

POSZUKAJ WŁASNEJ DROGI

WYWIAD Z **MARIĄ BELKĄ** – BUSINESSWOMAN, PROPAGATORKĄ IDEI MENTORINGU,
PREZES FUNDACJI MENTORS 4 STARTERS, PREZES BIT EVIL S.A.
ROZMAWIA ELŻBIETA JEZNACH

EJ: Czym różni się mentoring od coachingu? To pojęcia często ze sobą mylone...

MB: Mentoring i coaching są do siebie zbliżone, ponieważ oba procesy opierają się na relacji i mogą odbywać się podczas indywidualnych sesji. Nie oznaczają jednak tego samego. Coach wspiera rozwój osobisty i zawodowy, ale celem jest, aby *coachee* samodzielnie wyznaczał swoje cele oraz sposób, w jaki je osiągnie. Coach za pomocą narzędzi i ćwiczeń pomaga materializować plany, wspiera ich realizację, nie powinien wskazywać jednego rozwiązania. Jest odpowiedzialny za proces, *coachee* zaś odpowiada za efekt. Natomiast mentor to osoba, która nie tylko wspiera, ale i podpowiada. Wsłuchuje się w potrzeby *mentee*, jego cele i plany, aby następnie na podstawie swojego doświadczenia, kontaktów i wiedzy udzielić rady czy nawet podsunąć rozwiązanie. Mentor i coach zadają dużo pytań. Warunkiem koniecznym obu procesów jest pełne zaangażowanie po obu stronach: mentora/coacha oraz *mentee/coachee*.

EJ: W jaki sposób stara się Pani upowszechnić mentoring?

MB: Zaczęliśmy od programu Global Shapers – inicjatywy Światowego Forum Ekonomicznego, z którą do dziś współpracujemy. Z tej współpracy zrodziła się fundacja. Współprowadzi ona program Mentors 4 Starters, ale także edukuje społeczeństwo na temat mentoringu. Wiosną 2017 roku planujemy wydać pierwszy polski raport o mentoringu, zależy nam, żeby pokazać, że mentoring to relacja, która może powstać w dowolnym miejscu i czasie. Od trzech lat organizujemy co roku program mentoringowy, który polega na tym, że angażujemy liderów polskiego biznesu do współpracy z młodymi ludźmi mającymi potencjał biznesowy, przywódczy lub społeczny. Każdej wiosny otwieramy rekrutację, przedstawiamy sylwetki mentorów z różnych dziedzin i dla nich szukamy uczniów, osób w wieku 20-35 lat. Wybrani przez kilka miesięcy odbywają z mentorami spotkania indywidualne, na których omawiają swoje



konkretne plany i wyzwania, a pomiędzy nimi wdrażają porady i rozwiązania.

EJ: A jakie korzyści wynoszą z tego programu mentor i uczeń, czyli *mentee*?

MB: Dla mentora to ciekawe spojrzenie z perspektywy młodego człowieka, który posiada zupełnie odmienne doświadczenia i podejście, poza tym mentorzy chętnie dzielą się wiedzą. *Mentees* natomiast otrzymują konkretne, cenne rady, feedback dotyczący ich samych i po prostu wsparcie przy materializacji swoich celów.

EJ: Kto jest pomysłodawcą programu Mentors 4 Starters?

MB: Pomysłodawcą jest Global Shapers, w którym zaczęłam wdrażać ten projekt. Global Shapers często inkubuje różne pomysły, a następnie przekazuje je do wprowadzenia innym podmiotom. Dzięki temu dostają one drugie życie i wznoszą się.

EJ: Obecnie pracuje Pani w firmie, w której zajmuje się Pani głównie start-upami...

MB: Jestem prezesem spółki Bit Evil. Budujemy start-upy, oferujemy consulting w tym zakresie, zarówno dla osób, które mają już start-upy lub dopiero mają na nie pomysły. Przychodzą do nas osoby z różnym zasobem wiedzy i portfela, ale

my przede wszystkim bazujemy na ich zaangażowaniu. Zajmujemy się również marketingiem i budowaniem kanałów sprzedaży, w obu kwestiach stawiamy na współpracę z twórcami treści w internecie. Wdrażamy też własne pomysły na start-upy.

EJ: Jaki ma Pani stosunek do pieniędzy?

MB: Dają wolność i niezależność. Praca oczywiście powinna być pasją, ale człowiek potrzebuje zaspokoić swoje potrzeby materialne. Polacy są społeczeństwem na dorobku i tych potrzeb mają wiele. Problem w tym, że ludzie często wykonują pracę wyłącznie dla pieniędzy, a nie szukają w niej niczego dla siebie, tak jakby jedynymi potrzebami były te materialne. Ludzie zapomnieli o spełnieniu w pracy.

EJ: Trzeba jednak przyznać, że Polacy to przedsiębiorczy naród.

MB: Polacy są świetni w rozwiązywaniu problemów. Ponadto w naszym kraju dobrze funkcjonuje networking, który pozwoli przestać być negatywnie postrzegany, jako „załatwienie czegoś bokiem”. Na całym świecie przecież relacje, reputacja i rekomendacje to najistotniejsze elementy potrzebne do pomyslnego funkcjonowania na rynku. ■