



# 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 podpowiedzi 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 Inklusywny leadership – jak NVC wspiera poczucie przynależności i zaufania w zespole /183**

Wstęp /185

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

Liderski mięsień empatii /195

Samoświadomość kluczem do inklusywności /198

„Obszary wrażliwe” w różnorodnym środowisku /200

Inklusywny 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 liderkiej /249**

Słuchanie jako umiejętność liderka /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**