

"BRAIN, BRAN i BRAND" Równoważenie intuicji z logiką

W tym artykule poznamy znaczenie BRAIN i jego wariantów, BRAN i BRAND. Przeanalizujemy również, jak możesz go dostosować do każdego miejsca pracy i ocenimy jego zalety i wady.

BRAIN pomaga ludziom systematycznie rozwiązywać problemy, używając następującego akronimu:

Benefits (Korzyści) - jakie są korzyści z wybranego sposobu postępowania dla pacjenta lub użytkownika końcowego?

Risk (Ryzyko) - jakie ryzyko się z nim wiąże?

Alternatives (Alternatywy) - czy są jakieś inne sposoby, które mógłbyś rozważyć?

Intuition or Implication (Intuicja) - jakie są Twoje przeczucia w tej sytuacji? Czy to naprawdę jedyny sposób, który chcesz wykorzystać?

Need Time or Nothing (Potrzebujesz czasu czy Nic) - czy potrzebujesz więcej czasu na ocenę problemu? Co się stanie, jeśli nic nie zrobisz? Czy "nic" nie stanowiłoby mniejszego ryzyka niż podjęcie działania?

Możesz użyć odmian **BRAN** lub **BRAND**, w zależności od czynników, które musisz wziąć pod uwagę przy podejmowaniu decyzji.

Jeśli na przykład chcesz przyjąć bardziej obiektywne podejście, możesz zastosować strukturę BRAN. Wyklucza to twoje osobiste preferencje lub „intuicję” i może być szczególnie pomocne, jeśli chcesz zachować bezstronność podczas podejmowania decyzji.

Druga odmiana, BRAND, również pomija krok "Intuicja", ale zawiera dodatkowy - Decyzja. Ten dodatkowy czynnik skłania Cię do ostatecznego wyboru na podstawie punktów, które uwzględniłeś w procesie podejmowania decyzji.

Zalety i wady

BRAIN, BRAN i BRAND zapewniają łatwe do zapamiętania ramy, których można użyć do systematycznej oceny szans, zagrożeń i wyzwań związanych z decyzją. Prostota i elastyczność narzędzia oznacza, że można je dostosować do wielu różnych sytuacji - od problemów organizacyjnych, zarządczych i zespołowych po osobiste dylematy.

Jednocześnie, prostota tego narzędzia oznacza, że można zaryzykować nadmierną generalizację problemu. Narzędzie zostało pierwotnie zaprojektowane, aby pomóc lekarzom i ich pacjentom w szybkim podejmowaniu decyzji. Jednak napotkany problem może wymagać bardziej dogłębnej analizy lub zebrania dodatkowych informacji przed podjęciem ostatecznej decyzji. Prostota modelu BRAIN, BRAN i BRAND sprawia, że można go łatwo zastosować w różnych okolicznościach. Możesz go użyć, kiedy musisz podjąć decyzję dotyczącą Twojej kariery, zespołu lub życia osobistego.



Możesz z niego skorzystać na przykład przy ocenie korzyści i zagrożeń związanych z ubieganiem się o określoną pracę lub awans. Jeśli tak, zadaj sobie pytanie, jakie alternatywne opcje lub podejścia są dla Ciebie dostępne. Co podpowiada ci instynkt lub intuicja? Czy faktycznie byłoby lepiej siedzieć spokojnie i nic nie robić? A może zamiast tego powinieneś skupić się na rozwoju i progresie na obecnie piastowanym stanowisku?