



Mladen Jančić

Tehnike mapiranja u pregovaranju – MPH MAPIRANJE (1. dio)

Po modelu MPH mapiranja, tri najčešća «filtera» po kojima ljudi doživljavaju svijet oko sebe i na osnovu kojih donose svoje odluke su:

1. VAŽNOST (*magnitude – meta, macro, micro*)

To je način na koji ljudi koriste informacije da bi napravili smisao od života – neki ljudi posvećuju puno više pažnje detaljima situacije, dok drugi odmah «odlutaju» na konceptualnu ili stratešku razinu.

2. VREMENSKA DIMENZIJA (*periodicity – past, present, future*)

Neki će ljudi pristupiti problemu s pitanjem «Što se dogodilo?» krenut će od prošlosti ili povijesti kao baze za razumijevanje onoga se dogodilo. Drugi će željeti pristupiti istom problemu razmišljajući što će se dogoditi, tj. odmah razmišljati o mogućim posljedicama.

3. CJelokupna, Potpuna Dimenzija (*holistic dimension – head, hands, heart*)

Ljudi obično imaju osnovnu preferenciju kada razmatraju situacije iz okruženja u odnosu na «srce, glavu ili ruke». Neki ljudi su tu primarno emotivci (srce), drugi odmah traže neku logiku (glava), dok treći odmah pragmatički pristupaju situaciji (ruke).

3 pod-filtera koji formiraju preferencije

Niti jedan filter nije dobar ili loš. Oni su samo indikacija što je osobama primarno prilikom «filtriranja» informacija iz okoline, tj. na koji način oni doživljavaju svijet i pojave oko sebe.

Za svaki od tri glavna filtera postoje tri pod-filtera koji formiraju preferencije za svakog pojedinca:

1. Važnost (magnitude)

META	MACRO	MICRO
------	-------	-------

Ovaj filter **objašnjava na koji način osobe primaju informacije iz okoline**. U stvari, ovaj filter definira koju količinu informacija su oni spremni preuzeti. Da li gledati širu sliku, tj. problemu/pojavi pristupiti strateški, ili se fokusirati na detalje situacije?

Meta: ova osoba teži razmotriti široku sliku. Npr., zamislite da ste se baš susreli s osobom na ovoj radionici te počnete razgovarati o treneru. Konverzacija se može fokusirati na to kako se informacije dobivene na treningu generalno uklapaju u ekonomsku i akademsku teoriju.

Macro: ovakva osoba se više fokusira na srednju točku gledišta. Oni ne žele «zakoračiti» u stratosferu koncepta niti žele razmatrati detalje situacije ili problema. Oni mogu biti pragmatični i uzeti baš onoliko informacija koliko im treba da izgrade svoje mišljenje o tome. Na istom primjeru, ovakva osoba bi više pažnje i intenziteta u razgovoru o



treneru posvetila njegovim generalnim aspektima, ne strateškim konceptima niti detaljima prezentacije.

Micro: mikro-osoba je više orijentirana na detalje situacije/problema. Razgovarajući o treneru, takva osoba bi se najviše fokusirala na samo jedan aspekt treninga (npr. fokusirali bi se na samo jedan detalj PowerPoint *slidea*, te na tome gradili svoje mišljenje).

O drugom i trećem pod-filteru u idućem nastavku.



AngloAdria
MANAGEMENT CONSULTING

Trening programi:

- poslovno pregovaranje
- prodaja
- leadership
- osobni razvoj
- key account management
- train the trainer

Ulica grada Vukovara 284, Poslovni centar Almeria, Zagreb
Informacije: 01 551 0200 ili www.anglo-adria.com