

# Leadership in the Public Sector

**What kind of a leader do you really want to be?**

**+**

**“The customer” and adaptive leadership**

*Professor P T Brown*

*Fulbright Economics Teaching Program*

*Ho Chi Minh City*

*Lecture 7 Session 1 + 2 : 23 August 2016*

Brain science gives us the opportunity to structure our thinking about leadership around the skills of the limbic leader, who is known by having the capacity to --

**Connect**

**Be courageous**

**Be clever enough**

**Walk own talk**

**Inspire others into action**

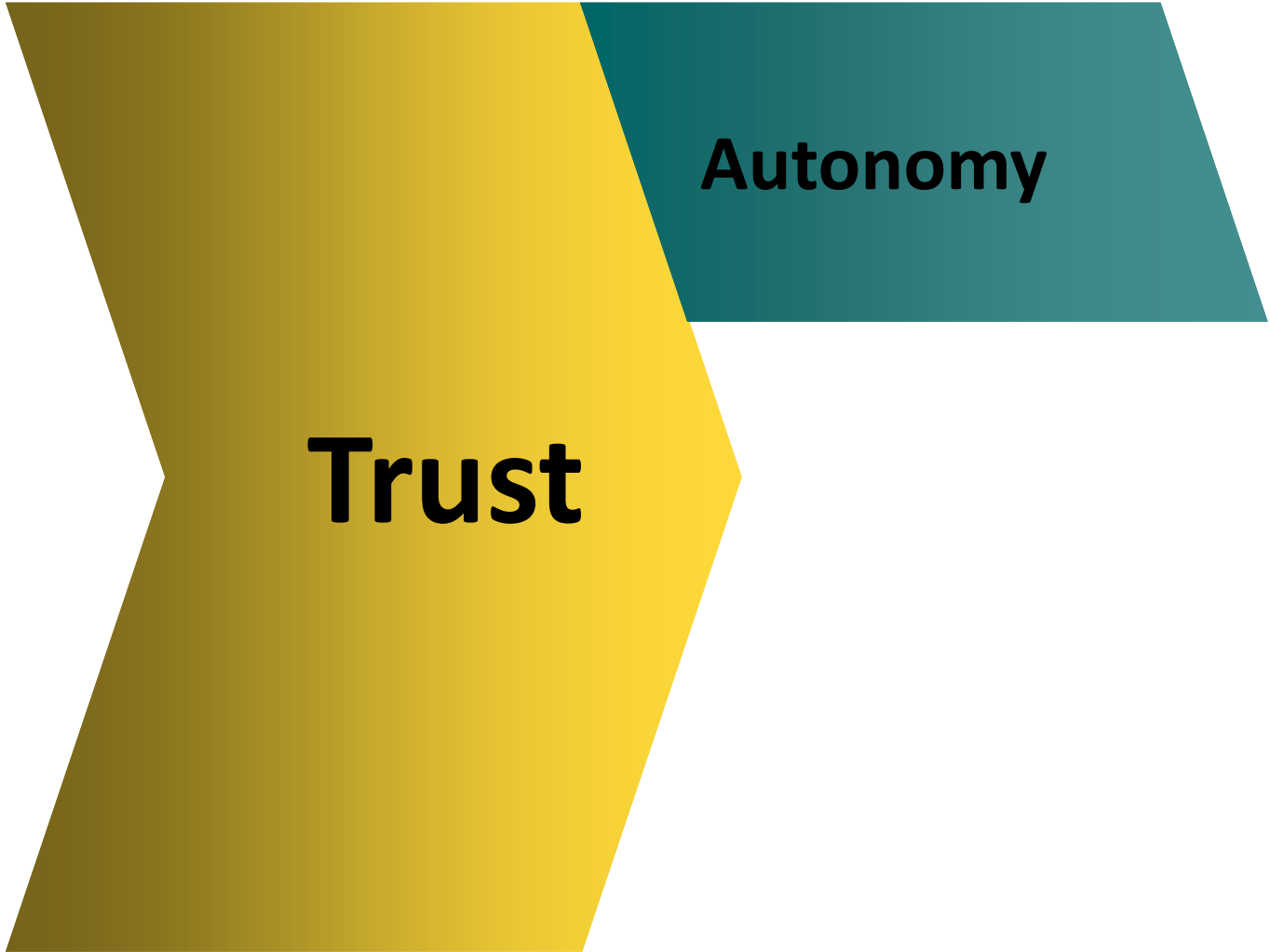
*And then he or she*

**Becomes worth following**

*And in all of the above,  
the common denominator  
is **trust**.*

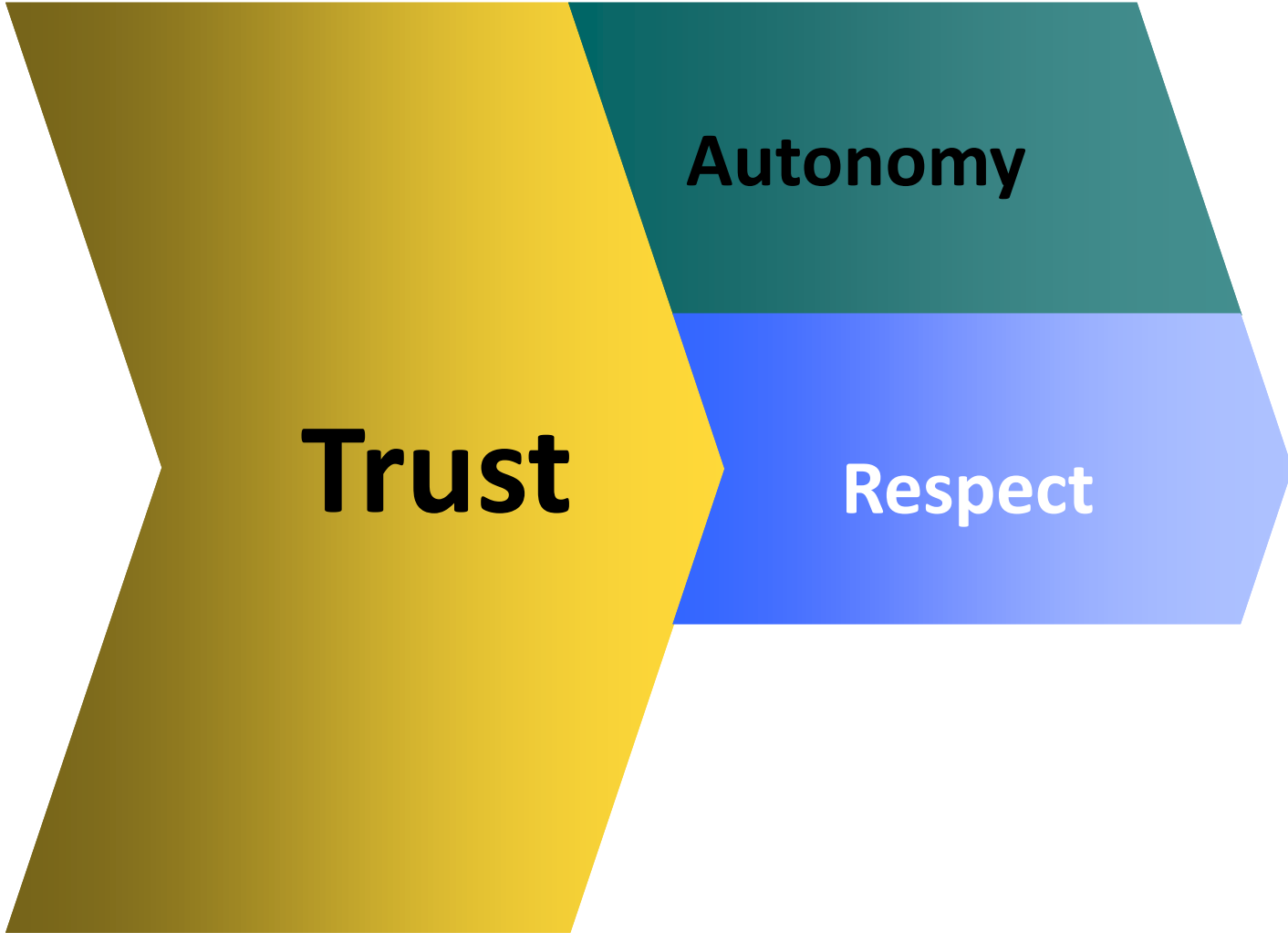
The best leaders generate ...





**Trust**

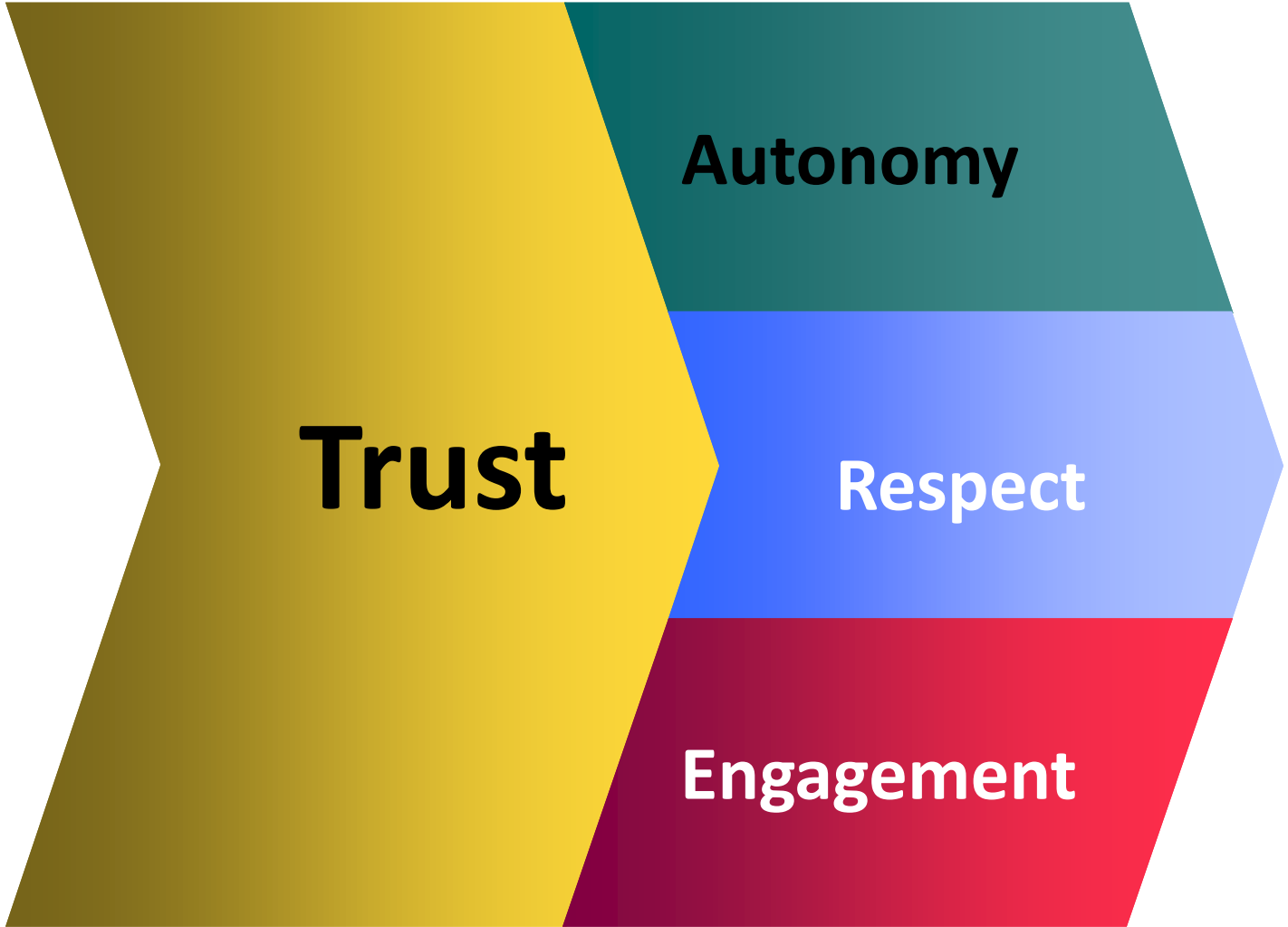
**Autonomy**

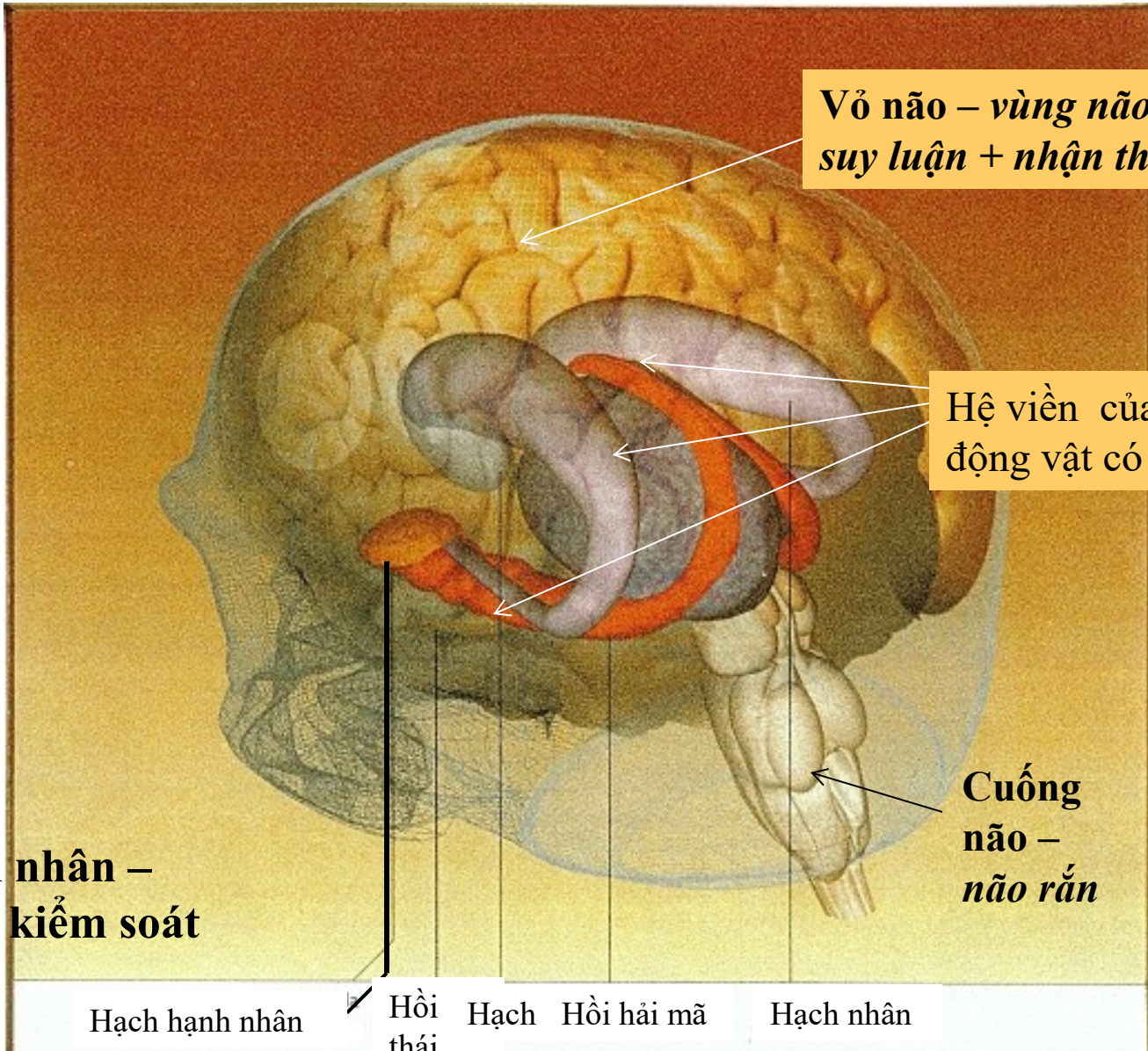


**Trust**

**Autonomy**

**Respect**





**Hạch hạnh nhân –  
Trung tâm kiểm soát**

**Vỏ não – vùng não  
suy luận + nhận thức**

**Hệ viền của  
động vật có vú**

**Cuống  
não –  
não rắn**

Hạch hạnh nhân

Hồi  
thái  
dương

Hạch

Hồi hải mã

Hạch nhân

**BỘ NÃO** gồm 3 phần - cuống não, hệ viền và vỏ não  
Carter – Lập *Bản đồ Tâm trí*

# Mô hình SCARF

- **Status – Trạng thái**
- **Certainty – Sự chắc chắn**
- **Autonomy – Quyền tự chủ**
- **Relatedness - Quan hệ**
- **Fairness – Công bằng**

David Rock: *Managing with the brain in mind.*

Strategy and Business, issue 56, Autumn 2009, reprint no.0926





# Seven Levels of Leadership



## Seven Transformations (Action Logics) of Adulthood: Growing “Up”

**Alchemical** – Integrates material, spiritual, and societal transformations

**Transforming** – Generates organizational and personal transformations

**Redefining** – Reframes complex problems in unique ways

**Achiever** – Driven by personal and team achievement

**Expert** – Focuses on logic and expertise

**Diplomat** – Wants to belong and fit in

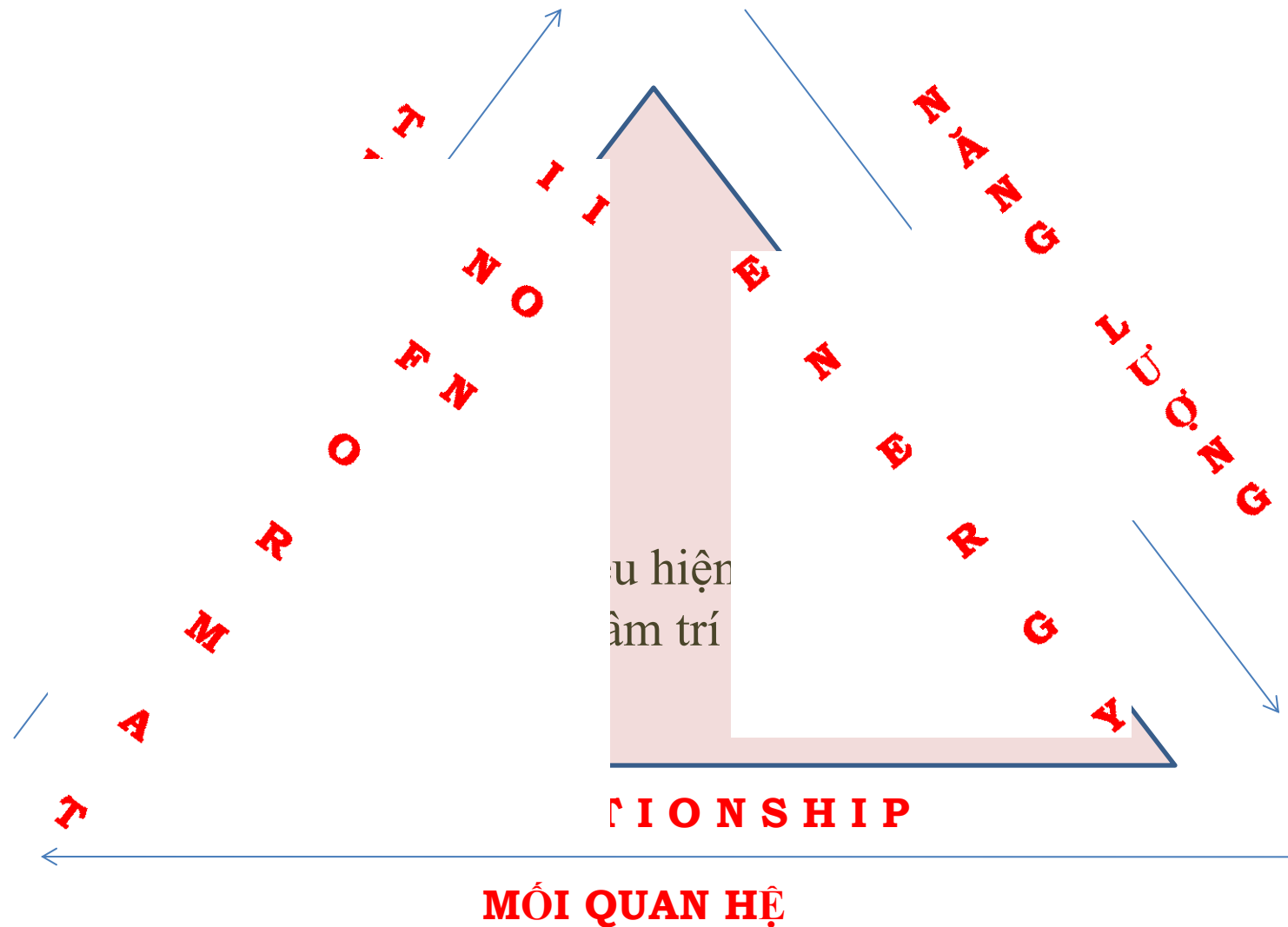
**Opportunist** – Wins for self in any way possible

Rooke, D., & Torbert, W. R. (2005, April). **Seven transformations of leadership**. Harvard Business Review, 66–77.

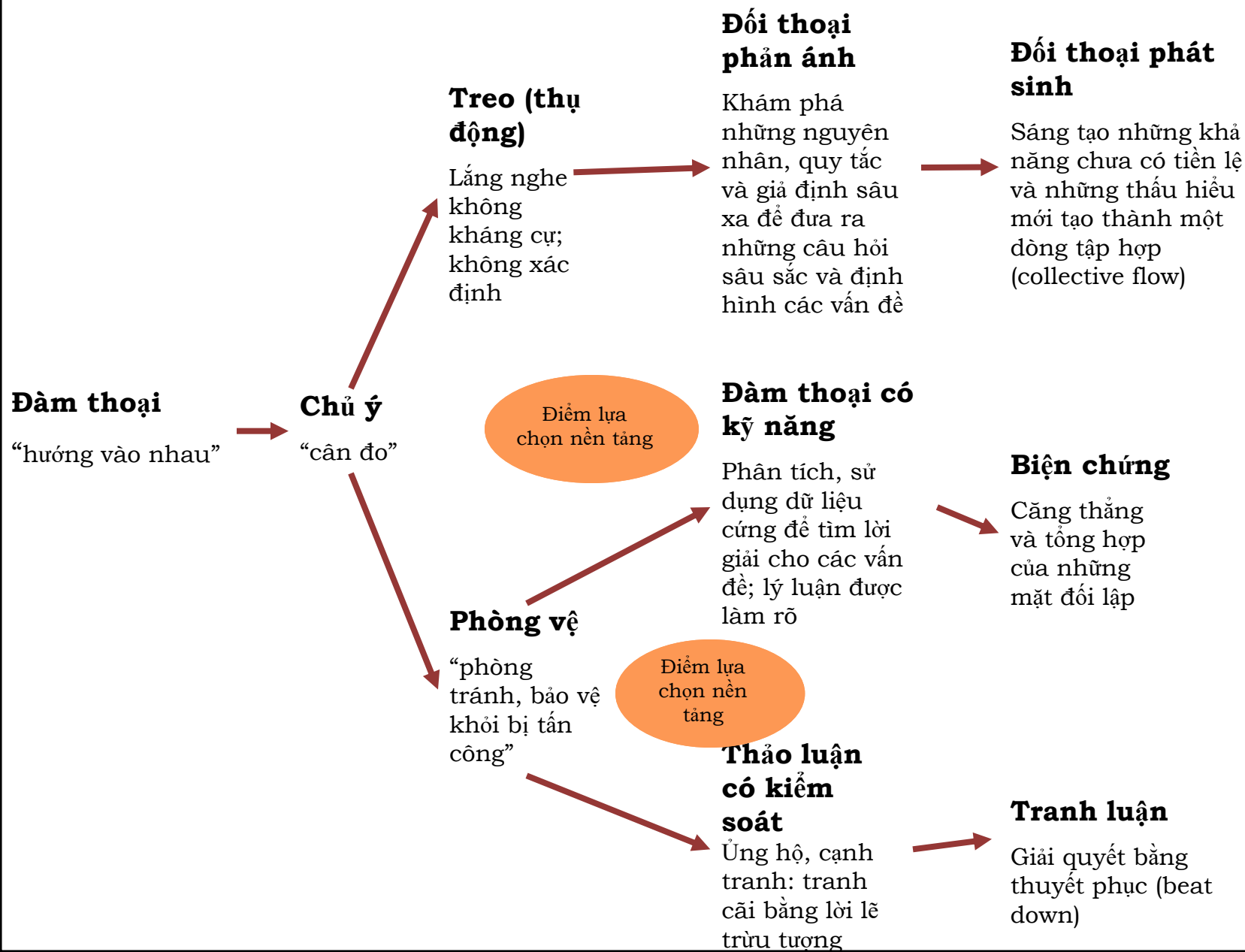


Illustration by David Plunkert

Đây là cách các nhà sinh học thần kinh về quan hệ con người  
nhìn nhận con người [Daniel Siegel]



# Hướng tới Đối thoại



# Chỉ số tham gia dự án [PEI]

T  
I  
N  
T  
Ư  
Q  
I  
N  
G

H - Cao

Bị bế tắc/bị mắc kẹt

Người tham gia được truyền năng lực,  
và cố gắng thực hiện những điều tốt  
nhất, cho bản thân họ, cho nhóm của họ,  
và cho tổ chức của họ

L

Tuân lệnh khi họ phải  
thực hiện. Bảo vệ bản thân là  
yếu tố quan trọng nhất

Hoảng sợ

L – Thấp

H - Cao

**SỰ PHẢN KHÍCH**

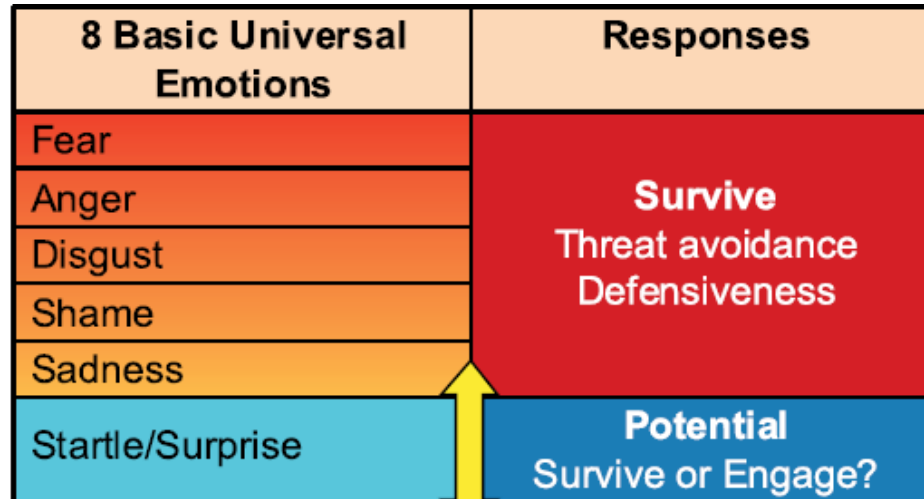
# Individual and Group Motivators

<b>8 Basic Universal Emotions</b>	<b>Responses</b>
-----------------------------------	------------------

<b>Startle/Surprise</b>	<b>Potential Survive or Engage?</b>
-------------------------	---

# Individual and Group Motivators

8 Basic Universal Emotions	Responses
Fear	<b>Survive</b> Threat avoidance Defensiveness
Anger	
Disgust	
Shame	
Sadness	
Startle/Surprise	<b>Potential</b> Survive or Engage?





# Individual and Group Motivators

8 Basic Universal Emotions	Responses
Fear	<b>Survive</b> Threat avoidance Defensiveness
Anger	
Disgust	
Shame	
Sadness	
Startle/Surprise	<b>Potential</b> Survive or Engage?
Trust	<b>Engage</b> Relate Create Enjoy
Excitement	

Copyright © 2011 Brenda Hales

## Nhân dân

### Bên trong

### Bên ngoài

#### Chiến lược

Chiến lược

lãnh đạo

Tiếp thị +  
Truyền thông

Văn hóa

#### Hoạt động + Chăm sóc

Hoạt động

Tài chính+  
Năng lực

Phát triển

#### Chiến thuật

Kết cấu +  
Nguyên tắc  
cơ bản

Nhân viên

Bán hàng

Khách hàng

**The 11 vital organs  
of any organization.  
The names can be changed  
To describe individual characteristics.**

The 5 Customer-centric habits

# 5 THÓI QUEN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG

VUI THÍCH



The 5 Customer-centric habits

# 5 THÓI QUEN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG

VUI THÍCH



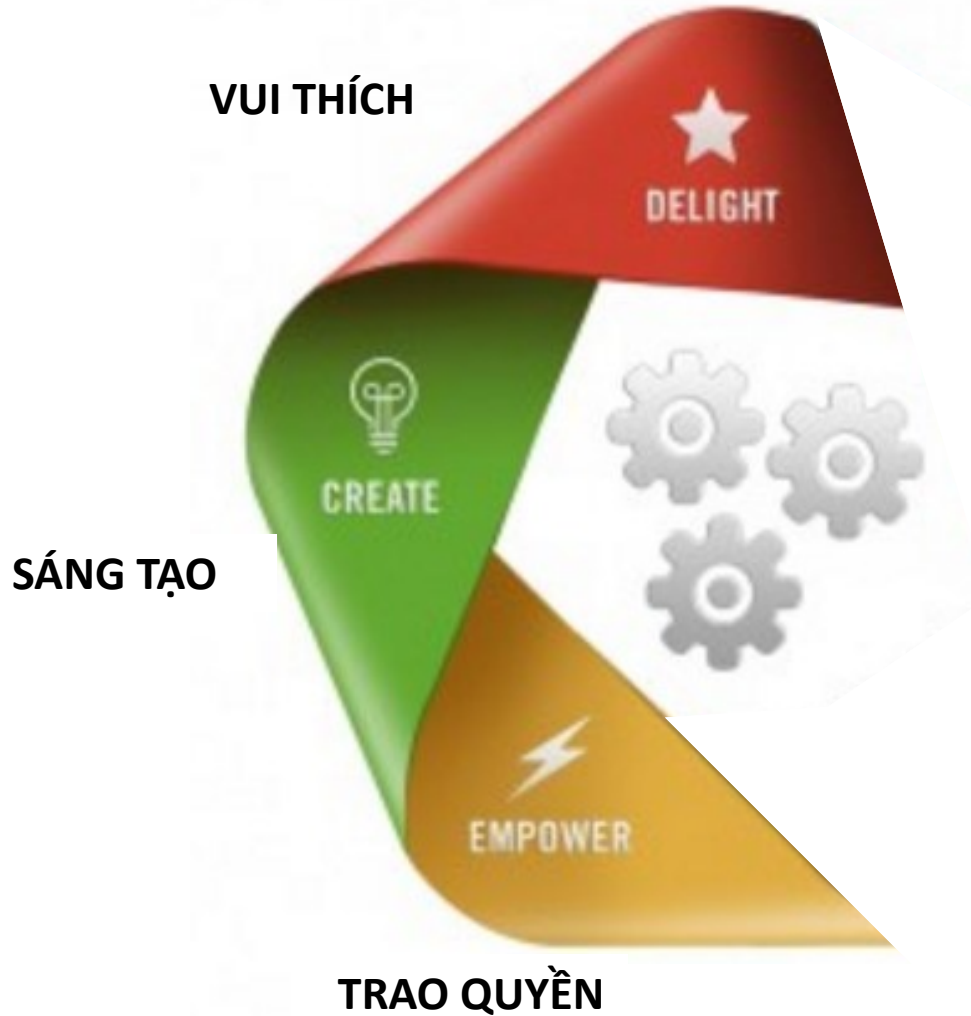
CREATE

SÁNG TẠO



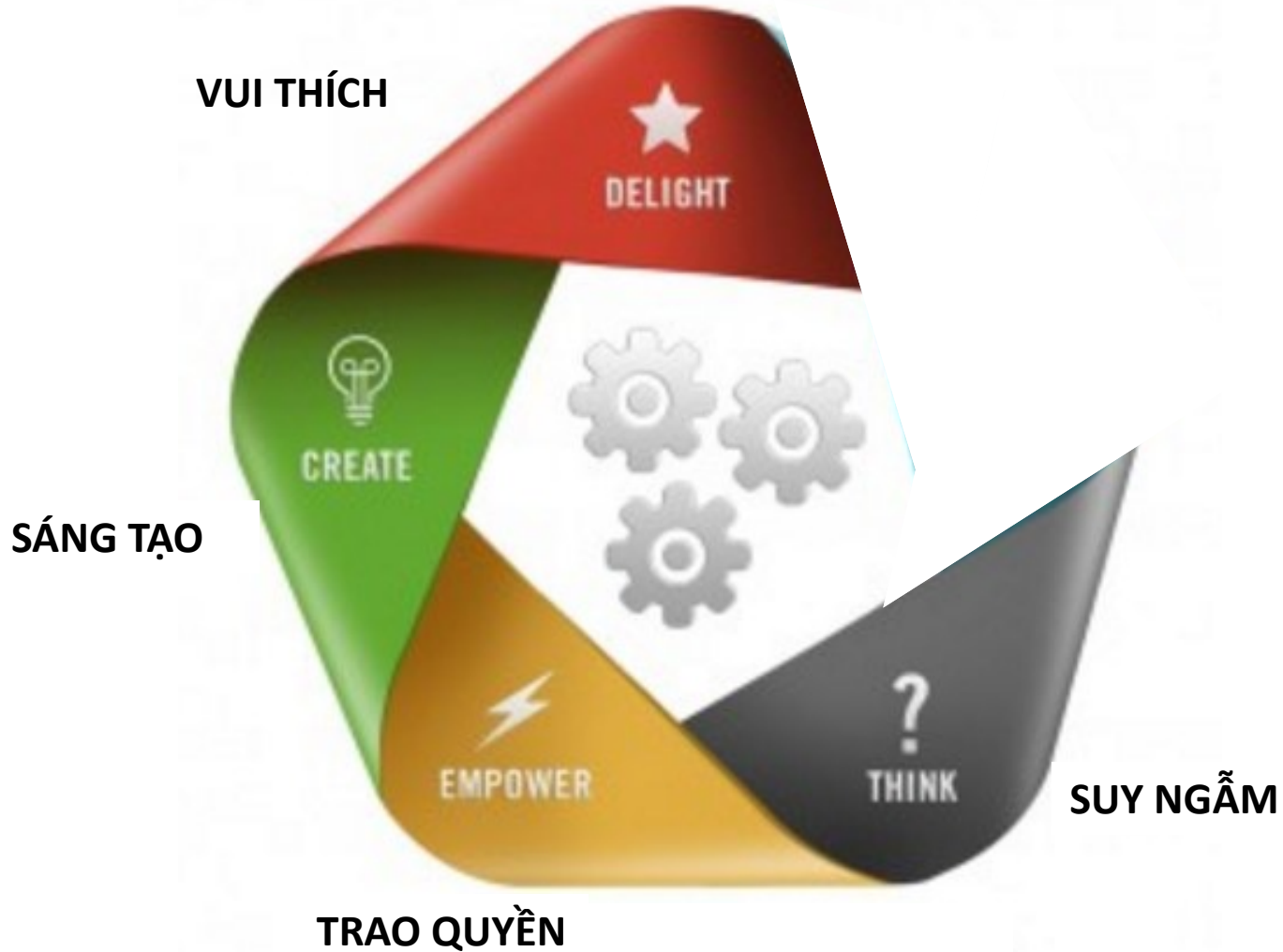
The 5 Customer-centric habits

# 5 THÓI QUEN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG



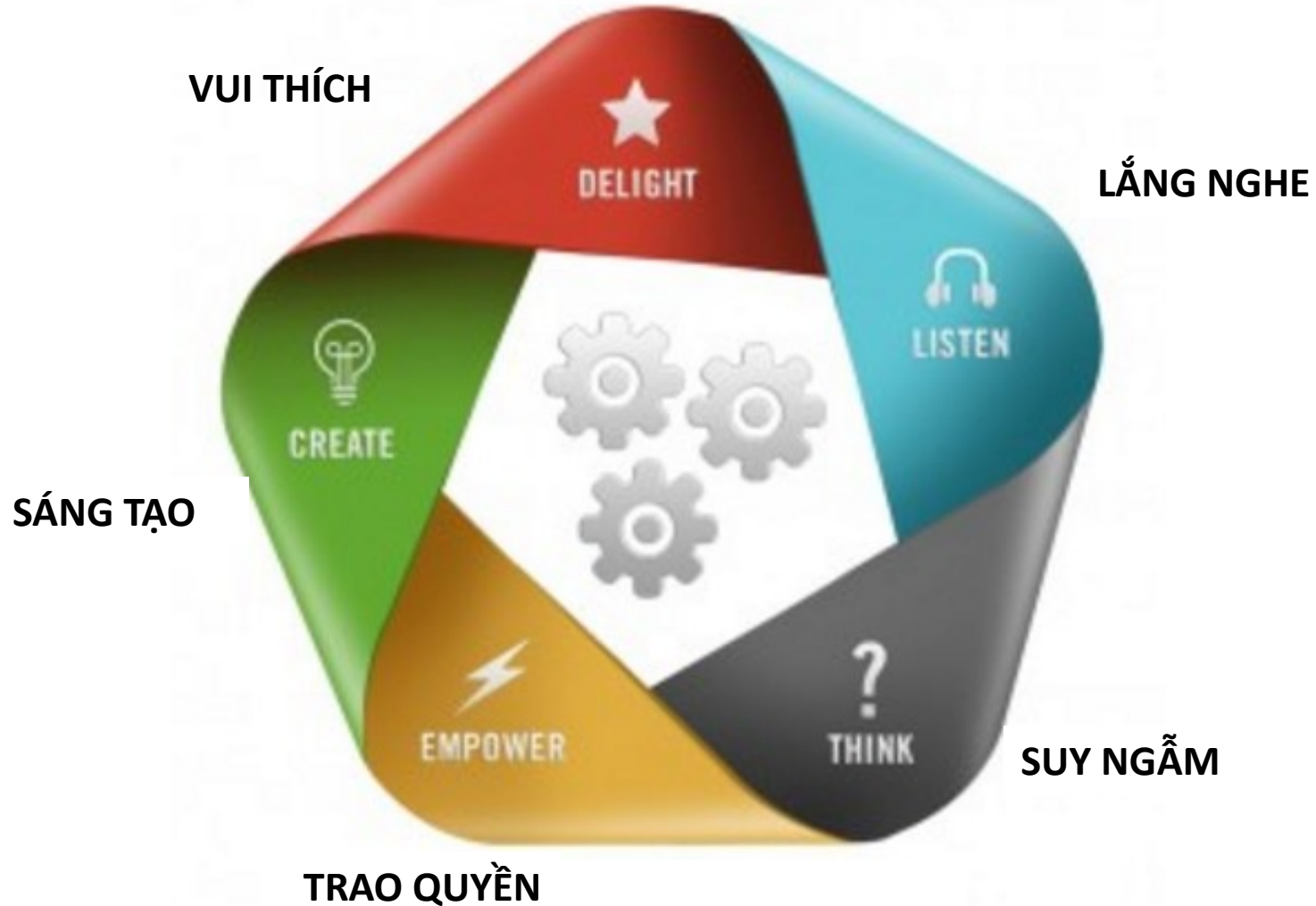
The 5 Customer-centric habits

# 5 THÓI QUEN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG



The 5 Customer-centric habits

# 5 THÓI QUEN TẬP TRUNG VÀO KHÁCH HÀNG

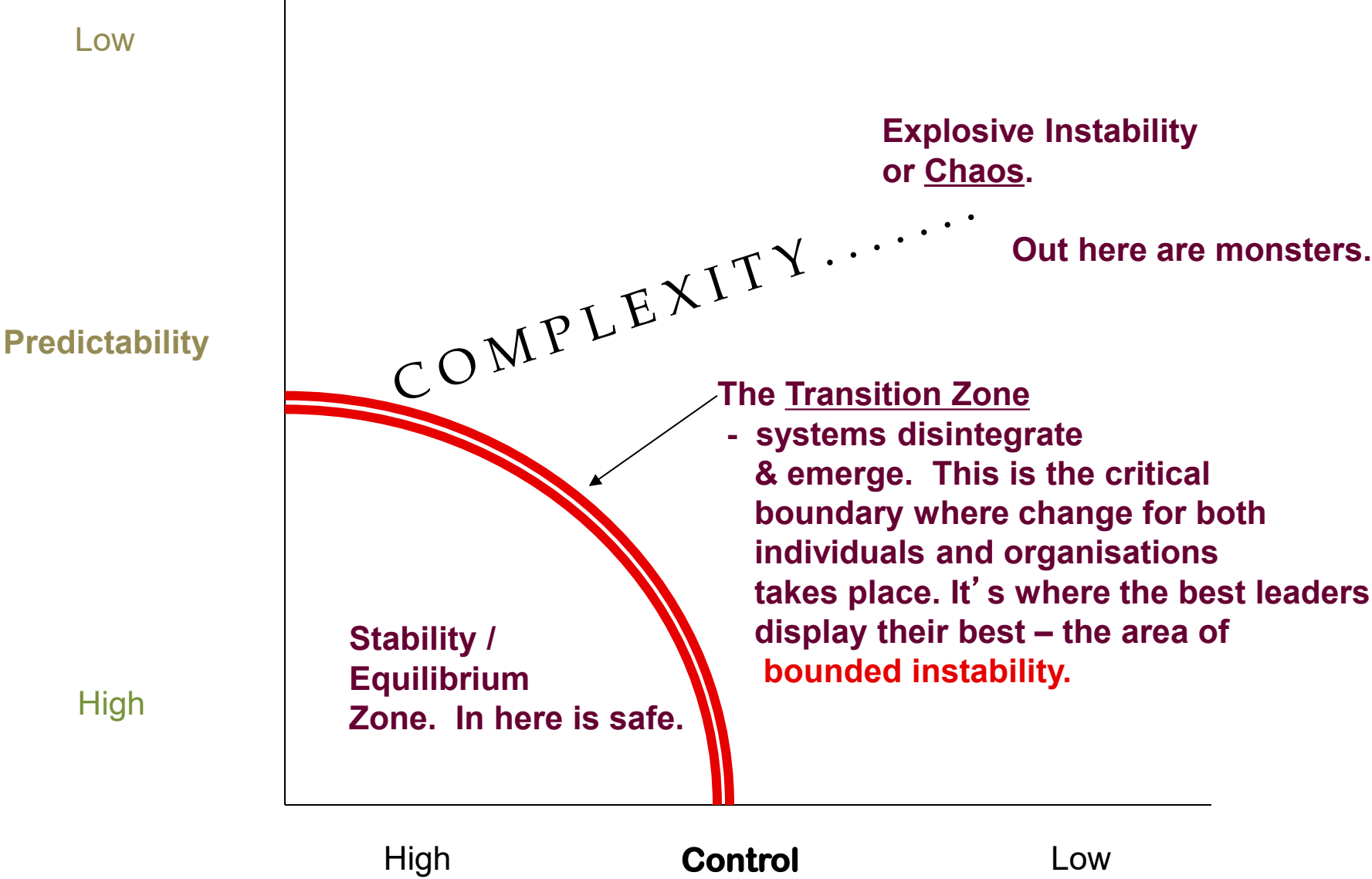


# 7 NGUYÊN TẮC VÀNG

- Đến thăm những quốc gia bạn quan tâm.
- Luôn tập trung vào khách hàng
- Thiết kế bao bì thật hấp dẫn
- Thiết kế bao bì dễ dàng sử dụng cho người mua
- Đừng bao giờ thoả hiệp đối với chất lượng sản phẩm
- Tìm những nhà phân phối tốt mà bạn có thể tin cậy
- Tưởng thưởng cho những nhà phân phối tốt.



# Bounded instability + complexity



# e-motions = Energy for Action = Motivation

