdy pracownik chciałby mieć poczucie sensu swojej pracy, ale trudno o to, gdy na spotkaniach nieustannie omawia się te same kwestie, albo gdy rozmowy rzadko prowadzą do jakichkolwiek konkluzji. Czy w takiej sytuacji nie lepiej byłoby w ogóle zrezygnować z zebrań?

- Sama myśl, aby zaniechać spotkań jest kusząca i prawdopodobnie istnieją takie zespoły, które mogą pracować całkowicie „zdalnie” – mówi Agata Rajchel, trenerka w firmie szkoleniowej Effect Group. - Jednakże drugą stroną zagadnienia są relacje i stosunki międzyludzkie. Wielu z nas po prostu lubi patrzeć na osobę, z którą rozmawia. Jako ludzie lubimy obserwować zachowania niewerbalne, chcemy żywej i natychmiastowej reakcji na nasze słowa i pomysły. Chcemy również rozmawiać, nie tylko o pracy i merytoryce; szukamy pretekstów do prywatnych rozmów i nawiązywania nieformalnych relacji – podkreśla.

Nie oznacza to jednak, że każde zebranie będzie równie dobre. Sprawienie, aby czas spotkań został dobrze wykorzystany, to zadanie przede wszystkim dla menedżera. Jeśli będzie on wiedział, jakie typy temperamentów czy zachowań reprezentują jego podwładni w czasie dyskusji, a następnie będzie potrafił wykorzystać swoje spostrzeżenia, by wszystkie osoby włączyć do merytorycznej rozmowy, spotkanie będzie mogło przynieść wiele pozytywnych rezultatów. A nie jest to przecież wiedza tajemna – można ją zdobyć chociażby na szkoleniach z zakresu komunikacji, szczególnie jeśli są prowadzone w formie warsztatów.

**Zebranie krok po kroku**

Podstawowe zasady organizacji skutecznego spotkania firmowego można sprowadzić do pięciu kolejnych kroków. Jeśli jesteś menedżerem, który właśnie planuje kolejne spotkanie, spróbuj skorzystać z poniższych wskazówek.

**1. Zastanów się, jaki cel chcesz osiągnąć**

Jeszcze zanim ogłosisz termin spotkania, zastanów się, czy faktycznie jest ono potrzebne. Jeśli spotkanie nie będzie niosło ze sobą żadnego celu, nie będzie też miało sensu w oczach jego uczestników. Jeśli wiec planujesz spotkanie, określ, jakie rezultaty chcesz dzięki niemu osiągnąć. Może się okazać, że ze względu na zakładany cel, nie ma potrzeby zapraszać wszystkich pracowników, bo np. omawiane kwestie będą dotyczyły jedynie części zespołu.

**2. Ustal plan spotkania**

Do spotkania należy się odpowiednio przygotować. Dotyczy to jednak nie tylko osoby prowadzącej spotkanie, ale również uczestników. Dlatego wszyscy, którzy zostaną zaproszeni, powinni poznać wcześniej temat, cel, planowany przebieg zebrania oraz czas jego trwania. Jeśli pracownicy z odpowiednim wyprzedzeniem otrzymają taki zestaw podstawowych informacji, zebranie powinno przebiegać sprawniej.

**3. Podziel zadania między pracownikami**

Nie ze wszystkimi sprawami trzeba czekać do terminu spotkania – najlepiej zrobisz, angażując pracowników już na etapie przygotowań. Jeśli podczas zebrania ma być omawiany konkretny aspekt działalności firmy, poproś osobę odpowiedzialną za ten obszar o przygotowanie odpowiednich materiałów. W przypadku małych grup można wyznaczyć zadania dla wszystkich pracowników. Jeśli natomiast grupa jest duża, do pomocy przy każdym zebraniu powinny być wskazywane inne osoby. Dzięki temu pracownicy poczują się współodpowiedzialni za przebieg i efekt spotkania.

**4. Podczas spotkania wracaj do kluczowych problemów**

Pomimo, że przygotowałeś agendę spotkania i rozdzieliłeś zadania, możesz być prawie pewien, że w jego trakcie i tak niektóre osoby będą chciały poruszyć zupełnie inne problemy. Zadaniem prowadzącego będzie utrzymywanie dyscypliny w taki sposób, aby inne tematy nie zdominowały zebrania i by udało się je zamknąć w przewidywanym czasie. Jeśli okaże się, że jakiś temat wymaga dodatkowego omówienia, należy ująć go w planach na przyszły termin.

**5. Podsumuj zebrane wnioski**

Na zakończenie spotkania warto przytoczyć najważniejsze wnioski i – jeśli to także było elementem zebrania – potwierdzić, kto i w jakim zakresie wdroży ustalenia w swoim obszarze pracy. Najlepiej, jeśli podsumowanie będzie miało również formę pisemną – po spotkaniu każdy z uczestników powinien otrzymać e-mail z krótkim zestawem najważniejszych wniosków. Dzięki temu pracownicy nie będą mieli poczucia, że zebranie było bezcelowe lub nieefektywne.

**Potrzebne zaangażowanie wszystkich**

Przestrzegając powyższych zasad, menedżer może sprawić, że spotkania będą przebiegały sprawniej. Warto mieć jednak świadomość, że dynamika grupy to sprawa znacznie bardziej złożona. W każdej grupie mogą pojawić się rozmaite problemy i antagonizmy, a dobry menedżer musi wiedzieć, jak powstrzymać ich eskalację.

- To, jakie strategie przyjmuje grupa na forum publicznym, najczęściej wynika z jej wcześniejszych doświadczeń, a także z rozumienia (lub nie) sensu aktualnych działań firmy i menedżera. Jeśli kultura wewnętrzna firmy nie sprzyjała dotychczas dobrym relacjom, czas pomyśleć o głębszych zmianach – mówi Agata Rajchel. - Rekomendując efektywne metody prowadzenia spotkań, nie skupiamy się jednak na tym co „nie działa” i jak było do tej pory, a raczej modelujemy nowe zachowania i zwyczaje, które pomogą w realizacji celów – podkreśla trenerka Effect Group.

A to oznacza, że aby zebrania – i szerzej: komunikacja – w przedsiębiorstwie dobrze służyła wszystkim, w dążenie do pozytywnych zmian włączyć powinni się zarówno menedżerowie, jak i ich podwładni.

Źródło:[**Effect Group**](http://effectgroup.pl)

Fot. Pixabay