

Mapa kontekstu

Cel

Nie możemy uchwycić kontekstu sytuacji dopóty, dopóki nie zobaczymy jej w całej rozciągłości. Mapa kontekstu została stworzona po to, aby pokazać czynniki zewnętrzne, trendy i wpływy, jakim podlega otoczenie organizacji. Uzbrojeni w wiedzę na ten temat możemy lepiej reagować na pojawiające się wyzwania.

Liczba zaangażowanych osób

Od 5 do 25.

Czas realizacji

Od 45 minut do 1,5 godziny.

Zasady

1. Powieś sześć dużych arkuszy papieru na ścianie. Podziel je na dwa rzędy i trzy kolumny.
2. Na środkowym arkuszu górnego rzędu umieść obrazek reprezentujący omawianą organizację. Może to być zarys siedziby firmy lub globus symbolizujący rynek światowy. Nazwij obrazek lub scenę.
3. Na tym samym arkuszu, powyżej obrazka i po jego lewej stronie, napisz: „Czynniki polityczne”, a po jego prawej stronie: „Otoczenie gospodarcze”.
4. Na lewym górnym arkuszu narysuj kilka dużych strzałek skierowanych w prawo. Podpisz ten arkusz słowem: „Trendy”. Zostaw puste miejsce po tym wyrazie, aby móc go później dookreślić.
5. Na prawym górnym arkuszu narysuj kilka strzałek skierowanych w lewo. Podpisz arkusz słowem: „Trendy”. Zostaw puste miejsce po wyrazie, aby móc go później dookreślić.
6. Na dolnym lewym arkuszu narysuj duże strzałki skierowane w prawo. Umieść na górze napis: „Czynniki technologiczne”.
7. Na dolnym środkowym arkuszu narysuj obraz swojego klienta i nazwij go: „Potrzeby klienta”.

8. Na dolnym prawym arkuszu narysuj chmurę gradową lub postać ze znakiem zapytania nad głową. Powyżej obrazka wpisz słowo: „Niewiadome”.



9. Zaprezentuj grupie mapę kontekstu. Wytlumacz, że ich zadanie polega na wypełnieniu schematu, co pozwoli przyjrzeć się firmie w szerszym kontekście. Zapytaj, którą kategorię, z wyjątkiem trendów, chcieliby omówić na początku. Rozpocznij dyskusję na temat wybrany przez uczestników. Zapisz komentarze i spostrzeżenia na odpowiednim arkuszu.
10. Zgodnie ze wskazaniem grupy lub własnym wyborem przejdź do omówienia kolejnej kategorii i poproś zawodników o przedstawienie swoich pomysłów na ten temat. Kontynuuj wypełnianie arkuszy oprócz tych dotyczących trendów.
11. Arkusze z trendami mogą zostać doprecyzowane przez uczestników. Zapytaj ich więc, jakie trendy chcieliby omówić: internetowe, demograficzne, gospodarcze itp. Jeśli to konieczne, przeprowadź głosowanie za pomocą metody kropek lub przez podniesienie rąk. Zapisz rodzaje trendów wybranych przez graczy w pustych miejscach pozostawionych na arkuszach. Poproś o zaprezentowanie pomysłów i zapisz je na kartkach tak jak w przypadku poprzednich kategorii.
12. Podsumuj wyniki gry i zapytaj o obserwacje, opinie, odkrycia i wątpliwości dotyczące mapy.



Strategia

Stworzenie obrazu otoczenia firmy należy do samych graczy. Zadaniem lidera jest pomaganie im w tym procesie przez zadawanie inteligentnych i dających do myślenia pytań. Jeśli to potrzebne, przeprowadź wcześniej badania lub wywiady z pracownikami. Wizja firmy musi być jak najbogatsza i jak najdokładniejsza, tak aby jej pracownicy czuli się zmotywowani do działania. Uczestnicy ćwiczenia mogą zapełniać wszystkie kategorie (poza trendami) w dowolnym porządku. Przyglądaj się temu, w jaki sposób to robią i na czym się koncentrują – w ten sposób dowiesz się, do czego najbardziej przywiązują wagę. Pamiętaj jednak, że celem ćwiczenia jest zbadanie środowiska zewnętrznego firmy, a nie środowiska wewnętrznego. Jeśli zauważysz, że zawodnicy zbyt wiele czasu poświęcają na omawianie wewnętrznych spraw organizacji, pokieruj ich z powrotem na właściwe tory. Istnieją także inne gry usprawniające wewnętrzną dynamikę firmy. *Mapa kontekstu* powinna kształtować całościowe spojrzenie na skomplikowane otoczenie firmy i pokazać grupie, na czym powinna się skupić, aby osiągnąć strategiczne cele.

Gra oparta na przewodniku dla liderów wydanym przez firmę The Grove Consultants International.