

SANJA DAMIANI, KONZULTANTICA ZA
LJUDSKE RESURSE I EXECUTIVE COACH

Kako naći motivaciju

Motivacija je individualna i zato ljude koji su sami po sebi motivirani treba prepoznati i održavati motivaciju kroz redovitu komunikaciju i davanje povratne informacije. Najčešće su takvi zaposlenici rijetki i treba ih čuvati te saznati što im je bitno i to im dati kao motivaciju jer su to ljudi koji vole to što rade, razumiju svoj posao, cijene vlasnika i druge članove tima



Tvrтке će postići maksimalnu motivaciju zaposlenika pomnim strateškim planiranjem poslovnih ciljeva te uključivanjem iste u ključne pokazatelje poslovanja. Potrebno je uključiti zaposlenike u planiranje i izvršavanje poslovnih ciljeva jer se na taj način potiče angažman i "buy in" zaposlenika. Adekvatnim vođenjem, prepoznavanjem dobrih strana i onih manje dobrih svih zaposlenika, ulaganjem u edukaciju, sustav nagrađivanja i bonuse te redovitom povratnom informacijom može se motivaciju održavati visokom.

Vodite računa o svakom zaposleniku i uložite u rukovođenje

Najvažnije je znati prepoznati tko su motivirani zaposlenici te im transparentno reći da se njihov rad i zalaganje cijeni i vidi. Ponekad je dovoljno uključiti nematerijalne oblike nagrađivanja kao što su dodatni dani godišnjeg odmora, slobodni dani, mogućnost rada od doma, team buildinzi, unapređenje

i pohvaliti njihov doprinos i energiju, ali ne treba zaobići ni financijske aspekte poput bonusa za postignute rezultate, putovanja, vikenda za obitelj, osiguranja, edukacija, konferencije.

Sve to nije dovoljno ako direktor nema ljudski kontakt sa svakim zaposlenikom. Prvo o čemu treba voditi računa je o sebi kao lideru jer ako direktor ne zna voditi sebe i nije dobar primjer onda ne može voditi ni druge. Ljudi ne odlaze iz tvrtki primarno radi plaće već je prvi faktor loše rukovođenje, stoga je potrebno uložiti u znanje vođenja. „Pravi“ voditelji će poznavati svoje zaposlenike te će znati što je svakom od njih motivacija za zadržavanje.

Iskreno voditi računa o svakom zaposleniku na ljudski način da vodimo brigu kako je zadovoljan, kako se osjeća, što mu treba, kakvi su planovi i vizija za njega je nužnost. Pravovremeni i iskreni interes za svakog zaposlenika i na njegove vrline te poticanje razvoja je najbolji način za nagraditi i zadržati te zaposlenik neće imati potrebu razmišljati o odlasku.

Lojalnost je danas sve više na cijeni

Mlađe generacije su sve zahtjevnije i posve različite od prethodnih koje su dugo ostajale kod istog poslodavca i bile lojalne. Nove generacije sve manje cijene ostanak u istoj tvrtki te vole mijenjati poslove, stoga je lojalnost danas još više na cijeni i sve je rjeđa te je treba poticati. Iako je povezana sa osobnošću zaposlenika i odgojem s jedne strane, s druge strane veliku ulogu imaju vrijednosti tvrtke. Tvrtke koje imaju dugogodišnju tradiciju i koje su postigle dobru reputaciju najčešće su poželjan poslodavac. Treba imati jasnu viziju, misiju i vrijednosti koje se strateškim planiranjem ugrađuju kroz kulturu tvrtke.

Važno je poticati lojalnost jubilarnim nagradama, stimulacijama i priznanjima, ali i transparentno komunicirati sa zaposlenicima da se stvori odnos povjerenja. No, u tvrtki će se to dogoditi samo ako je poslodavac motiviran i lojalnost mu je bitna vrijednost. U protiv-

nom, neće biti ni puno lojalnih ni motiviranih zaposlenika.

Zapamtite, ljudi su ti koji rade posao, ne strojevi, ni alati, nego ljudi. Oni su ključni pokretač promjena i uspjeha, daju dodanu vrijednost. Ili ne daju. Poslodavac odlučuje i mora dobro razmisliti što će staviti u ključne poslovne ciljeve.

Ljudi ne odlaze iz tvrtki primarno radi plaće već je prvi faktor loše rukovođenje, stoga je potrebno uložiti u znanje vođenja. „Pravi“ voditelji će poznavati svoje zaposlenike te će znati što je svakom od njih motivacija za zadržavanje