

OTSUSTAMISE KÄSIRAAMAT

Praktiline ja lihtne strateegilise
süžee mudel parimate otsuste
langetamiseks ja nende
selgeks edastamiseks

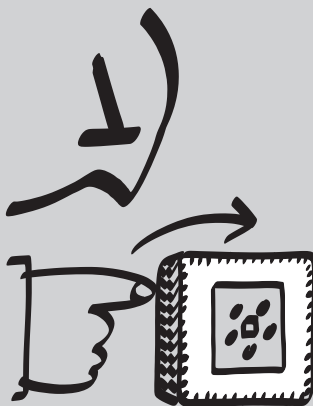


Mae Leyrer

Kas avastad tihti, et oled täiesti kurnatud ja jõudnud üksnes suure segaduseni, kui oled proovinud infot ritta seada või korrastada?



Kas mõtled, et tegelikult oleks võinud teha otsuse palju kiiremini ning vähema energia- ja ressursikuluga, kui oleksid küsinud endalt ja teistelt õigeid küsimusi?



Kas kahtled sageli mõnes enda või teise inimese otsuses ja ei tea, kuidas seda kahtlust väljendada?



Kas oled märganud, et kui otsus on edastatud, saavad inimesed vahel lausa äärmuseni erinevalt aru selle sisust?



„Aitab!“

mõtlesin ühel hetkel, kui sain aru, et olen ise nendes lõksudes. Olin veendunud, et selliseid olukordi on võimalik vältida, ja hakkasin katse-eksituse meetodil otsima lahendust.

Mul on enam kui 20 aastat rahvusvahelise tippjuhtimise ja strateegilise konsulteerimise kogemust kaubandus- ja finantsvaldkonnas ning idufirmade maailmas. Olin läbi lugenud ja töötanud palju erialakirjandust ja kasutanud mitmeid tööriistu, kuid ühestki neist polnud kahjuks eriti abi reaalses olukorras. Need olid ka üsna keerulised igapäevaseks järgimiseks ja paljud skeemid-mudelid polnud tervikuna rakendatavad või sai neid kasutada vaid vähestes olukordades.

Kõige hullem on aga see, et enamasti võtab nende kirjeldus enda alla sadu lehekülgi ilma, et seal oleks selgeid skeeme, graafikuid, elulisi näiteid või praktilisi suuniseid. Ühelgi (tipp)juhil ei ole ju selles kiirelt keerlevas maailmas aega niisugusest materjalist ennast läbi närida.

Otsuse vastuvõtmise mudel, mida ma siin kirjeldan, valmis lõpuks pärast mitmeid katsetusi ja hõlmab mu isiklikke kogemusi, teadmisi mõnestki konsultatsiooni tööriistast, aga ka iidseid süžee koostamise aluseid ja tarkusi.

Mudeli aluseks on info struktureerimine kindlal moel, mille tulemusel pannakse kokku **strateegiline süžee**. Kui see on paigas, on otsuse tegemine palju lihtsam.

Strateegilise süžee mudel on minu asendamatu sõber nii tööiste kui ka eraeluliste otsuste tegemisel. Kui olin mudelit juba mõnda aega kasutanud, märkasid mu töökaaslased, et suudan kuidagi ilma suurema aja- ja energiakuluta korrastada vajalikku infot, langetada häid otsuseid ja neid ka selgelt edastada. Muidugi tahtsid nad teada, milles mu saladus seisneb. Panin seega kokku koolitusprogrammi, mis võeti soojalt vastu ja mis on nüüdseks aidanud juba sadu juhte üle Euroopa. Konstruktiivse tagasiside abil arenes mudel edasi ja on ennast igati tõestanud.

Pühendan selle raamatu kõigile, kes on otsustanud seda lugeda. Loodan, et see vastab sinu ootustele! Otsuste tegemine ja nende kommuniqueerimine võib olla nauditav!

Võta minuga julgelt ühendust, kui sul tekib küsimusi, mõtteid või kommentaare: www.maeleyrer.com või mae@maeleyrer.com!

Mae Leyrer

See raamat

on mõeldud kõigile, kes peavad langetama ja edastama otsuseid: liidritele, juhtidele, ettevõtjatele ja poliitikutele, aga ka neile, kellel on vaja teha mõni (era)eluline otsus. Lisaks on otsus vaja teistele õigel moel edasi anda, et kõik mõistaksid ühtemoodi selle sisu. Kuulajaks võib olla üks inimene, organisatsioon või lausa kogu riigi elanikkond.

Strateegilise süžee mudel on mugav ja hea tööriist otsuste tegemiseks nii era- kui ka avalikus sektoris, nii kontoris kui ka väljaspool seda peaaegu igas olukorras. Samuti annab see mudel võimaluse analüüsida juba tehtud otsuseid – ikka selleks, et järgmised oleksid paremad ja kaalutletumad.

Raamat on üles ehitatud praktilise juhendina. Skeemid, illustatsioonid ja näited võimaldavad paremini sisu haarata ja seda kohe rakendada. Lisatud on ka materjal, mida saab seinale kinnitada, et mudelit kasutama hakata.

Oluline info on selguse mõttes välja toodud kolmel moel:

☞ **NB!** Need on juhised ja näpunäited mudeli kasutamiseks.

☞ Oliivikarva taustal on **definitsioonid ja põhimõtted.**

☞ **NÄIDE**

Hallil taustal on **näited.**

Strateegilise süžee koostamine aitab ...

- ... struktureerida informatsiooni
- ... teha paremaid otsuseid
- ... lahendada probleeme kiiremini ning väiksema aja- ja energiakuluga
- ... testida kärmelt juba tehtud otsuseid
- ... otsust selgelt kommunikeerida nii, et inimesed võtaksid selle omaks ja saaksid sellest ühtemoodi aru



STRATEGILISE
SÜŽEE MUDEL



*otsuste
tegemiseks*



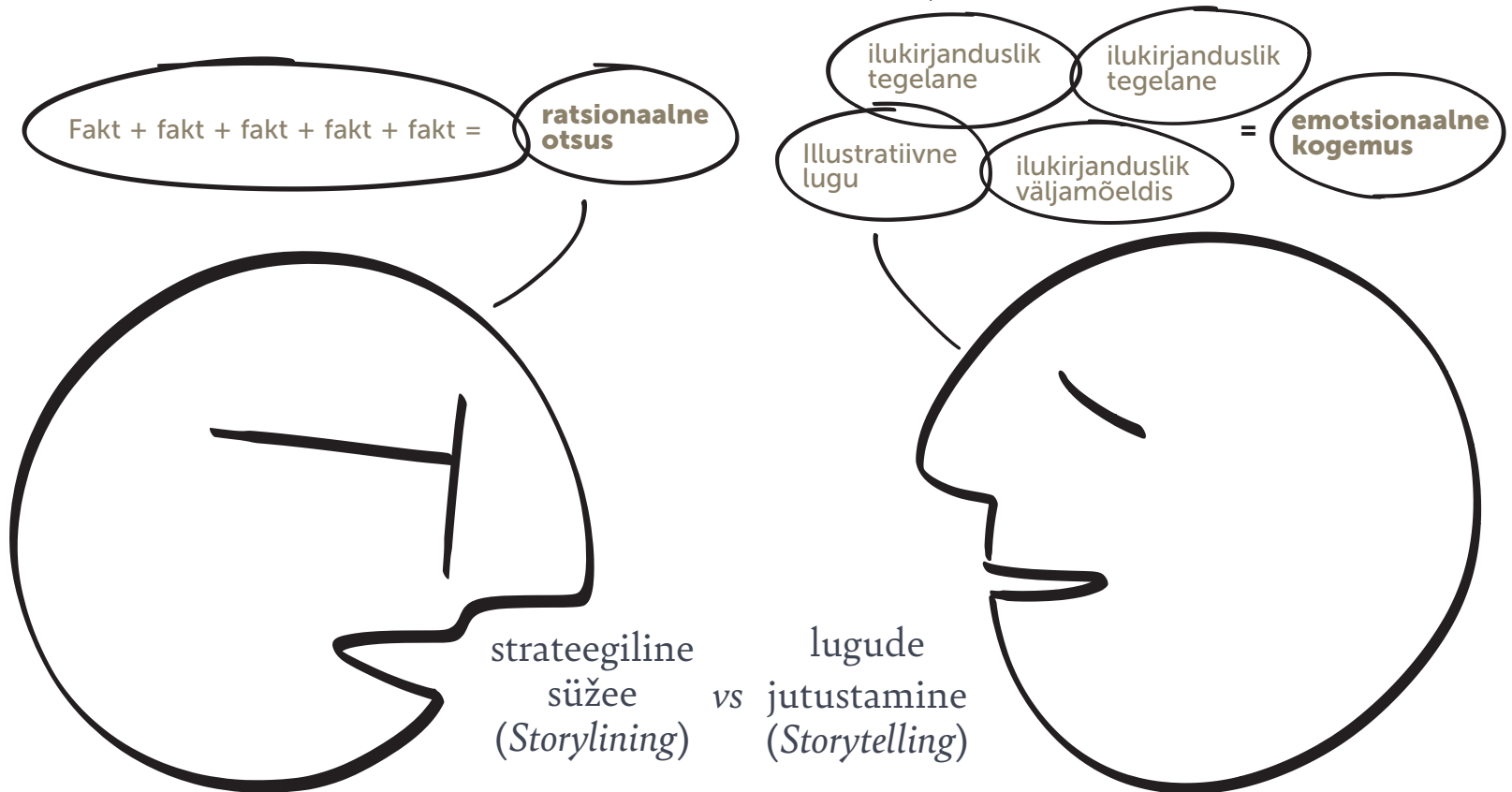
Olulised terminid

Kõigepealt kolm terminit, mille omandamine on tähtis enne mudelini jõudmist:

- **strateegilise süžee koostamine**
- **strateegiline süžee**
- **strateegilise süžee mudel**

Strateegilise süžee koostamine (*strategic storylining*) tähendab info järjestamist loogika alusel, et see oleks töödeldav tulemusliku otsuse tegemiseks ja selle kommuniqueerimiseks.

Strateegilise süžee loomine ei ole sama mis loo jutustamine (*storytelling*). Loo jutustamine tähendab selle illustreerivat edastamist. Kuigi strateegiline süžee räägib omal moel samuti loo, teeb ta seda puhtalt faktidele toetudes, viies probleemi lahendades otsuseni. Strateegiline süžee ei kasuta ilukirjanduslikke väljamõeldisi. See ongi nende kahe erinevus. Mõlemad räägivad justkui loo, aga üks teeb seda eesmärgiga luua emotsionaalne ilukirjanduslik pilt ja teine eesmärgiga struktureerida selgel viisil faktid, et saaksime teha parima otsuse.



Strateegiline süžee (*strategic storyline*) on infovoog sellisel kujul, mis toetab teabe töötlemist parima otsuse tegemiseks ja selle veatuks kommunikatsiooniks.

Jutustustes ja filmides koosneb süžee reast sündmustest. Otsustamisel koosneb süžee reast sõnumitest. Iga sõnum on killuke vajalikku infot.

Sündmused on jutustuses ja filmis jagatud kolmeks: sissejuhatus, pinge või kulminatsioon ning lahendus. Seda järjestust on kasutatud lugude koostamisel ja jutustamisel juba iidsetest aegadest alates ja põhjusega – see aitab ajul infot kergelt omandada. Kui meenutada mõnda filmi, mis ei järgi antud järjestust, tuleb meelde midagi Quentin Tarantinolt, kes on tuntud kui selle süsteemi pea peale pööraja. See on omamoodi kunstiline võte ja taotluslik, tekitades tunde, et midagi on paigast ära. Kasu peitub asjaolus, et see loob teistmoodi emotsionaalse kogemuse, ja see ongi eesmärk.

Otsuse tegemisel ei saa me endale mingit segadust aga lubada. Selle vältimiseks on otsuse puhul vaja neidsamu kolme elementi, aga lihtsalt teise nimetuse all: SISSEJUHATUS, PROBLEEM ja ABINÕU.

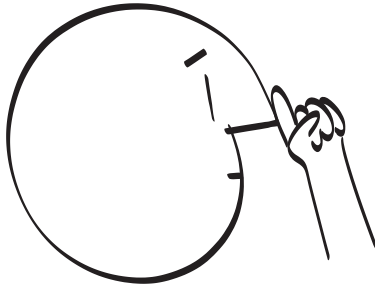
Strateegilise süžee mudel (*strategic storylining framework*) on tööriist süžee kokkupanekuks.

See on otsuse tegemise ja kommunikatsiooni tööriist, mida võib kasutada nii meeskonnas kui ka eraelus igas olukorras, kui on vaja teha mingi otsus. Samuti aitab see tööriist testida juba tehtud otsuseid.

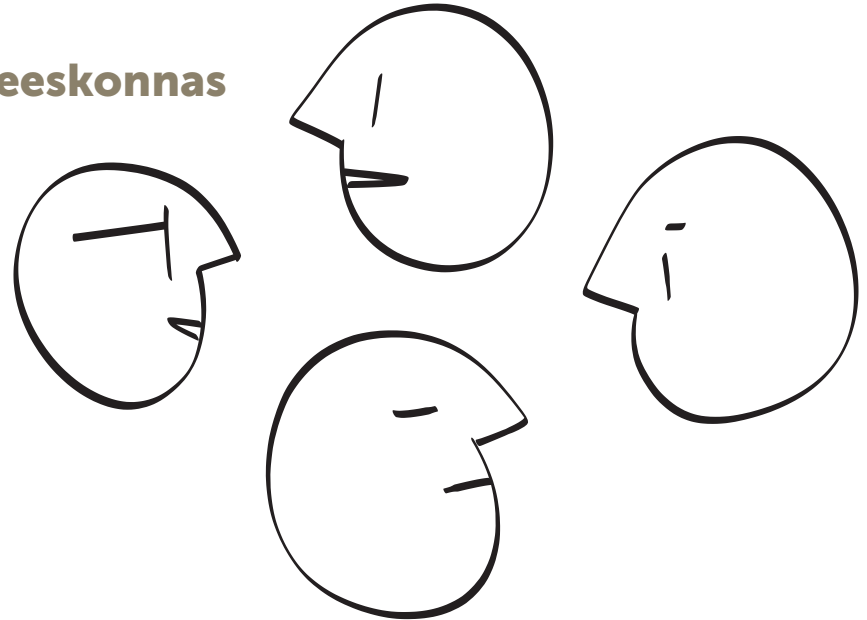
Mudel on küll iseenesest lihtne ja loogiline, ent vajab siiski harjutamist ja näiteid, et seda vilunult järgida. Raamatus ongi abimaterjalid selleks. Mõne aja pärast saab aga mudel omaseks, muutudes loomulikuks mõtlemise osaks.

Strateegilise süžee ehitamisel on oluline avatud meel ja valmisolek täiendada seda lähtuvalt sellest, mida näitavad faktid (mitte selle alusel, mida hing ihkab). Nagu iga tööriista, saab ka seda mudelit kasutada väärtalt ja isegi manipuleerimiseks. Nii aga kaovad loomulikult selle eelised ja sa võid kergelt sattuda olukorda, kus kohtad kuulaja(te) pettumust ja vastupanu.

Strateegilise süžee mudelit saab kasutada



üksi ja meeskonnas



kontoris ja kodus

