

PERGUNTAS PODEROSAS

MÓDULOS 1 E 2



A IMPORTÂNCIA DAS PERGUNTAS PODEROSAS

MÓDULO 1:

- INTRODUÇÃO AO PODER DAS PERGUNTAS;
- O QUE SÃO E QUAIS OS BENEFÍCIOS DAS PERGUNTAS PODEROSAS;
- O ARQUÉTIPO DE UMA PERGUNTA PODEROSA.

MÓDULO 2:

- 5W2H DAS PERGUNTAS PODEROSAS;
- INVESTIGAÇÃO APRECIATIVA;
- PERGUNTAS PARA ENTENDER;
- FORMULANDO PERGUNTAS CONSISTENTES;
- A IMPORTÂNCIA DO SILÊNCIO, PAUSAS E ESCUTA ATIVA.

MÓDULOS 3 E 4



A IMPORTÂNCIA DAS PERGUNTAS PODEROSAS

- **MÓDULO 3:**

- **QUAIS AS CARACTERÍSTICAS DE UMA PERGUNTA PODEROSA;**
- **TIPOS DE PERGUNTAS;**
 - ✓ **PERGUNTAS ABERTAS;**
 - ✓ **PERGUNTAS FECHADAS;**
 - ✓ **EXPLORATÓRIAS;**
 - ✓ **TÉCNICA SPIN SELLING;**
 - ✓ **DESAFIADORAS;**
 - ✓ **FECHAMENTO.**
- **QUAIS SÃO AS ATITUDES DE UM(A) BOM(A) INDAGADOR(A)**

A IMPORTÂNCIA DAS PERGUNTAS PODEROSAS

- **MÓDULO 4:**

- **EXTRAÇÃO DE NARRATIVAS;**
- **COMO TRABALHAR NARRATIVAS E ANEDOTAS;**
- **CONDUÇÃO, CONEXÃO E ORGANIZAÇÃO;**
- **CÍRCULO DE ANEDOTAS;**
- **SENSEMAKING;**
- **UTILIZANDO AS PERGUNTAS PODEROSAS: DINÂMICA PRÁTICA.**

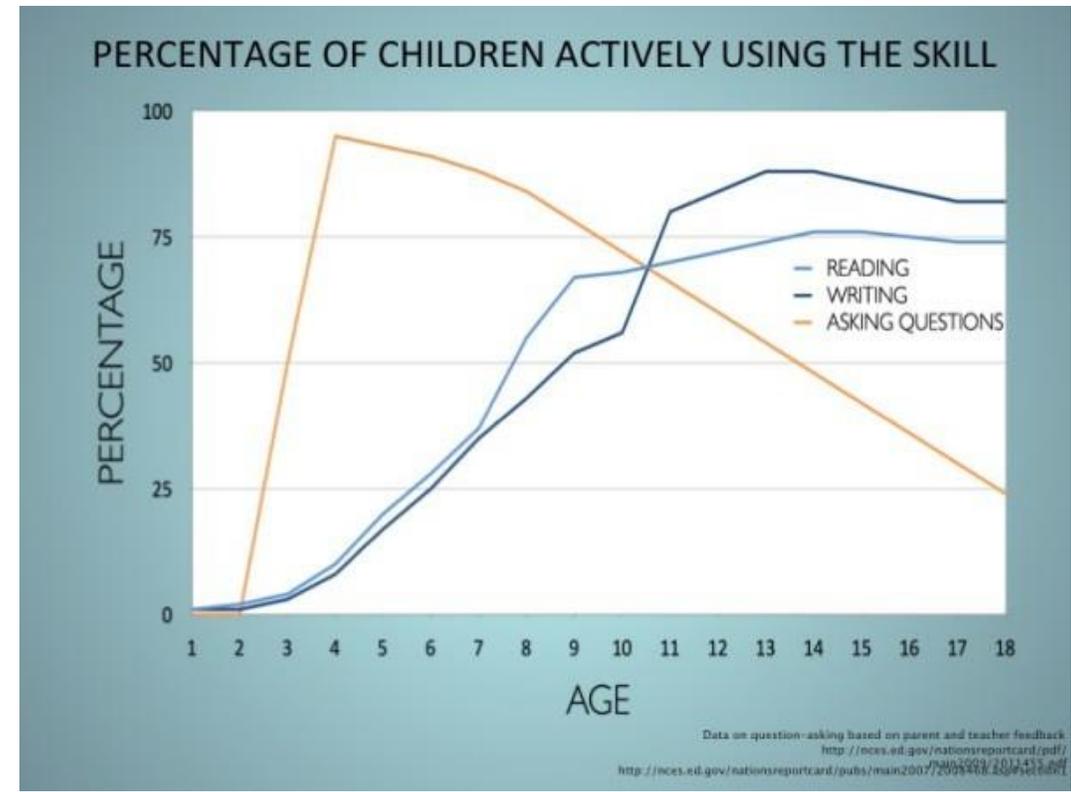
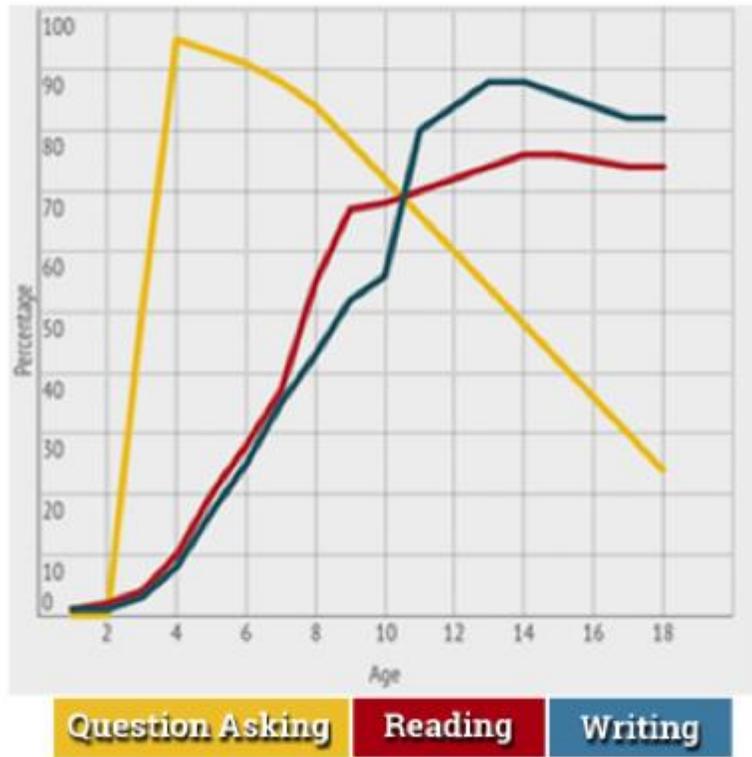
TED^x Bergen Community College

x = independently organized TED event

Steve Aguirre
The Power of Questions

March 6, 2018

Why does kids' questioning drop off after age 3?



“A ARTE E A CIÊNCIA DE FAZER PERGUNTAS É A FONTE DE TODO CONHECIMENTO” – THOMAS BERGER

“AQUELE QUE PEDE É TOLO POR CINCO MINUTOS, MAS QUEM NÃO PEDE PERMANECE TOLO PARA SEMPRE.” – MARK TWAIN

POR QUE MENOS PERGUNTAS?



- ⦿ OS PAIS DIZEM: "CHEGA!"
- ⦿ OS PROFESSORES DIZEM: "DÊ-ME RESPOSTAS!"
- ⦿ OS CHEFES DIZEM: "DO MEU JEITO OU RUA!"
- ⦿ VOCÊ DIZ: "NÃO TENHO TEMPO."

O ARQUÉTIPO DE UMA PERGUNTA PODEROSA



1) **DEFINA O FOCO DA PERGUNTA**

2) **PRODUZA SUAS PERGUNTAS**

3) **SIGA AS REGRAS**

- ✓ NUMERE SUAS PERGUNTAS
- ✓ MELHORE SUAS PERGUNTAS
- ✓ CATEGORIZE PERGUNTAS COMO FECHADAS OU ABERTAS
- ✓ ALTERE AS PERGUNTAS DE UM TIPO PARA OUTRO

4) **AJA ESTRATEGICAMENTE**

- ✓ PRIORIZE SUAS PERGUNTAS
- ✓ PLANO DE AÇÃO OU DISCUTIR OS PRÓXIMOS PASSOS
- ✓ COMPARTILHE COM ALGUÉM

5) **REFLITA**

1. **FAÇA O MÁXIMO DE PERGUNTAS QUE PUDER.**
2. **NÃO PARE PARA DISCUTIR, JULGAR OU RESPONDER A QUALQUER PERGUNTA.**
3. **ANOTE TODAS AS PERGUNTAS EXATAMENTE COMO ELA É DECLARADA.**
4. **TRANSFORME QUALQUER DECLARAÇÃO EM UMA QUESTÃO.**

FECHADA:
RESPONDIDO COM "SIM", "NÃO" OU UMA PALAVRA

ABERTA: EXIGE UMA EXPLICAÇÃO MAIS LONGA

A LISTA DE VERIFICAÇÃO DE PHOENIX: COMO A CIA DEFINE PROBLEMAS E PLANOS DE AÇÃO



[HTTPS://WWW.FUTUREBUSINESSTECH.COM/BLOG/THE-PHOENIX-CHECKLIST-HOW-THE-CIA-DEFINES-PROBLEMS-AND-PLANS-SOLUTIONS](https://www.futurebusinesstech.com/blog/the-phoenix-checklist-how-the-cia-defines-problems-and-plans-solutions)



JOGAR CHANGE MANAGEMENT GAME COM O ARQUÉTIPO

O PODER DE FAZER PERGUNTAS



PORQUÊ

O QUÊ

COMO

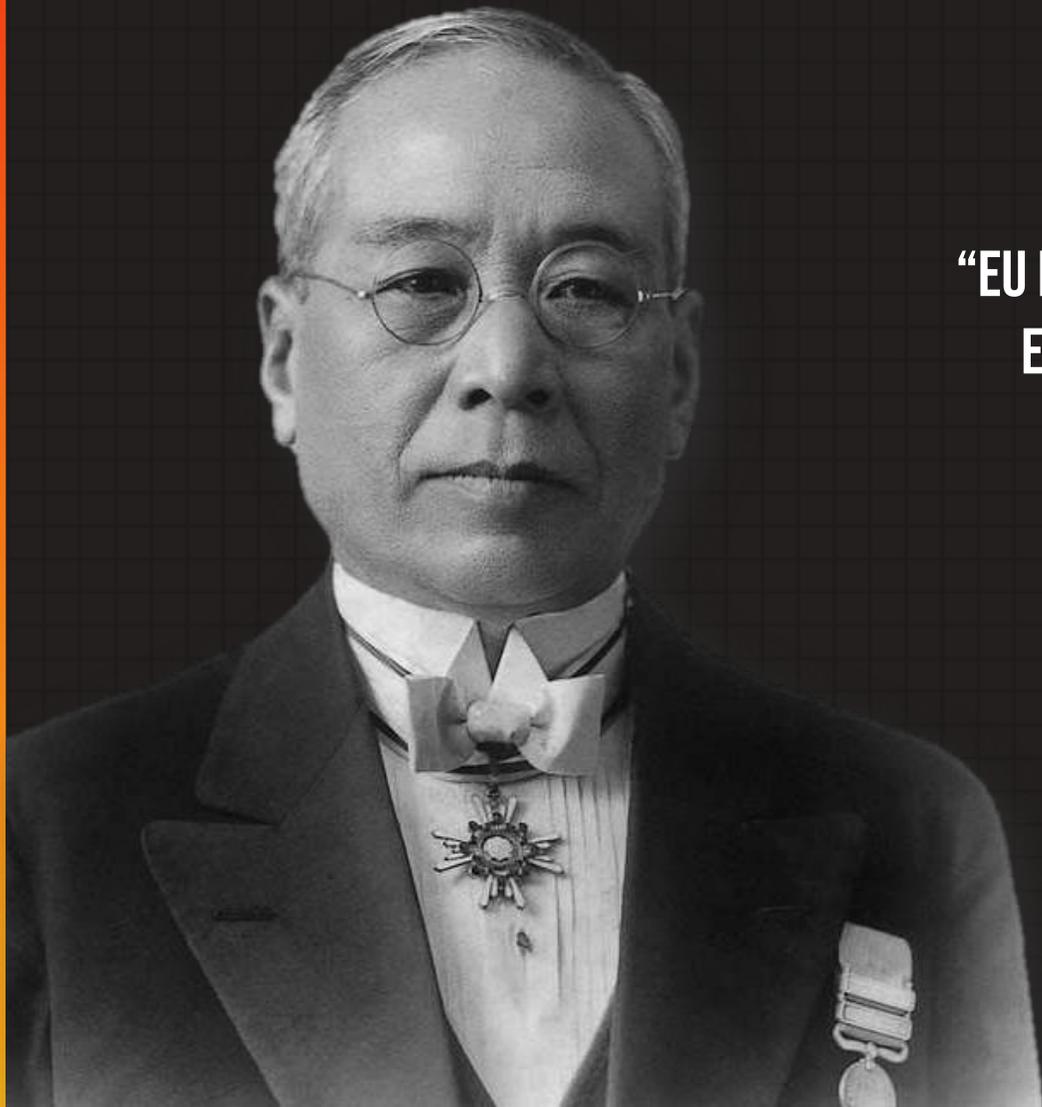
POR QUE: PERGUNTE MAIS E MELHOR



- **PERGUNTAS**
- **PREVENIR DESASTRES**
- **GANHE CLAREZA**
- **MOLDAR O FUTURO**

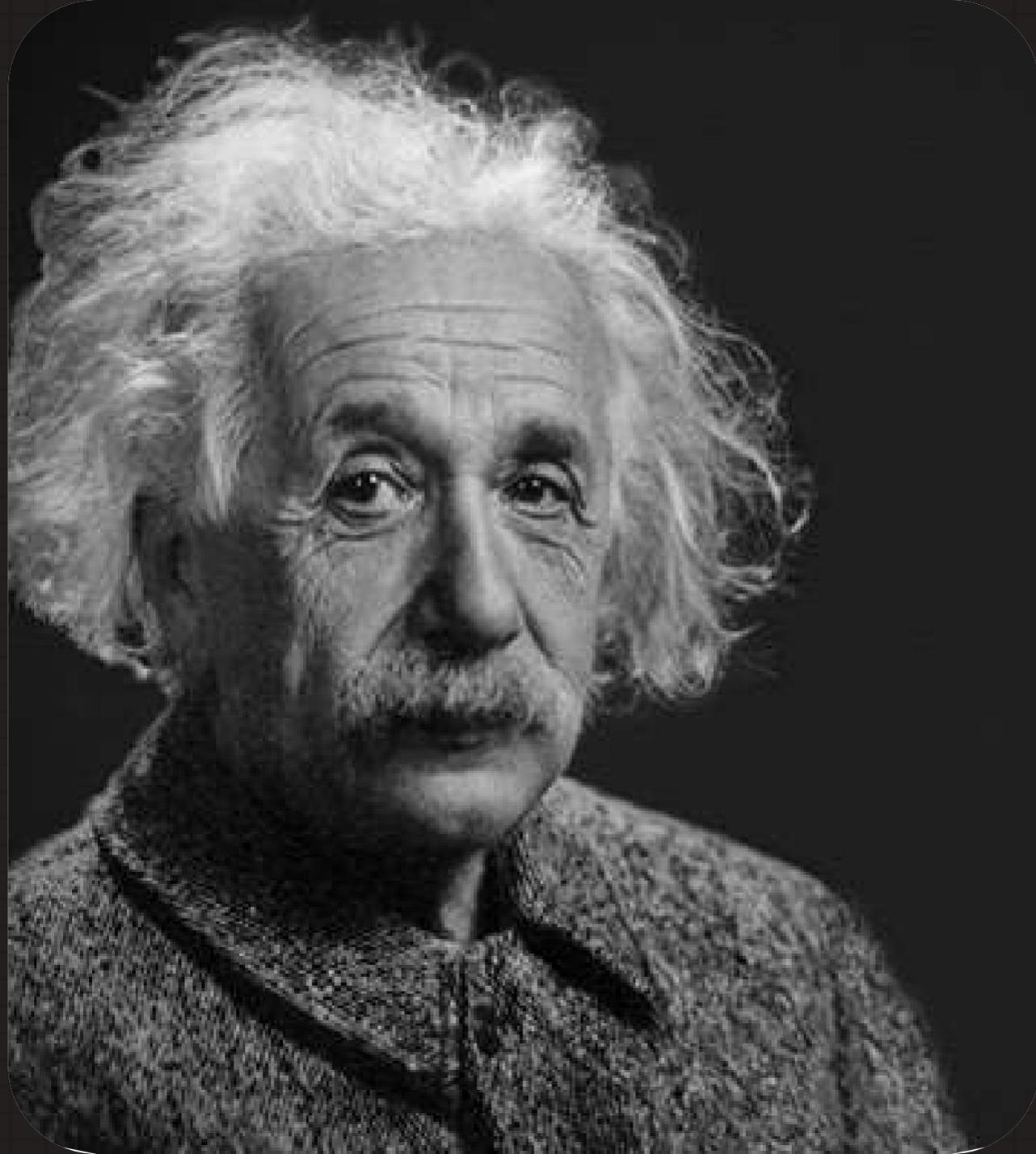
PORQUÊ

5 PORQUÊS PARA A CAUSA RAIZ



**“EU NÃO SOU TALENTOSO MAIS DO QUE NINGUÉM.
EU APENAS COLOQUEI MUITOS ESFORÇOS E
PESQUISAS.”**

SAKICHI TOYODA



"SE EU TIVESSE UMA HORA PARA RESOLVER UM PROBLEMA E MINHA VIDA DEPENDESSE DA SOLUÇÃO, EU PASSARIA OS PRIMEIROS 55 MINUTOS DETERMINANDO A PERGUNTA ADEQUADA PARA PERGUNTAR, UMA VEZ QUE EU SOUBESSE A PERGUNTA ADEQUADA, EU PODERIA RESOLVER O PROBLEMA EM MENOS DE 5 MINUTOS.

ALBERT EINSTEIN

O QUÊ E “E SE”: PERGUNTAS DESAFIADORAS



- ◎ **PERCEPÇÕES E VIESES**
- ◎ **A "MANEIRA COMO SEMPRE FOI FEITO"**
- ◎ **FALTA DE CLAREZA**

O QUÊ

VOCÊ ESTÁ ACOSTUMADO(A) A USAR O SUPERPODER DO:
“E SE?”



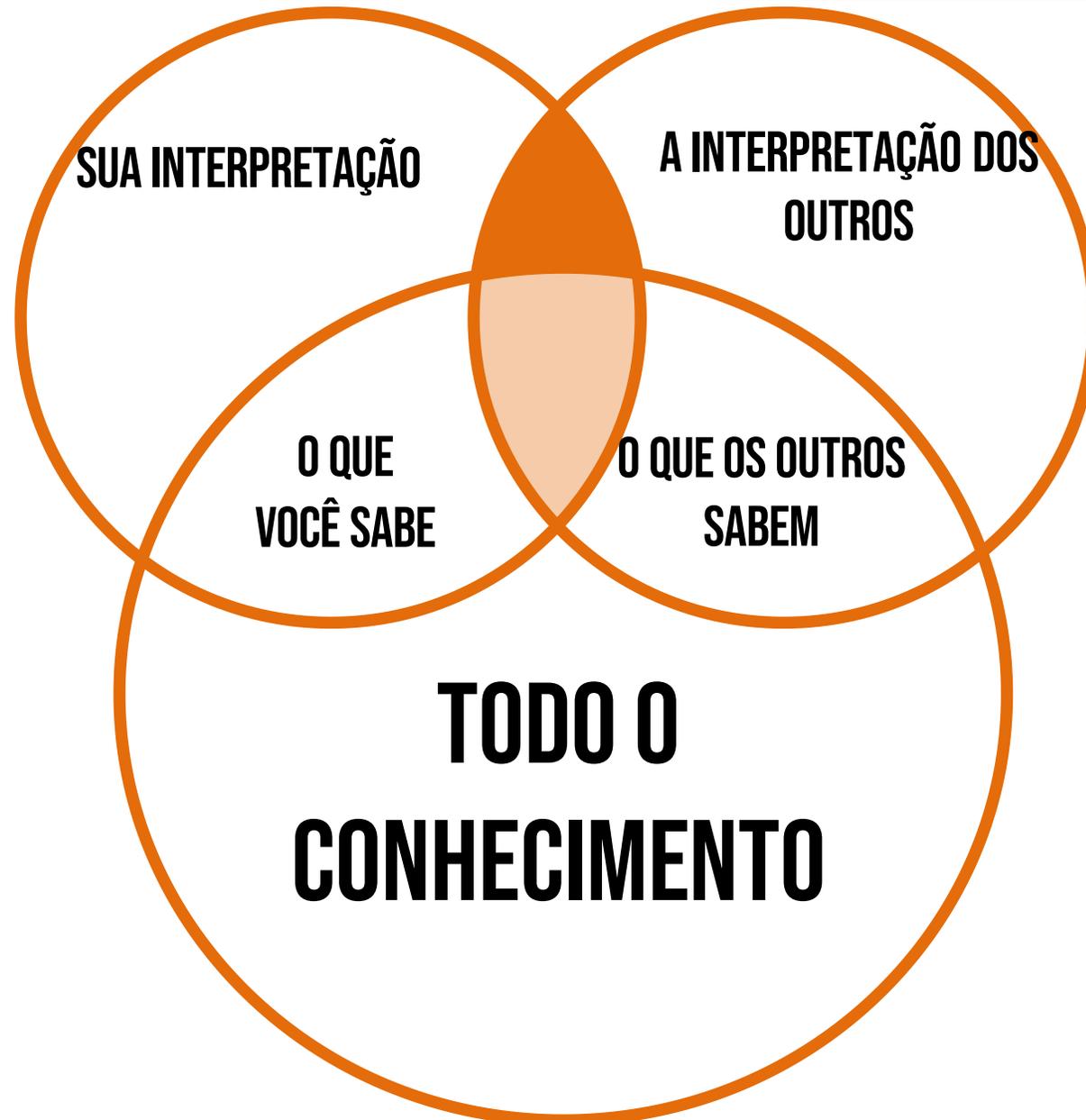
E SE EU ESTIVER ERRADO?



BY GINO
TERENTIM
RETHINKING LEARNING

**TUDO O
CONHECIMENTO**

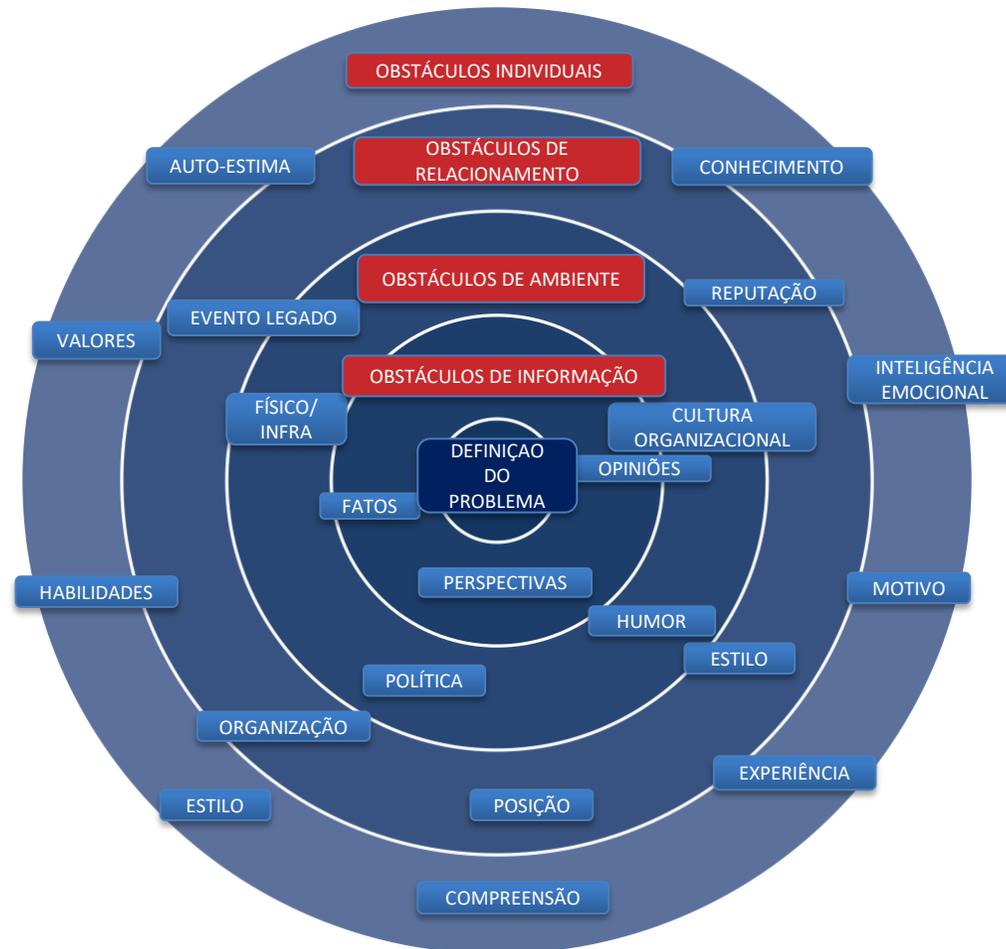




MICKEY MOUSE THEORY



MODELO DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS – PATRICK LENCIONI

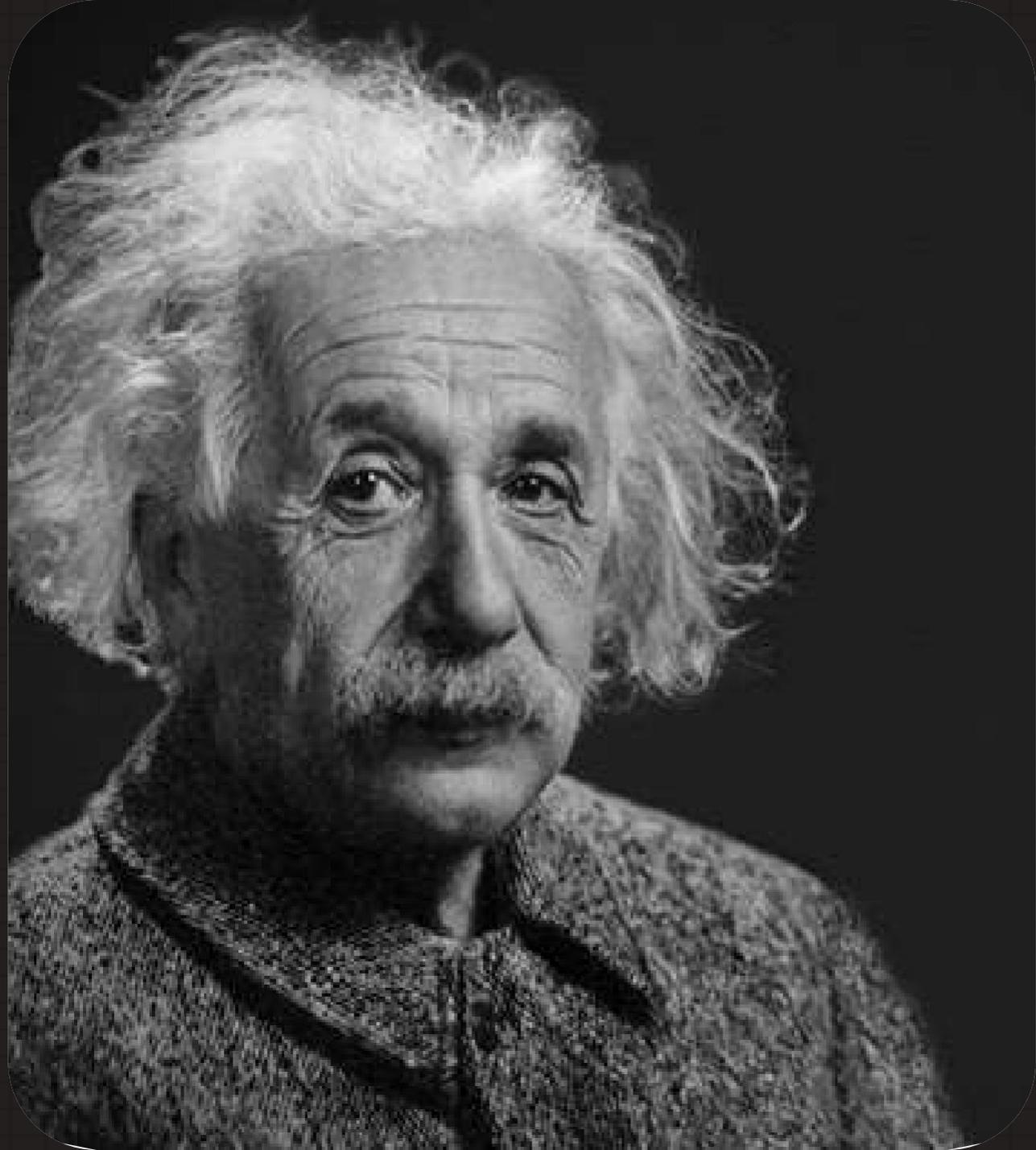


COMO: FAZENDO PERGUNTAS



- ◎ **COMO PODERÍAMOS...**
- ◎ **COMO SERIA SE.....**

COMO



**"O IMPORTANTE É NUNCA PARAR DE
QUESTIONAR."**

ALBERT EINSTEIN

CONSTRUÇÃO, ESCOPO E PREMISSAS



5 PORQUÊS PARA A CAUSA RAIZ



"UMA MUDANÇA DE PARADIGMA OCORRE QUANDO UMA PERGUNTA É FEITA DENTRO DO PARADIGMA ATUAL QUE SÓ PODE SER RESPONDIDA DE FORA DELE"

THE ART OF THE QUESTION, MARILEE GOLDBERG

- **GERA CURIOSIDADE NO OUVINTE**
- **ESTIMULA CONVERSA REFLEXIVA**
- **É INSTIGANTE**
- **EMERGE SUPOSIÇÕES SUBJACENTES**
- **CONVIDA A CRIATIVIDADE E NOVAS POSSIBILIDADES**
- **GERA ENERGIA E MOVIMENTO PARA A FRENTE**
- **CANALIZA A ATENÇÃO**
- **PROVOCA INVESTIGAÇÃO**
- **PERMANECE COM OS PARTICIPANTES**
- **TOCA UM PROFUNDO SIGNIFICADO**
- **EVOCA MAIS PERGUNTAS**

O QUE FAZER E O QUE NÃO FAZER, QUANDO O ASSUNTO SÃO PERGUNTAS



SIM

CURIOSIDADE

REFLEXÃO

REVELA SUPOSIÇÕES

ENGAJAMENTO

ENERGIA

CRIATIVIDADE

CONFIANÇA

SIGNIFICADO

DESENCADEIA MAIS PERGUNTAS

NÃO

TÉDIO

REAÇÃO

ESTENDE VIESES

CONSENSO

PARALISIA

DISTRAÇÃO

DESCONFIANÇA

TRIVIAL

BECOS SEM SAÍDA

QUAIS SÃO AS ATITUDES DE UM(A) BOM(A) INDAGADOR(A)



- 1. PREPARE INFORMAÇÕES REFERENTES AO PANO DE FUNDO.**
- 2. PLANEJE METAS, TEMPO DISPONÍVEL, HISTÓRIAS E NARRATIVAS**
- 3. FORMULAR PERGUNTAS**
 - ANOTE DIFERENTES VERSÕES (CONSTRUÇÃO, ESCOPO E SUPOSIÇÕES)**
 - CLASSIFIQUE-OS EM TERMOS DE “PODER DA PERGUNTA”**
 - ANTECIPE POSSÍVEIS INTERPRETAÇÕES**
 - ANTECIPE POTENCIAIS OBSTÁCULOS**
 - VISLUMBRE POSSÍVEIS/POTENCIAIS RESPOSTAS E NOVAS PERGUNTAS DECORRENTES DESSAS**
- 4. DESENVOLVA E REFINE SUAS PRÓPRIAS ESTRATÉGIAS (SEU GRUPO) TÉCNICAS E DICAS**

生

い

I - KI

Vida, Vivo(a)

き

甲

か

KA - I

Efeito / Resultado; Que vale a pena; Útil

斐

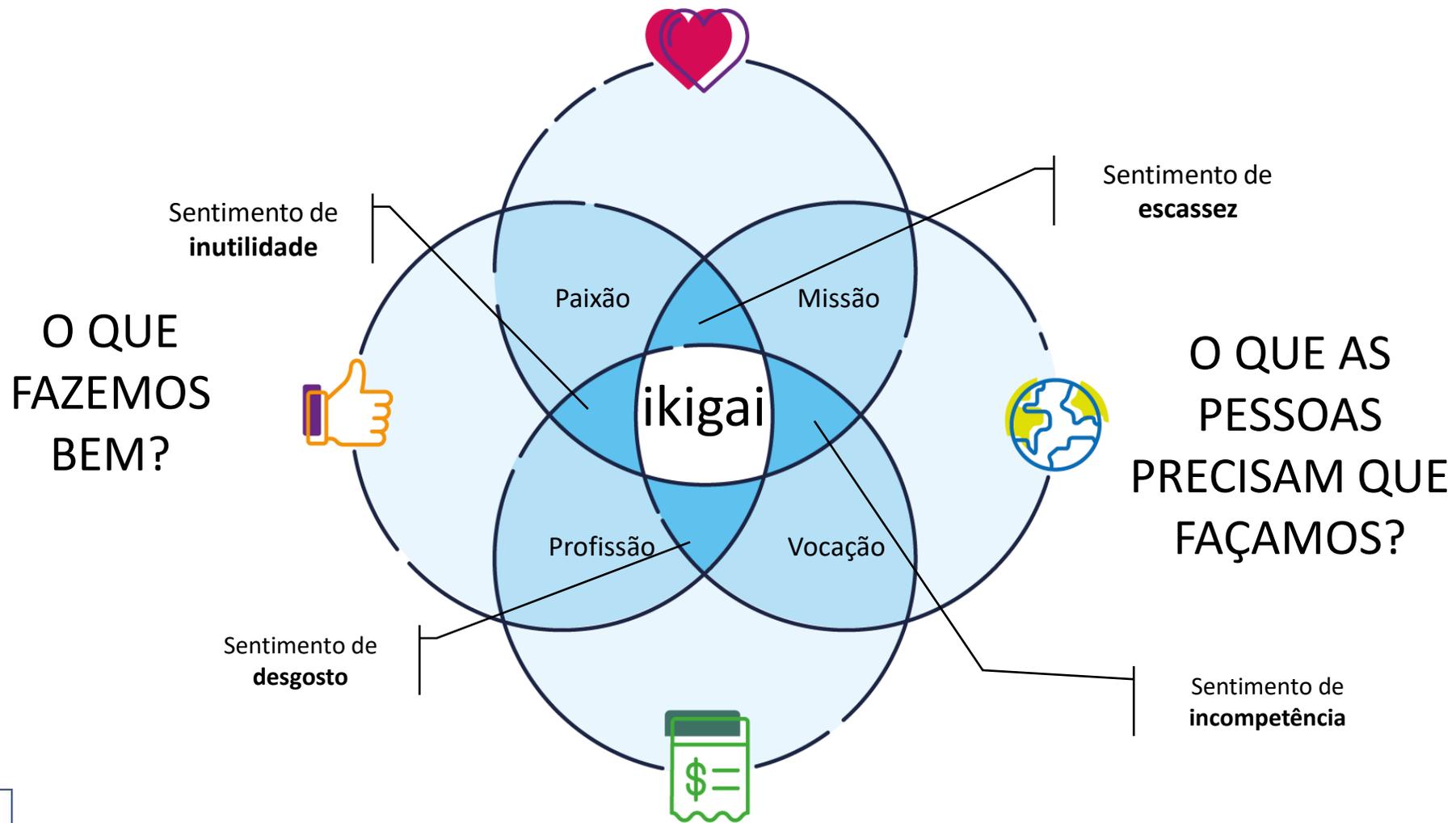
い

Ikigai

*Razão
para viver*

NOSSO IKIGAI

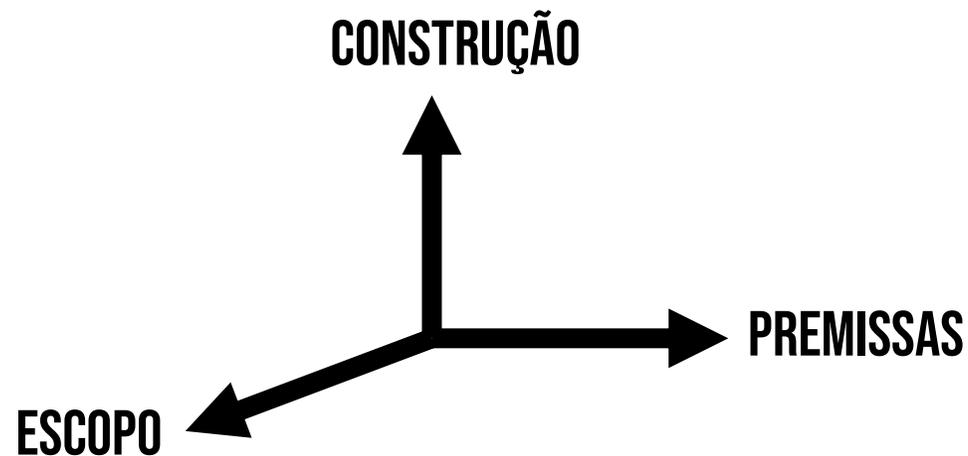
O QUE AMAMOS FAZER?



A ESTRUTURA DE UMA PERGUNTA PODEROSA



HÁ TRÊS DIMENSÕES QUE CONSTITUEM A ESTRUTURA DE UMA PERGUNTA PODEROSA: CONSTRUÇÃO, ESCOPO E PREMISSAS. CADA UMA CONTRIBUI PARA A QUALIDADE DO APRENDIZADO E CRIAÇÃO DE CONHECIMENTO QUE EMERGE À MEDIDA QUE NÓS NOS ENGAJAMOS COM OS OUTROS EM UMA INVESTIGAÇÃO CONSTRUTIVA.



DIFERENTES MANEIRAS DE FAZER A MESMA PERGUNTA:

- **ESTÁ** SATISFEITO COM SEU TRABALHO?
- **QUANDO** FICOU MAIS SATISFEITO COM SEU TRABALHO?
- **O QUE** VOCÊ ACHA MAIS SATISFATÓRIO SOBRE O SEU TRABALHO?
- **POR QUE** SEU TRABALHO TEM SEUS ALTOS E BAIXOS?

(CONVERSAS MAIS REFLEXIVAS, ENVOLVENTES E MAIS PROFUNDAS)

DIFERENTES NÍVEIS DE FAZER A MESMA PERGUNTA:

- **COMO** VOCÊ ESTÁ SATISFEITO COM O SEU TRABALHO?
- **COMO** VOCÊ DEFINIRIA PESSOALMENTE UM TRABALHO SATISFATÓRIO?
- **COMO** VOCÊ PODE DEFINIR A SATISFAÇÃO NO TRABALHO?
- **COMO** ALGUÉM PODE DEFINIR A FELICIDADE?

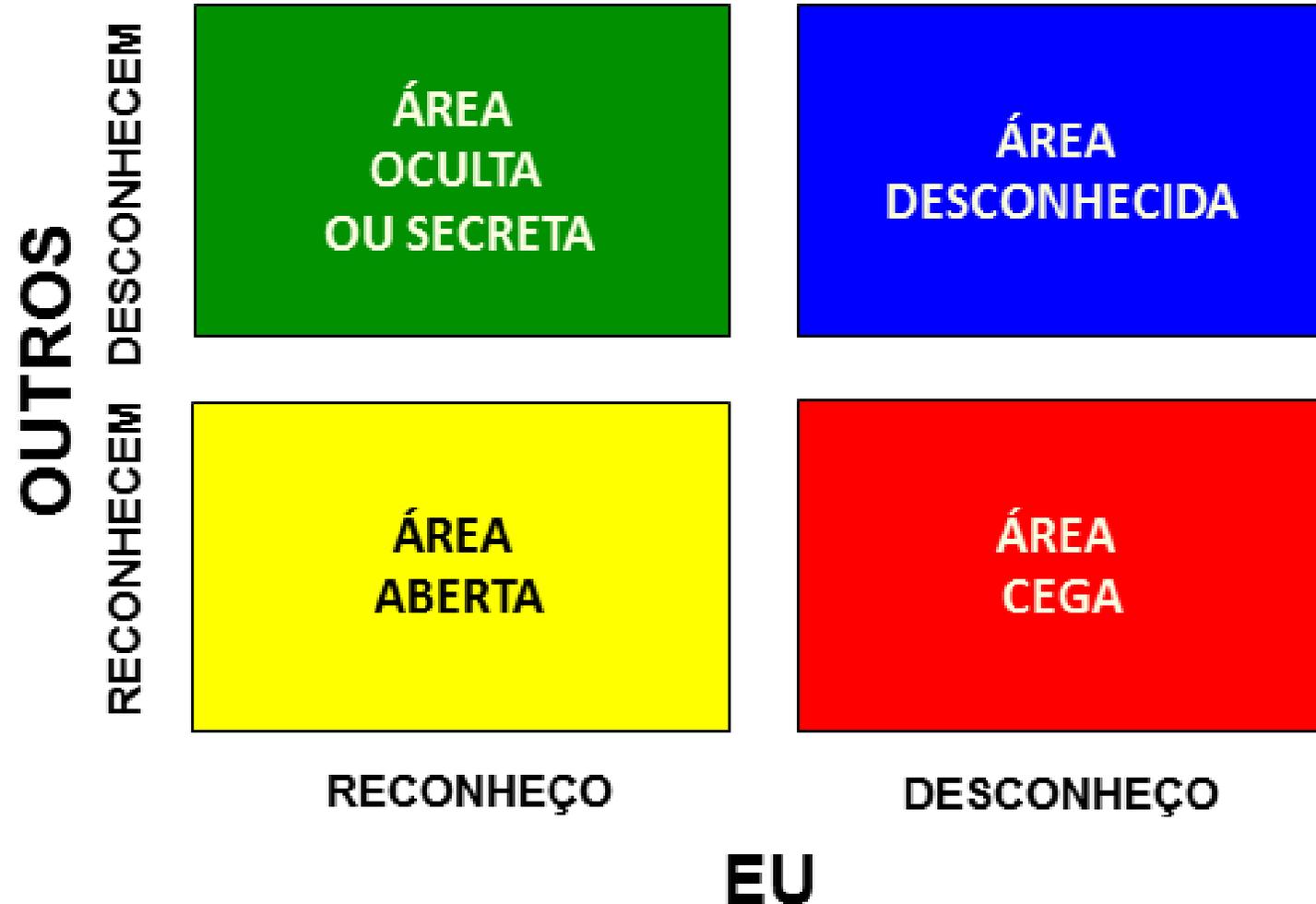
(EQUILÍBRIO ENTRE INSIGHT, ESCOPO E RELEVÂNCIA)

DIFERENTES NÍVEIS DE FAZER A MESMA PERGUNTA:

- **O QUE** VOCÊ PODE FAZER PARA MELHORAR SUA SATISFAÇÃO NO TRABALHO?
- **O QUE** A ORGANIZAÇÃO PODE FAZER PARA MELHORAR A SATISFAÇÃO DE SEUS COLABORADORES NO TRABALHO?
- **COMO OS** NOVOS INDICADORES AFETARIAM NOSSA SATISFAÇÃO NO TRABALHO?
- **COMO A** SATISFAÇÃO NO TRABALHO PODE IMPACTAR A QUALIDADE DE VIDA?

(IMPLÍCITO / EXPLÍCITO)

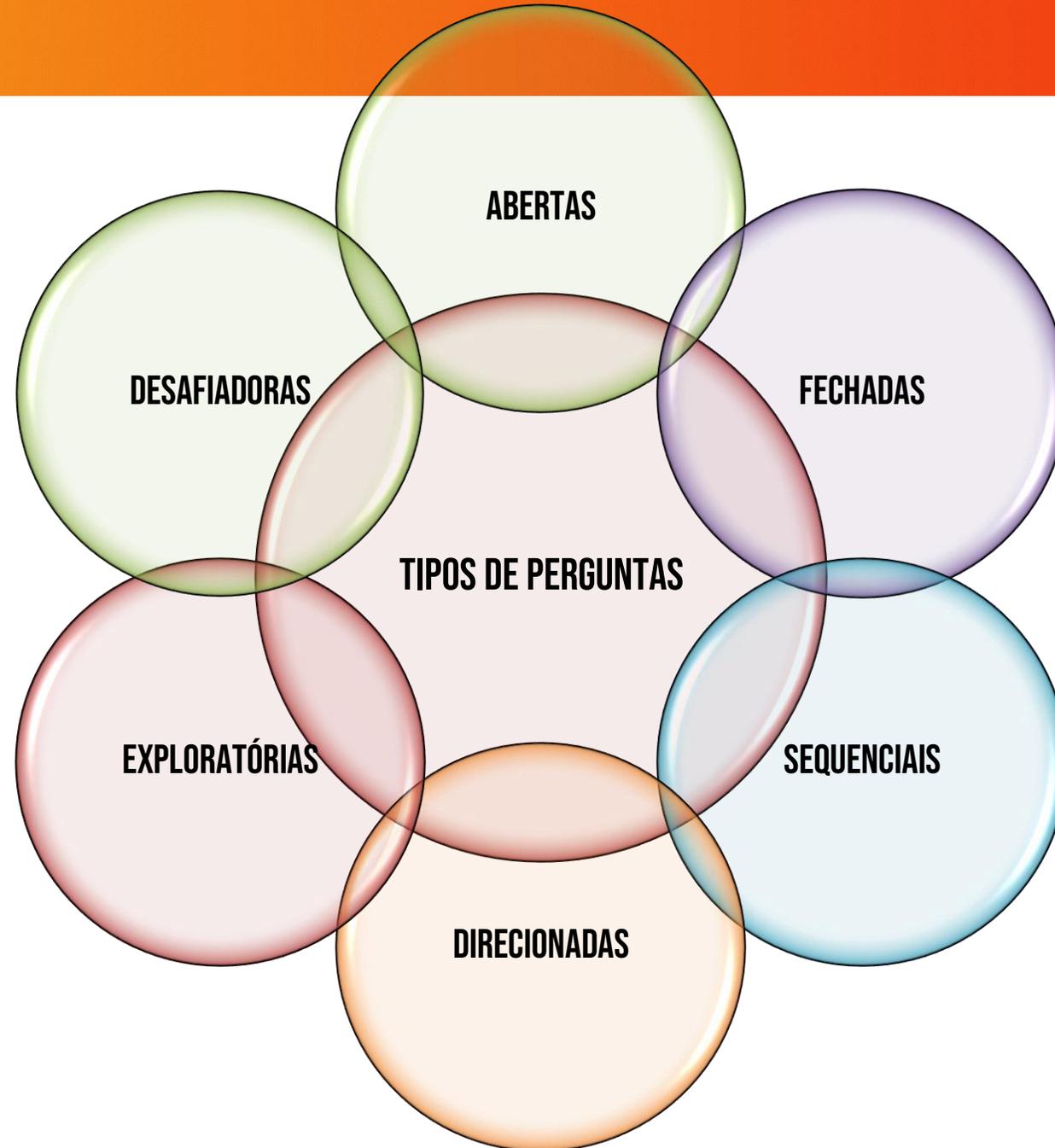
JANELA DE JOHARI E PERGUNTAS PODEROSAS



JANELA DE JOHARI E PERGUNTAS PODEROSAS



TIPOS DE PERGUNTAS



SENSEMAKING



Extração de Narrativas

THE TRUTH IS OUT THERE

- A VERDADE ESTÁ LÁ FORA -



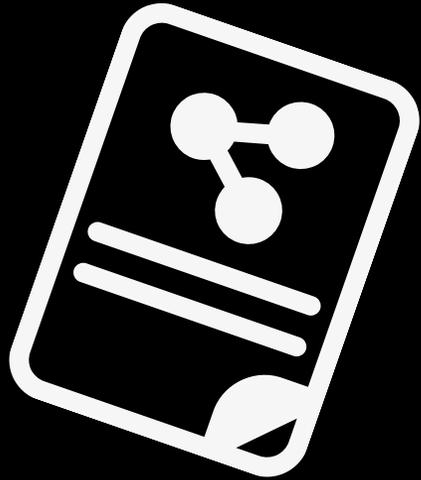
Passo 1

Definição do objetivo a ser alcançado (alvo)



Passo 2

Definição do contexto e método a ser utilizado



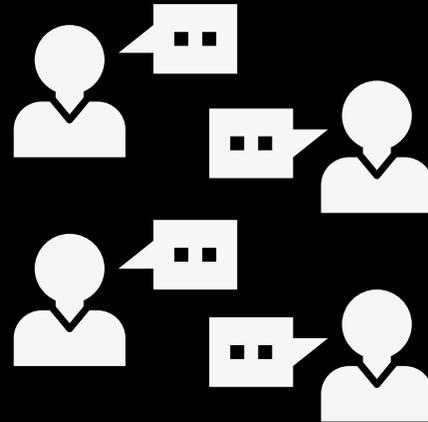
Passo 3

Seleção do perfil e dos grupos a serem envolvidos no sensemaking



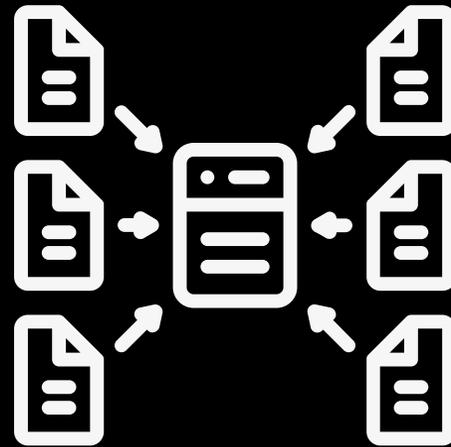
Passo 4

O que está além das palavras



Passo 5

Consolidação dos achados



CLUSTERS



Passo 6

Transcrições



ALGUNS NÚMEROS:

- **14 ENTREVISTADOS**
- **MAIS DE 5 HORAS DE ENTREVISTAS**
- **54 PÁGINAS TRANSCRITAS**
- **37.353 PALAVRAS MAPEADAS**
- **39 FRAGMENTOS DE NARRATIVAS EXTRAÍDOS**



INFRAESTRUTURA

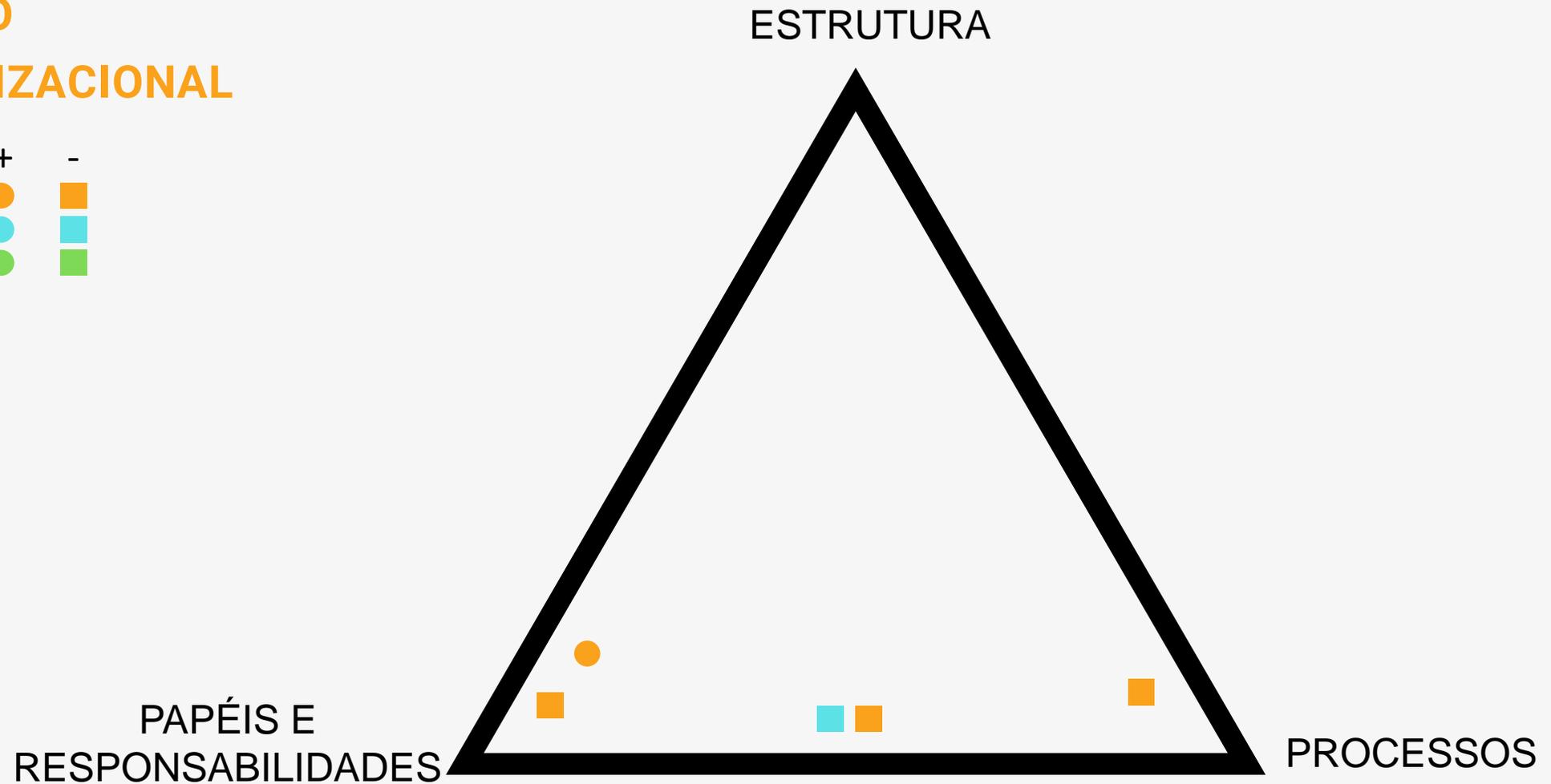
- | | + | - |
|------------|---|---|
| PRESENCIAL | ● | ■ |
| HÍBRIDA | ● | ■ |
| HOME | ● | ■ |



TALENTOS E CAPITAL HUMANO

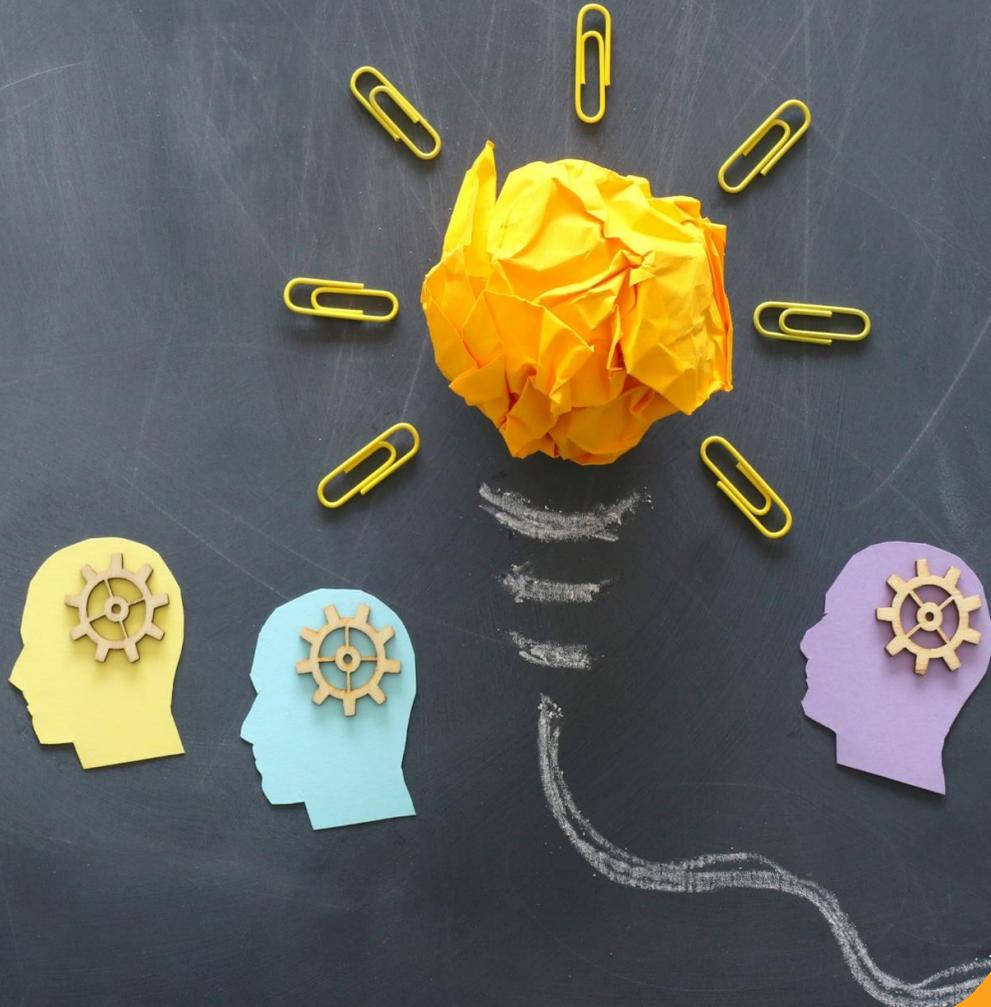


GESTÃO ORGANIZACIONAL

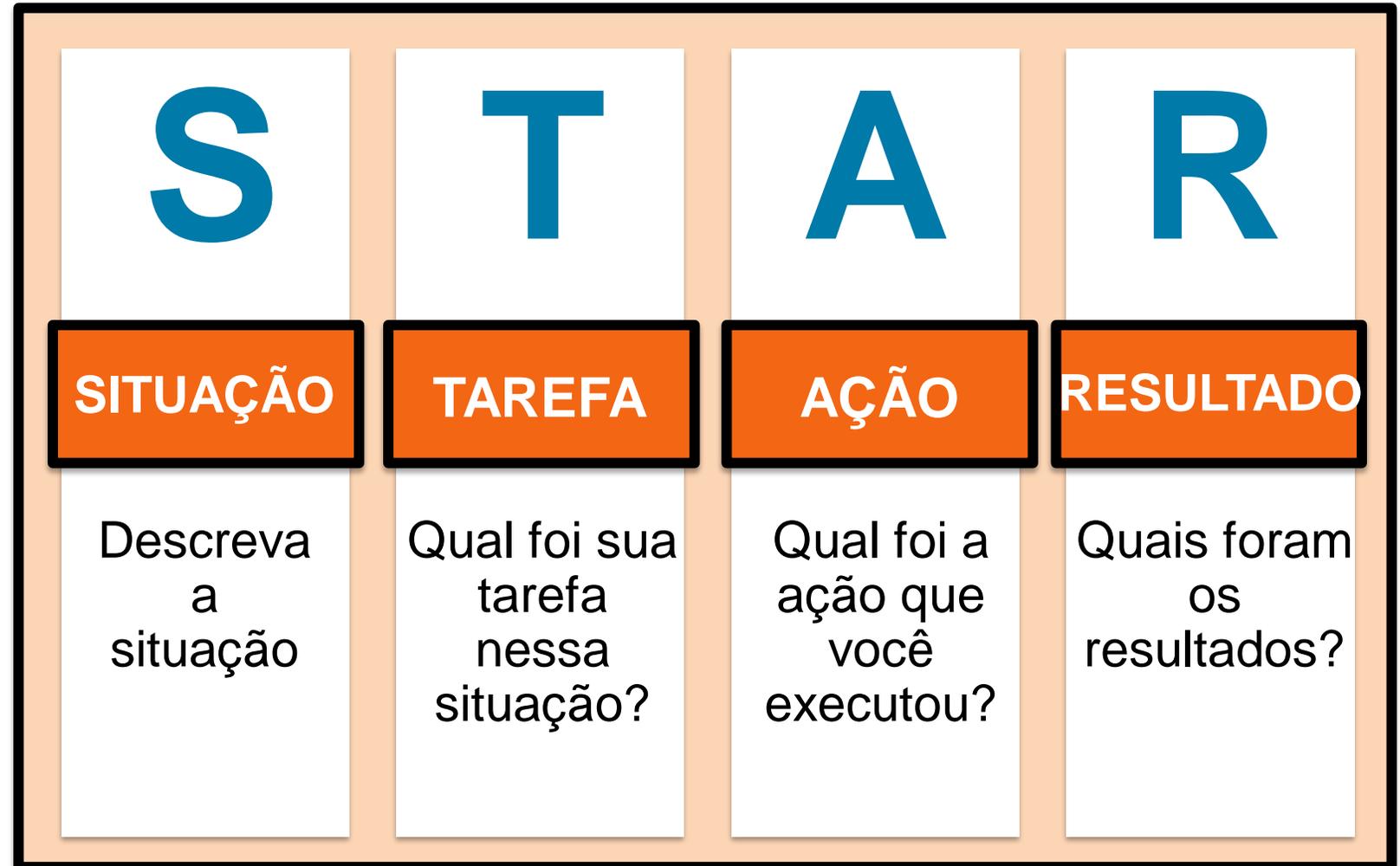


INSIGHTS DAS TRÍADES

- **E SE...** Trabalhássemos intencionalmente a delegação e formação de sucessores, fortalecendo a identidade das equipes por meio de valores comuns e talentos?
- **E SE...** Entendêssemos melhor como aprimorar a comunicação as equipes virtuais e híbridas, empoderando os próprios times na identificação de boas práticas e criação de experimentos?
- **E SE...** Desenvolvermos novos comportamentos e redefinirmos crenças a partir de novas histórias e novos arquétipos, principalmente relacionadas a símbolos e heróis: o que significa ser um(a) bom(a) profissional na empresa? O que define uma pessoa responsável e dedicado(a)?



- **ANEDOTAS**
- **NARRATIVAS**
- **HISTÓRIAS**





BY GINO
TERENTIM
RETHINKING LEARNING

EXTRA! SPIN SELLING

O QUE SPIN SELLING



A SIGLA SPIN SIGNIFICA SITUAÇÃO, PROBLEMA, IMPLICAÇÃO E NECESSIDADE DE PAGAMENTO.

SITUAÇÃO COLETA INFORMAÇÕES; O PROBLEMA IDENTIFICA AS DORES E PROBLEMAS QUE AS PERSPECTIVAS EXPERIMENTAM; A IMPLICAÇÃO AJUDA OS REPRESENTANTES DE VENDAS A ENTENDER POR QUE ESSAS ÁREAS DE DOR PRECISAM SER RESOLVIDAS; O NEED PAYOFF AJUDA A PERSPECTIVA DE TIRAR CONCLUSÕES.

O TERMO FOI CUNHADO POR NEIL RACKHAM EM SEU LIVRO CHAMADO SPIN SELLING.

SITUATION

PROBLEM

IMPLICATION

NEED - PAYOFF



PERGUNTAS FEITAS DURANTE A FASE DE SITUAÇÃO:



- **QUAL É O SEU PAPEL NA [EMPRESA]?**
- **COMO VOCÊ FAZ X?**
- **QUAL É O SEU PROCESSO PARA X?**
- **LEVE-ME PARA CONHECER COMO É SEU DIA.**
- **VOCÊ TEM UMA ESTRATÉGIA PARA X?**
- **QUEM É RESPONSÁVEL POR X?**
- **HÁ QUANTO TEMPO FAZ X ASSIM?**
- **POR QUE VOCÊ FAZ X ASSIM?**
- **QUANTO ORÇAMENTO VOCÊ ATRIBUIU A X?**
- **POR QUE VOCÊ FAZ X ASSIM?**
- **QUAL A IMPORTÂNCIA DO X PARA O SEU NEGÓCIO?**
- **QUEM USA X COM MAIS FREQUÊNCIA? QUAIS SÃO OS OBJETIVOS DELES?**
- **QUAIS FERRAMENTAS VOCÊ USA ATUALMENTE PARA FAZER X?**
- **QUEM É O SEU FORNECEDOR ATUAL PARA X?**
- **POR QUE ESCOLHEU SEU FORNECEDOR ATUAL PARA X?**

PERGUNTAS FEITAS DURANTE A FASE DE PROBLEMAS:



- **QUANTO TEMPO LEVA PARA FAZER X?**
- **QUÃO CARO X É?**
- **QUANTAS PESSOAS SÃO NECESSÁRIAS PARA ALCANÇAR OS RESULTADOS NECESSÁRIOS?**
- **O QUE ACONTECE SE VOCÊ NÃO TIVER SUCESSO COM X?**
- **ESSE PROCESSO NUNCA FALHA?**
- **VOCÊ ESTÁ SATISFEITO COM O SEU PROCESSO ATUAL PARA X? E OS RESULTADOS?**
- **QUÃO CONFIÁVEL É O SEU EQUIPAMENTO?**
- **QUANDO VOCÊ TEM PROBLEMAS, É TÍPICAMENTE FÁCIL DESCOBRIR O QUE DEU ERRADO?**
- **QUANTO ESFORÇO É NECESSÁRIO PARA CONSERTAR SUAS FERRAMENTAS OU COMPRAR NOVAS FERRAMENTAS?**
- **ESTÁ FELIZ COM SEU FORNECEDOR ATUAL?**

PERGUNTAS FEITAS DURANTE A FASE DE IMPLICAÇÃO:



- **QUAL É O CUSTO DE PRODUTIVIDADE DE FAZER X DESSA FORMA?**
- **O QUE VOCÊ PODERIA REALIZAR COM UM TEMPO EXTRA [QUANTIDADE DE TEMPO] A CADA [SEMANA, MÊS]?**
- **SEUS CLIENTES ESTARIAM [MAIS SATISFEITOS, ENGAJADOS, LEAIS] SE VOCÊ NÃO EXPERIMENTASSE O [PROBLEMA RELACIONADO COM X]**
- **SE VOCÊ NÃO EXPERIMENTASSE [PROBLEMA], SERIA MAIS FÁCIL ALCANÇAR [OBJETIVO PRIMÁRIO]?**
- **[PROBLEMA] ALGUMA VEZ IMPEDE QUE VOCÊ ATINJA SEUS OBJETIVOS NA [ÁREA DE NEGÓCIOS]?**
- **QUANDO FOI A ÚLTIMA VEZ QUE X NÃO FUNCIONOU?**
- **COMO [PROBLEMA] ESTÁ AFETANDO OS MEMBROS DA SUA EQUIPE?**
- **VOCÊ DIRIA QUE [O PROBLEMA] É UM BLOQUEADOR EM TERMOS DE CRESCIMENTO DA SUA CARREIRA PESSOAL?**
- **ECONOMIZAR [TEMPO] FARIA UMA DIFERENÇA SIGNIFICATIVA PARA SUA [EQUIPE, ORÇAMENTO, EMPRESA]?**
- **COMO VOCÊ USARIA UMA [QUANTIDADE EXTRA DE DINHEIRO] A CADA [SEMANA, MÊS, TRIMESTRE, ANO]?**
- **TEM UM PROBLEMA COM X JÁ IMPACTOU NEGATIVAMENTE SEUS KPIs?**

- **AJUDARIA SE...**
- **X TORNARIA MAIS SIMPLES ALCANÇAR [EVENTO POSITIVO]?**
- **SUA EQUIPE ENCONTRARIA VALOR EM...**
- **VOCÊ ACHA QUE RESOLVER [PROBLEMA] IRIA IMPACTÁ-LO SIGNIFICATIVAMENTE DE FORMA Y?**
- **É IMPORTANTE QUE OS MEMBROS DA SUA EQUIPE VEJAM O BENEFÍCIO X PARA QUE ELES POSSAM TOMAR MEDIDAS Y?**

“

GERIR A MUDANÇA É ESTAR SEMPRE ATENTO AOS FATORES QUE NOS PRENDEM AO ESTADO ATUAL”



BY GINO
TERENTIM



<http://qrcode.de/ginoterentim>



<http://www.linkedin.com/in/ginoterentim>



@ginoterentimjr



<https://www.facebook.com/ginoterentim/>



<https://www.youtube.com/GinoTerentimJunior>



<http://bit.ly/ginoterentim>