

01 Jak uzyskać zgodę na H³ *wewnątrz swojej organizacji.*

Playbook dla osoby, która widzi problem z adopcją AI, ale nie dysponuje budżetem. Ten zestaw mówi, co przeczytać przed prezentacją, co powiedzieć w jej trakcie, co wysłać, gdy padnie prośba o więcej, i jak poruszać się po organizacji, aby pozyskać Sponsora, który naprawdę udźwignie ten temat.

SŁOWO O PRZEJRZYSTOŚCI

Ten zestaw jest napisany z myślą o Championie. Jeśli czyta to osoba decyzyjna, do której ta argumentacja jest kierowana, i trafiła tutaj z publicznej strony: zapraszamy do lektury. Stanowisko H³ jest następujące: perswazja, której jest się adresatem, powinna dać się zweryfikować. Materiały przeznaczone specjalnie dla kadry zarządzającej to one-pager cyklu oraz Executive Folder; odnośniki do obu znajdują się na dole tej strony.

Czym jest H³, w jednym zdaniu

Powtarzalny rytm, który zamienia rozproszone eksperymenty z AI wewnątrz organizacji w adopcję, która się utrzymuje, i w wyniki, które da się zmierzyć. Jeden cykl łączy facylitację na miejscu (Harvest, Hack, Harness) z miesiącami pracy imiennie wskazanych właścicieli w fazie Gap. Kolejny cykl otwiera się na widocznych dowodach z poprzedniego. **Cykl 2 rusza tylko wtedy, gdy Cykl 1 wywołał ruch, który widać.**

Do czego zobowiązuje się Sponsor

Przed prezentacją warto wiedzieć, o co naprawdę się prosi. Sponsor zobowiązuje się do czterech rzeczy:

- 01 Wspólne przygotowanie w poprzedzających tygodniach.** Wypełnienie wstępnego formularza. Pomoc w wyłonieniu kandydatów na imiennie wskazanych właścicieli. Poinformowanie kierownictwa.
- 02 Sfinansowanie Cyklu 1, potem decyzja na podstawie dowodów.** Jedna stała cena. Cykl 2 rusza tylko wtedy, gdy Cykl 1 wywołał widoczny ruch na stronie statusu.
- 03 Zapewnienie ostony z góry na żywo, przy każdej decyzji.** Przy każdej decyzji „wdrażamy teraz” podjętej na sali, od ręki. Zakupy, bezpieczeństwo, czas, budżet.
- 04 Obecność, dwukrotnie.** Krąg otwarcia w dniu 1 oraz pełna sesja Harness. Celowa nieobecność pomiędzy, aby sala mogła być szczera.

Jeśli kandydat na Sponsora nie może lub nie chce zrobić tych czterech rzeczy, żadna, choćby najrzeczniejsza, argumentacja nie uratuje Cyklu 1. Lepiej wybrać innego Sponsora. Strona 2 pomaga to sprawdzić przed prezentacją.

Materiały do pogłębienia, które można załączyć lub przestać dalej

One-pager cyklu · czym jest H³, na jednej stronie harvesthackharness.ai/h3-cycle-one-pager.pl.pdf

Executive Folder · 5-stronicowa narracja sprzedażowa dla Sponsorów harvesthackharness.ai/h3-executive-folder.pl.pdf

Sponsor self-qualifier · 5-minutowy autotest, wysyłany przed rezerwacją harvesthackharness.ai/h3-sponsor-self-qualifier.pl.pdf

Kalkulator podatku od wdrażania AI · oszacowanie, ile już kosztuje stanie w miejscu, harvesthackharness.ai/pl/ai-adoption-tax we własnych liczbach

02 Przed prezentacją *proszę ocenić kandydata na Sponsora.*

Aby Sponsor odniósł sukces w H³, wszystkie trzy warunki muszą mieć odpowiedź Tak. Jeśli którykolwiek to Nie, proszę wybrać innego Sponsora, zanim powstanie e-mail. Jeśli którykolwiek to Może, prezentacja jest nadal możliwa, ale bardziej ryzykowna; proszę uczciwie napisać w e-mailu, który warunek budzi wątpliwości.

KANDYDAT NA SPONSORA

Imię i nazwisko _____

Rola _____

TRZY WARUNKI

01 Uprawnienia decyzyjne. Czy jest w stanie sfinansować Cykl 1 w bieżącym kwartale, bez formalnej kolejki zakupowej?

- ☐ Tak (własne uprawnienia) ☐ Może (wystarczy zgoda jednej osoby na tym samym szczelnie lub ciche przyzwolenie zarządu) ☐ Nie (wymagany formalny proces zakupowy lub cykl posiedzeń zarządu)

02 Ostona z góry. Gdy właściciel potrzebuje wsparcia w zakupach, przyspieszonej ścieżki bezpieczeństwa, czasu lub budżetu od ręki, w trakcie spotkania na miejscu albo w fazie Gap, czy rzeczywiście jest w stanie to odblokować?

- ☐ Tak (te decyzje leżą dziś w jego gestii) ☐ Może (w większości przypadków tak, kilka wymagałoby dodatkowej rozmowy) ☐ Nie (każda decyzja o wdrożeniu od ręki musiałaby zostać eskalowana wyżej)

03 Zasięg operacyjny. Czy osoby, które wzięłyby udział w Cyklu 1, podlegają mu bezpośrednio lub dwa poziomy niżej?

- ☐ Tak (ta grupa pracuje dla niego) ☐ Może (mniej więcej połowa) ☐ Nie (inna organizacja, potrzebny inny Sponsor)

PUNKT ZACZEPIENIA DLA PREZENTACJI

Jaki konkretny, niedawny problem otworzy ten e-mail? Jedno zdanie sformułowane językiem Sponsora.

Przykłady, które działają: „Pilotaż Copilota, który przeglądaliśmy w zeszłym tygodniu: zapisało się sześć zespołów, dwa nadal go używają”. „Marcowe spotkanie wyjazdowe, które zaowocowało zobowiązaniami, których nikt nie wziął na siebie”. „Pytanie zarządu o AI sprzed trzech tygodni, na które nikt nie ma jasnej odpowiedzi”.

REGUŁA DECYZYJNA

TRZY RAZY TAK Proszę przejść do struktury prezentacji na stronie 3.

JEDNO MOŻE Prezentacja jest możliwa. Proszę otwarcie przyznać słabszy warunek w ostatnim akapicie e-maila, zamiast go ukrywać.

DWA LUB WIĘCEJ MOŻE / JAKIEKOLWIEK NIE Proszę wybrać innego kandydata na Sponsora. Wypełnienie tego arkusza dla drugiego nazwiska kosztuje mniej niż ratowanie nieudanej prezentacji.

03 Jak przedstawić H³ menedżerowi, *który widzi rozlewające się AI.*

Wersja H³, która ma dziś znaczenie dla Państwa Sponsora. Proszę korzystać z tych haczyków. Proszę zauważyć, dlaczego słowa z drugiego bloku zwykle nie trafiają. Proszę zaczynać od jego bólu, nie od mechaniki.

HACZYKI, KTÓRE TRAFIAJĄ

- „**To rytm, nie projekt.**” Cykle, nie mapy drogowe. Trzy dni na miejscu to część widoczna; praca właścicieli pomiędzy cyklami to moment, w którym powstają rezultaty.
- „**Cykl 2 rusza tylko wtedy, gdy Cykl 1 wywołał widoczny ruch.**” Sponsor nie kupuje wieloletniego zobowiązania. Finansuje jeden cykl. Finansowanie oparte na dowodach.
- „**Właściciele zgłaszają się sami, na sali.**” Wdrożenie nie kończy się wraz z dniami na miejscu, ponieważ ktoś w widoczny sposób odpowiada za każdą decyzję, na stronie statusu dostępnej dla wszystkich, przez trzy do sześciu miesięcy.
- „**Jest jedna strona statusu. Sponsor obserwuje, jak rośnie albo grzęźnie, w pełnej jawności.**” Zastępuje prezentację strategiczną.

JĘZYK, KTÓRY NIE NIESIE

„Model dojrzałości”, „mapa drogowa strategii AI”, „program transformacji”, „centrum doskonałości jako cel”, „framework innowacji”, „thought leadership”, „dzień AI”, „wyznaczanie ambicji”. Wszystko to sygnalizuje kategorie, od których H³ różni się strukturalnie. Państwa Sponsor słyszał je wszystkie i widział, jak produkują slajdy; te słowa nie niosą już dawnej wagi.

OD CZEGO NIE ZACZYNAĆ

- **Proszę nie zaczynać od mechaniki.** „Open Space plus hackathon plus strona statusu” gubi menedżera w osiem sekund. Proszę zacząć od jego bólu: pilotaże umierające po demo, sześć zespołów używających własnych narzędzi AI na prywatnych kartach, te same trzy blokady na kolejnym przeglądzie komitetu sterującego.
- **Proszę nie zaczynać od konsultanta.** Proszę zacząć od cyklu. Sponsor kupuje rytm, nie Facilitatora.
- **Proszę nie przesadzać z obietnicami wobec Cyklu 1.** Proszę nie obiecywać konkretnego ROI. Kształt transakcji w H³ to „sfinansuj jeden cykl, zdecyduj na podstawie dowodów”. Obietnica liczby podważa ten kształt i Państwa wiarygodność.

04 Co Państwa Sponsor w myślach *zestawia z H³*.

Państwa Sponsorowi w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy przedstawiono dwie lub trzy takie propozycje. Kiedy zgłasza zastrzeżenia wobec H³, zwykle broni jednej z czterech. Wystarczy rozpoznać, której, aby wiedzieć, jak odpowiedzieć.

01 Program transformacji od dużej firmy doradczej (McKinsey, BCG, Bain, Accenture, Deloitte, EY lub dowolnej innej).

CO OFERUJE	Benchmarki międzybranżowe, których organizacja inaczej by nie zobaczyła. Horyzontalne spojrzenie strategiczne obejmujące jednocześnie wiele obszarów biznesu. Doświadczony zespół, który potrafi prowadzić kilka strumieni pracy równolegle. Komfort rozpoznawalnej marki wobec zarządu („zajmuje się tym [firma]”), co dla części Sponsorów jest realnym produktem, nawet jeśli nikt się do tego nie przyzna; jeśli to właśnie tę legitymizację faktycznie kupują, można to nazwać wprost.
GDZIE KSZTAŁT PRACY ROZMIJA SIĘ Z H ³	Zlecenie doradcze jest skrojone jako jeden duży zakład, prowadzony przez konsultantów, finansowany według kamieni milowych w ramach 9- do 18-miesięcznego SOW. W H ³ skala jest inna: serie małych zakładów, prowadzonych przez Sponsora, finansowanych dowodami, cykl po cyklu. To dwie różne teorie adopcji: teoria doradcoza mówi „zaprojektuj właściwą strategię i przekaz ją organizacji”. Teoria H ³ mówi „strategia wytania się z adopcji prowadzonej przez imiennie wskazanych właścicieli, która kumuluje się cykl po cyklu”. Obie produkują slajdy. Tylko jedna wciąż wytwarza ruch po odejściu konsultantów.
STANOWISKO H ³	Jeśli Sponsor kupuje legitymizację wobec zarządu i horyzontalne spojrzenie na strategię, firma doradcza jest właściwym wyborem i nie należy prezentować H ³ jako alternatywy dla niej. Jeśli Sponsor kupuje adopcję, która kumuluje się wewnątrz jednostek operacyjnych, kształt pracy jest inny i to H ³ jest właściwym wyborem. Pytanie, które warto odbić do Sponsora, brzmi: „Które z tych dwóch faktycznie Państwo kupują?”

02 Wewnętrzne centrum doskonałości AI (albo AI Office, AI Lab, AI Practice, Centre for AI Capability).

CO OFERUJE	Realny kręgosłup kompetencji AI: wspólne standardy, siłę przetargową w zarządzaniu dostawcami, nadzór i ład, miejsce do budowania głębokiej eksperckości, jasne umiejscowienie odpowiedzialności za portfel AI. Działające CoE są wartościowe, a pracujący w nich praktycy to zwykle jedno z najbystrzejszych osób w organizacji.
GDZIE POJAWIA SIĘ TARCIE	Przekazanie z CoE do jednostek operacyjnych to miejsce, w którym adopcja AI najczęściej się zatrzymuje. CoE dowodzi, że dana kompetencja działa w pilotażu; zespoły operacyjne nigdy w pełni jej nie przyswajają, bo praca potrzebna do osadzenia jej w codzienności nie ma właściciela, a mandat CoE zwykle nie sięga kalendarzy innych zespołów. To kwestia strukturalna, nie porażka CoE; pojawia się nawet w najsilniejszych centrach, ponieważ zadaniem CoE jest kompetencja, a nie adopcja.
STANOWISKO H ³	Uzupełnienie, nie alternatywa. H ³ dostarcza rytmu imiennie wskazanych właścicieli, który zamienia kompetencję potwierdzoną przez CoE w adopcję w jednostkach operacyjnych. W praktyce pracownicy CoE są często najlepszymi kandydatami na Coachów (bo to oni mają ekspertyzę AI), Participanci z jednostek operacyjnych są często najlepszymi właścicielami (bo to ich praca operacyjna), a lider CoE bywa właściwym współ-Sponsorem obok członka kierownictwa po stronie operacyjnej. Najsilniejsza wersja to CoE jako kręgosłup kompetencji, H³ jako cykl, który je osadza.

03 Wdrożenie narzędzia prowadzone przez dostawcę (Copilot dla wszystkich, pula licencji Cursor, Glean w całej organizacji, korporacyjne wdrożenie [dostawcy]).

CO OFERUJE	Konkretną kompetencję łądzącą w organizacji. Wsparcie dostawcy, materiały szkoleniowe, sprawdzone wzorce wdrożeń, jasną jednostkę decyzji („licencjonujemy X dla Y zespołów”). Współczesne narzędzia AI są naprawdę użyteczne, a stojący za nimi dostawcy zwykle poważnie podchodzą do wsparcia adopcji; to realna wartość.
GDZIE POJAWIA SIĘ TARCIE	Narzędzie dociera do organizacji przez umowę licencyjną; do pracy dociera przez tysiąc drobnych decyzji o adopcji wewnątrz zespołów operacyjnych. To ta druga część najczęściej zatrzymuje wdrożenia: narzędzie zostaje kupione, garstka zespołów je podchwytuje, większość nie, a pół roku później korzystanie koncentruje się w tych samych zespołach, które i tak znalazłyby je same. To kwestia strukturalna, nie porażka dostawcy; dotyczy to nawet najsilniejszych narzędzi.
STANOWISKO H ³	Uzupełnienie, nie alternatywa. H ³ nie zastępuje wdrożeń narzędzi; dostarcza cykl imiennie wskazanych właścicieli, który zamienia licencję w faktyczną adopcję wewnątrz zespołów operacyjnych. W praktyce dostawca narzędzia i wewnętrzny zespół wdrożeniowy są często najsilniejszymi uczestnikami dnia Hack, a lider wdrożenia bywa właściwym współ-Sponsorem lub partnerem właściciela. Najsilniejsza wersja to wdrożenie dostawcy jako podłoże, H³ jako rytm, który je osadza.

04 Status quo plus doraźne szkolenia.

W JEDNYM ZDANIU	Tanio, bez tarcia, bez ryzyka politycznego. Nie daje niczego mierzalnego; te same pilotaże, te same cykle przeglądów, pół roku później. Jeśli Sponsorowi nie przeszkadza czekanie kolejny rok na adopcję, która się nie skumuluje, to najtańsza opcja. H³ jest dla kadry kierowniczej, która odczytała sytuację i uznała, że czekać nie może.
-----------------	---

05 E-mail *gotowy do wysłania.*

Proszę zredagować pierwszy akapit tak, aby brzmiał jak Państwa rzeczywista rozmowa ze Sponsorem. Reszta nie powinna brzmieć szablonowo. Proszę wybrać jeden temat wiadomości, wkleić treść, załączyć PDF z Executive Folder i wysłać.

UWAGA DLA CHAMPIONA

Jeśli Państwa Sponsor będzie na tyle zadowolony, że sam pobierze ten zestaw, zobaczy ten szablon słowo w słowo. Proszę spersonalizować pierwszy i ostatni akapit na tyle, aby wysłana wiadomość czytała się jak Państwa własna, a nie jak wklejka. Środkowe akapity napisano tak, by można je było przejąć bez zmian: rzetelnie wyjaśniają H³, a to, że Sponsor przeczyta je dwa razy (raz w e-mailu, raz w zestawie), wzmacnia przekaz, zamiast go osłabiać.

WARIANTY TEMATU WIADOMOŚCI (PROSZĘ WYBRAĆ JEDEN)

- Eksperymenty z AI są wszędzie. Adopcji brak. Warte 30 minut.
- Inny kształt adopcji AI, który nie kończy się kolejną prezentacją
- Zwracam na to uwagę przed [posiedzeniem zarządu / przeglądem kwartalnym / kolejnym komitetem sterującym]

Dzień dobry, [IMIĘ SPONSORA],

[PROSZĘ ZREDAGOWAĆ TEN AKAPIT. Jedno lub dwa zdania własnymi słowami, nawiązujące do czegoś konkretnego, co oboje Państwo ostatnio widzieli. Przykład: „Po naszym zeszlotygodniowym przeglądzie tego, dokąd doszedł (i dokąd nie doszedł) pilotaż Copilota, zacząłem szukać, co inne organizacje robią z tym samym kształtem problemu”.]

To, co udało mi się znaleźć, nazywa się H³ („Harvest, Hack, Harness”). To powtarzalny cykl adopcji AI: trzy dni na miejscu, podczas których ludzie faktycznie używający AI w swojej pracy ujawniają, co działa, i decydują, co przyjąć, a co zamknąć, a następnie od trzech do sześciu miesięcy, w których imiennie wskazani właściciele przenoszą te decyzje do żywego systemu, przy Państwa ostonie z góry. Kolejny cykl otwiera się na widocznych dowodach. **Cykl 2 rusza tylko wtedy, gdy Cykl 1 wywoła ruch, który widać, na stronie statusu obserwowanej przez wszystkich.**

Odrzuca kształty, których już próbowaliśmy (modele dojrzałości, spotkania wyjazdowe, wieloletnie mapy drogowe), i stawia Sponsora naprzeciw pracy: jedna stała cena za Cykl 1, żadnego Cyklu 2 bez dowodów.

Dwa materiały w załączniku lub pod linkiem:

Przegląd na 1 stronie: harvesthackharness.ai/h3-cycle-one-pager.pl.pdf

5-stronicowy Executive Folder: harvesthackharness.ai/h3-executive-folder.pl.pdf

Jeśli to trafia w punkt, kolejnym krokiem jest pięć minut z Sponsor self-qualifier (harvesthackharness.ai/h3-sponsor-self-qualifier.pl.pdf), a potem 30-minutowa rozmowa wstępna. Uczciwą odpowiedzią może być „nie w tym kwartale” i to również jest czysty wynik.

[IMIĘ I NAZWISKO]

06 Taktyki dla *Championa*.

Co robić przed prezentacją, w jej trakcie i po niej. Połowa z tych wskazówek to czytanie układu sił w organizacji, a nie sztuka prezentacji. Proszę przeczytać wszystkie raz, zanim powstanie e-mail.

WYBÓR WŁAŚCIWEGO SPONSORA

Właściwy Sponsor ma **zarówno** prawo podpisu, **jak i** zdolność do zapewnienia osłony z góry. W większości organizacji są menedżerowie wysokiego szczebla, którzy mają jedno, ale nie drugie. Warto sprawdzić: uprawnienia (czy może sfinansować Cykl 1 w bieżącym kwartale bez kolejki zakupowej?), zdolność do dania osłony z góry (kiedy właściciel potrzebuje od ręki pomocy w zakupach / szybkiej ścieżki w bezpieczeństwie / czasu / budżetu, czy ta osoba faktycznie potrafi to odblokować?) oraz zasięg operacyjny (czy ludzie, którzy mieliby wziąć udział w Cyklu 1, podlegają jej bezpośrednio lub dwa poziomy niżżej?).

Sygnaty niedopasowania: „lider innowacji” bez zespołu operacyjnego, „AI champion” bez budżetu, CTO, którego mandat obejmuje architekturę w trybie tylko do odczytu, COO, który w całości deleguje AI. Żadna z tych ról nie jest zła; po prostu nie jest to rola, na której H³ opiera swój pierwszy cykl.

WYBÓR MOMENTU NA PREZENTACJĘ

- **Po pilotażu, który utknął.** Zaraz po przeglądzie Copilota/Cursora/czegokolwiek innego, którego konkluzją było „nie wiemy, co z tym dalej zrobić”: maksymalna otwartość.
- **Przed kolejnym cyklem budżetowym.** Cykl 1 musi trafić do budżetu; prezentacja w trakcie zamykania Q4 to już za późno.
- **Gdy AI trafia do agendy zarządu.** Kiedy zarząd zapyta Państwa Sponsora „co robimy z AI?”, będzie on potrzebował odpowiedzi. H³ jest odpowiedzią.
- **Czego unikać:** środka reorganizacji, momentu tuż po zwolnieniach, dwóch tygodni przed urlopem, dnia, w którym konkurent ogłasza coś spektakularnego.

ZASTRZEŻENIA I JEDNOZDANIOWE ODPOWIEDZI

„*Próbowaliśmy już czegoś takiego.*” → Inna konstrukcja. Oparta na cyklach, z imiennie wskazanymi właścicielami i stroną statusu. Warto poświęcić 30 minut, żeby sprawdzić, czy ta różnica ma znaczenie.

„*Nie mamy budżetu na nowe inicjatywy.*” → Cykl 1 to jedna stała cena. Cykl 2 rusza tylko wtedy, gdy Cykl 1 wywołał ruch. Stawka pozostaje niewielka.

„*Proszę przestać mi slajdy.*” → Nie ma slajdów. Jest 5-stronicowy Executive Folder, który już został przesłany. Wart 5 minut.

„*Muszę to przemyśleć.*” → Proszę poświęcić 5 minut na self-qualifier. Szczera odpowiedź może brzmieć „nie w tym kwartale” i to jest w porządku.

„*Niewłaściwy kwartał.*” → Najpierw self-qualifier. Jeśli warunki są spełnione, rozmowę warto umówić niezależnie od kwartału.

JEŚLI OCZYWISTY SPONSOR JEST ZŁYM WYBOREM

- Proszę poprowadzić sprawę przez osobę na równorzędnym stanowisku, która ma zasięg operacyjny (COO, jeśli Państwa CTO działa w trybie tylko do odczytu).
- Proszę pozyskać drugiego Championa na tym samym szczeblu, żeby Sponsor usłyszał o H³ z dwóch stron.
- Proszę to odłożyć. Niewłaściwy Sponsor nie odniesie sukcesu z H³, niezależnie od tego, jak dobra będzie prezentacja. Niechętne „tak”, które rozbija Cykl 1, spali relację.

KIEDY PRZESTAĆ NACISKAĆ

Sponsor, który mówi „tak” dopiero pod presją, nie zapewni realnej osłony z góry wtedy, gdy naprawdę będzie go to coś kosztować. Jego niechętne „tak” kończy się Cyklem 1, który utknie, i Sponsorem, który obwini metodykę. **Lepszy wynik: czyste „nie” i powrót w kolejnym kwartale, kiedy warunki będą spełnione.**

07 Co Państwo robią, *gdy Sponsor powie tak.*

Państwa rola zmienia się z orędownika w rolę wspierającą proces. Sześć rzeczy do zrobienia w pierwszym miesiącu i jedno stałe zobowiązanie na całą fazę Gap.

Pierwszy miesiąc

- 01 **Przedstawienie stron.** Proszę wystać zaproszenie w kalendarzu na rozmowę wstępną. Proszę przekazać Sponsorowi link do Sponsor self-qualifier, tak aby przed rozmową przeszedł pięciominutowy autotest.
- 02 **Wycofanie się z samej rozmowy wstępnej.** Rozmowa działa najlepiej jako bezpośrednia wymiana zdań między Państwem Sponsorem a Facilitatorem H³. Państwa obecność przesunęłaby dialog w stronę uzasadniania samego przedstawienia stron zamiast szczerzej oceny dopasowania, czyli dokładnie w przeciwną stronę niż potrzebuje tego każda ze stron.
- 03 **Zablokowanie terminu w kalendarzu.** Cykl 1 zajmuje od początku do końca około dwudziestu dni, licząc trzy dni kalendarzowe na miejscu, prace przygotowawcze i zamknięcie. Proszę pomóc Sponsorowi wcześniej zarezerwować właściwe trzy dni, zanim zajmie je coś innego.
- 04 **Pomoc w ułożeniu krótkiej listy kandydatów na właścicieli.** Formularz wstępny Sponsora prosi o wymienienie osób, które prawdopodobnie zgłoszą się jako właściciele. Prawdopodobnie znają Państwo te osoby lepiej niż Sponsor. Proszę ułożyć tę listę wspólnie.
- 05 **Poinformowanie właściwych współpracowników przed spotkaniem na miejscu.** Dwulinijkowa wiadomość do każdej osoby z grupy: „To po części moja inicjatywa. To trzy dni kalendarzowe plus działania po nich; oto, dlaczego jest inaczej niż zwykle. Nie trzeba nic przygotowywać”. To usuwa tarcia.
- 06 **Widoczność podczas spotkania na miejscu, dyskretna obecność w trakcie fazy Gap.** W Cyklu 1 biorą Państwo udział w roli Participanta, a nie właściciela każdej decyzji. Właściciele muszą zgłosić się sami na sali; nie mogą ich Państwo wyznaczyć. Po spotkaniu na miejscu Państwa zadaniem jest obecność, a nie współwłasność decyzji.

Na bieżąco, przez trwającą od trzech do sześciu miesięcy fazę Gap

Proszę co miesiąc umawiać ze Sponsorem 15-minutowe spotkanie kontrolne. Cykl 1 kończy się porażką wtedy, gdy w trzecim lub czwartym miesiącu uwaga Sponsora przenosi się na kolejną sprawę. Comiesięczne spotkanie to jedno zdanie i jeden slajd: „Oto, gdzie jest strona statusu. Trzy zobowiązania potrzebują w tym miesiącu Państwa ostony z góry, a jeden właściciel utknął”.

Jeśli Sponsor przestaje pojawiać się na tych spotkaniach, Cykl 2 jest zagrożony. To sygnał do eskalacji we własnej głowie: czy wybraliśmy właściwego Sponsora? Warto wtedy ponownie przeczytać arkusz ze strony 2.

MATERIAŁY POGLĘBIONE, W KOLEJNOŚCI, W JAKIEJ PRZECZYTA JE PAŃSTWA SPONSOR

- Pięciominutowy autotest przed podjęciem decyzji: harvesthackharness.ai/h3-sponsor-self-qualifier.pl.pdf
- Jednostronicowy przegląd: harvesthackharness.ai/h3-cycle-one-pager.pl.pdf
- Pięciostronicowy Executive Folder: harvesthackharness.ai/h3-executive-folder.pl.pdf

Następny krok, gdy w arkuszu na stronie 2 wszystkie odpowiedzi brzmią „Tak”: e-mail ze strony 5.