

AGILE COACHING DE ALTO IMPACTO

DE DESCONECTADO A DINÂMICO

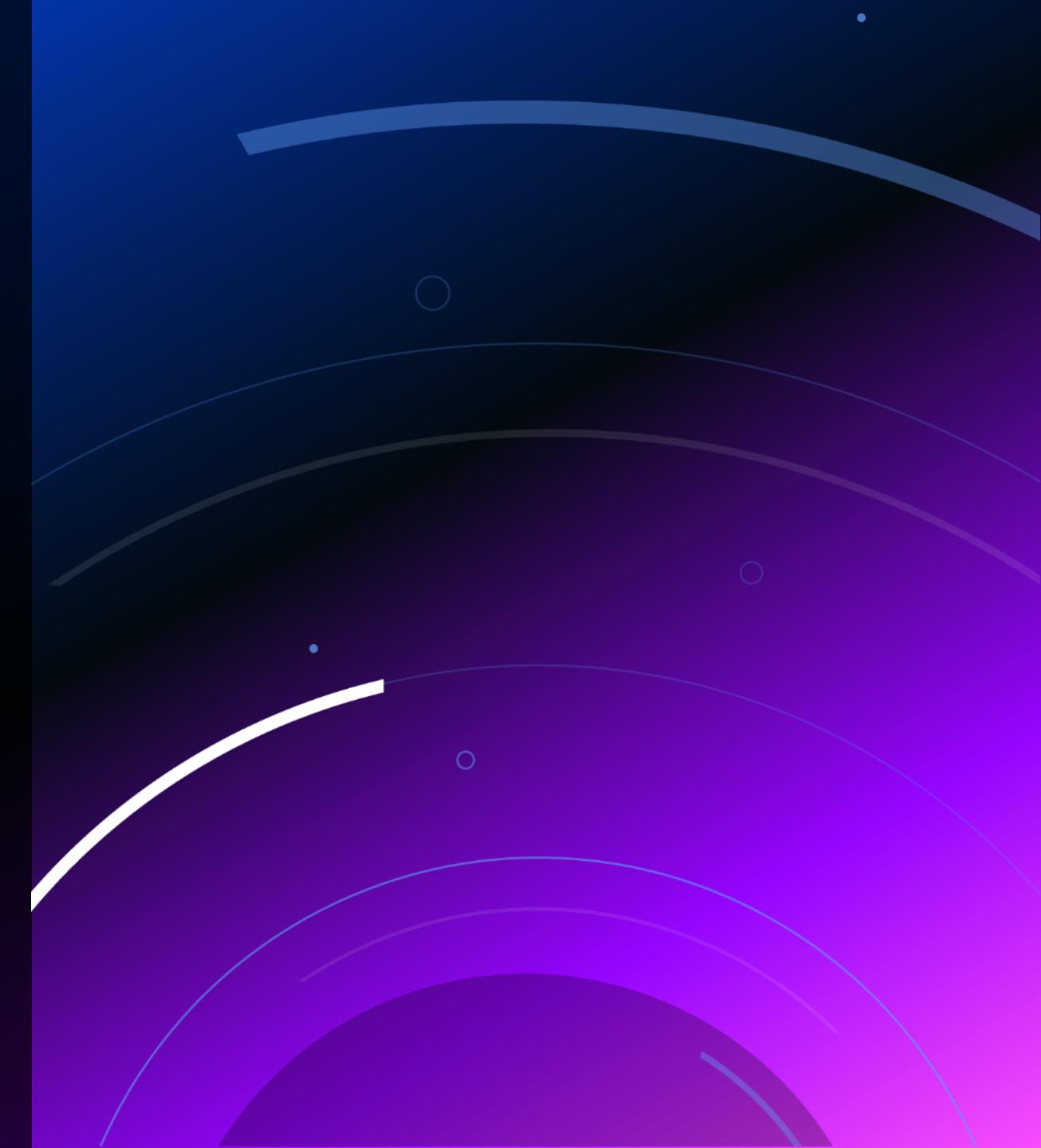
AGENDA

Introdução

Os Agile Coaches e as Organizações

Motivos intrínsecos – Os arquétipos

Now what? Parar o padrão



OS AGILE COACHES E AS ORGANIZAÇÕES

O QUE SE FALA NA COMUNIDADE

- “O Agile morreu”
- “É um problema de mindset”
- “É um problema de cultura”
- “Ninguém percebe o Agile”
- “Agile não se liga ao negócio”
- “Vivem numa bolha desconectada da realidade”
- Layoffs de roles relacionados com agilidade



O QUE SE OUVE NO LEADERSHIP DAS EMPRESAS

- “Não percebo o role”
- “Não vejo o valor a ser entregue”
- “Falam uma linguagem diferente”
- “Priorizam problemas diferentes do resto da organização”
- “São um grupo difícil para trabalhar”
- “Outras pessoas conseguem fazer o mesmo trabalho”

ALGUNS DOS MOTIVOS INTRINSECOS OS ARQUÉTIPOS

AGILE ALIEN

- Jargão
- Alienação dos outros
- Provoca reação “não percebo, não quero”
- *Stakeholders* desligam da mensagem passada





O INVESTIGADOR

- “Tenho que perceber tudo”
- Iniciativas eternas
- Não sai do *drawing board*
- Problemas gigantes, impossíveis de tornar açãoáveis
- Esquece-se de *aprender fazendo* e de iterar

MANDÃO

- “É assim que se faz!”
- “Eu é que devia decidir como isto é feito”
- “Eu sei mais do que vocês”
- “Eles não me percebem/ouvem”
- Esquece-se da colaboração e confiança nos outros





SISTEMÁTICA

- O problema é sempre do Sistema
- Não vai ao *gemba*
- Não resolve os problemas tangíveis
- Ignora as equipas
- Acha que o nível tático e operacional não tem valor

SEM NOÇÃO

- A equipa (não) ouve, não rebate e segue
- Descredibilização
- Sensação de que tudo vai bem
- Isto pode acontecer durante muito tempo





INOVADOR

- Vamos testar a nova framework
- É a melhor de sempre
- Mesma ideia e objectivos com nomes diferentes
- Esperam sempre um *leap of faith*
- Falta de orientação ao problema

DESLINHADO

- Solitário
- Vê e pensa na Direção oposta de onde a organização quer ir
- Boas intenções



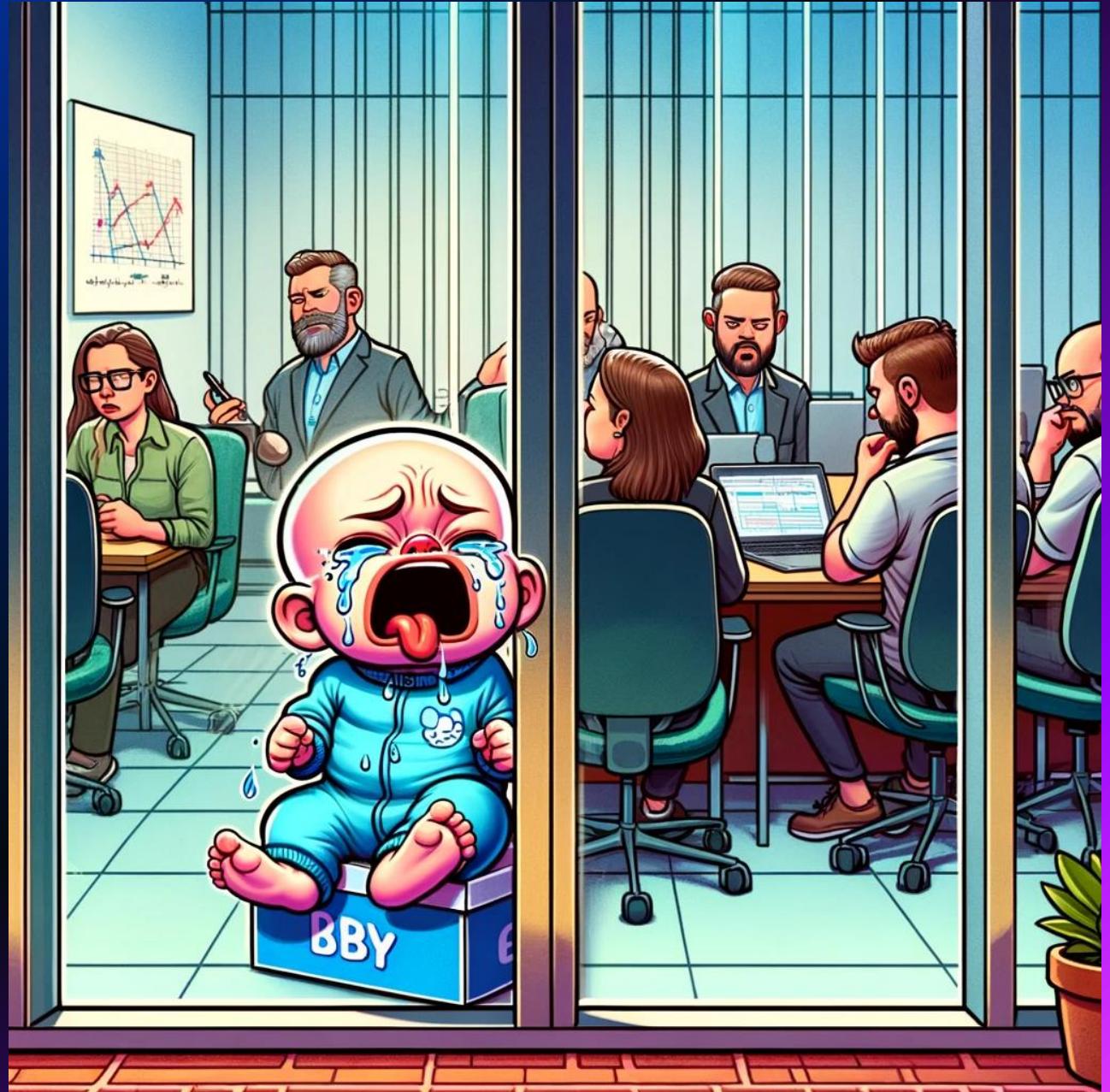


JIRA POLICE

- Esqueceu-se de alguns dos princípios
- Vive dentro da tool
- “Já está no board?”

DUNNING-KRUGER

- Acha que o role dá direitos adquiridos
- Mais confiança que execução
- Exigem o lugar antes de provar o valor



PARAR O PADRÃO
NOW WHAT?

ABORDAGEM INSIDE-OUT



-
-

CRIAR DINAMISMO E IMPACTO

Ter sempre “skin in the game”

Ganhar cicatrizes de batalha

Abraçar a incerteza

Aprender sobre a área de negócio

Escolher o caminho em função do
objetivo comum

Ouvir para perceber e não para
responder

Primeiro o valor, depois o lugar

Não colocar ações à frente de
princípios

Escolher as batalhas certas

Ser *intrapreneurs*

Dados, dados, dados

-

-

THANK YOU

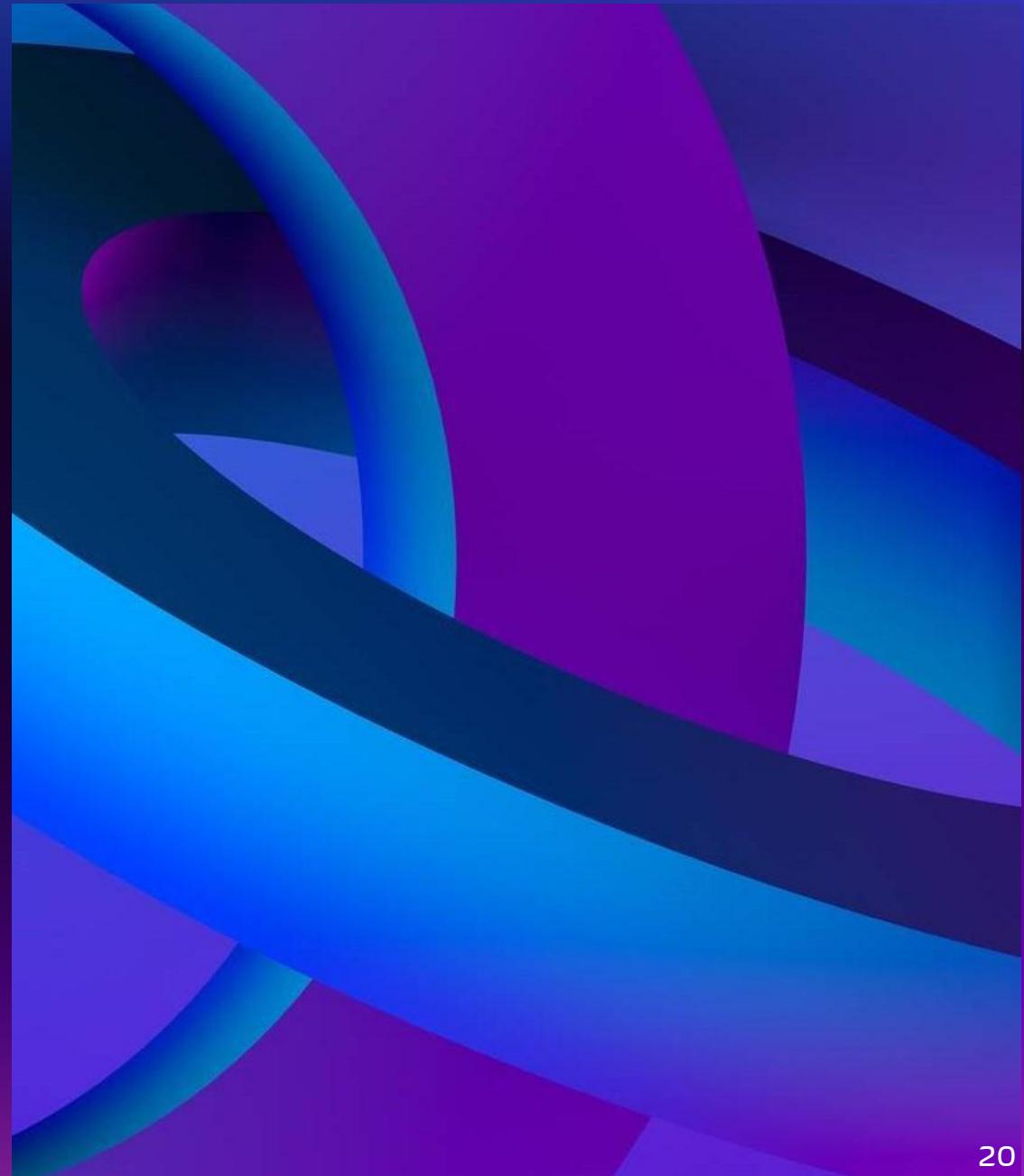
Luís Santos Silva

 +351 916296588

 Lgass87@gmail.com

 <https://www.linkedin.com/in/luis-santos-silva/>

OVERCOMING NERVOUSNESS





ENGAGING THE AUDIENCE

- Make eye contact with your audience to create a sense of intimacy and involvement
- Weave relatable stories into your presentation using narratives that make your message memorable and impactful
- Encourage questions and provide thoughtful responses to enhance audience participation
- Use live polls or surveys to gather audience opinions, promoting engagement and making sure the audience feel involved

SELECTING VISUAL AIDS

ENHANCING YOUR PRESENTATION

-
-

EFFECTIVE DELIVERY TECHNIQUES

This is a powerful tool in public speaking. It involves varying pitch, tone, and volume to convey emotion, emphasize points, and maintain interest.

- Pitch variation
- Tone inflection
- Volume control

Effective body language enhances your message, making it more impactful and memorable.

- Meaningful eye contact
- Purposeful gestures
- Maintain good posture
- Control your expressions



NAVIGATING Q&A SESSIONS

1. Know your material in advance
2. Anticipate common questions
3. Rehearse your responses

Maintaining composure during the Q&A session is essential for projecting confidence and authority. Consider the following tips for staying composed:

- Stay calm
- Actively listen
- Pause and reflect
- Maintain eye contact
-
-





SPEAKING IMPACT

Your ability to communicate effectively will leave a lasting impact on your audience

Effectively communicating involves not only delivering a message but also resonating with the experiences, values, and emotions of those listening

DYNAMIC DELIVERY

Learn to infuse energy into your delivery to leave a lasting impression

One of the goals of effective communication is to motivate your audience

METRIC	MEASUREMENT	TARGET	ACTUAL
Audience attendance	# of attendees	150	120
Engagement duration	Minutes	60	75
Q&A interaction	# of questions	10	15
Positive feedback	Percentage (%)	90	95
Rate of information retention	Percentage (%)	80	85

FINAL TIPS & TAKEAWAYS

- Consistent rehearsal
 - Strengthen your familiarity
 - Refine delivery style
 - Pacing, tone, and emphasis
 - Timing and transitions
 - Aim for seamless, professional delivery
 - Practice audience
 - Enlist colleagues to listen & provide feedback
- Seek feedback
 - Reflect on performance
 - Explore new techniques
 - Set personal goals
 - Iterate and adapt

SPEAKING ENGAGEMENT METRICS

IMPACT FACTOR	MEASUREMENT	TARGET	ACHIEVED
Audience interaction	Percentage (%)	85	88
Knowledge retention	Percentage (%)	75	80
Post-presentation surveys	Average rating	4.2	4.5
Referral rate	Percentage (%)	10	12
Collaboration opportunities	# of opportunities	8	10