

Современные тренды и технологии нематериальной мотивации и вовлечения персонала



Анна Антонова

к.т.н., бизнес-тренер, консультант

- Профессиональная деятельность и проекты в сфере гостеприимства – с 2000 г. , в том числе за рубежом (в Египте и Финляндии)
- Тренинги и обучение персонала – с 2002 года
- Сертифицированный аудитор Систем менеджмента качества ISO 9001 (IRKA).
- Более 30 публикаций в научных и отраслевых журналах
- Исследования и проектирование сервисных систем
- Автор и руководитель проекта PROлюдей – клиентский сервис

+ 7 (952) 378 – 00 – 99

srvst18@gmail.com

www.facebook.com/anna.b.antonova

www.srvst.ru



Как
мотивировать и
мотивировать
ли?



Типы мотивации: оптимальная и неоптимальная

Оптимальная мотивация

- положительная энергия
- жизненные силы
- ощущение процветания,
- желание добиваться своих значимых целей и преуспевать.

Неоптимальная мотивация

- получение краткосрочных результатов
- разрушение долгосрочных перспектив

**Мотивация – внутренний
процесс, приводящий к
поведению,
направленному на
удовлетворение
потребности**

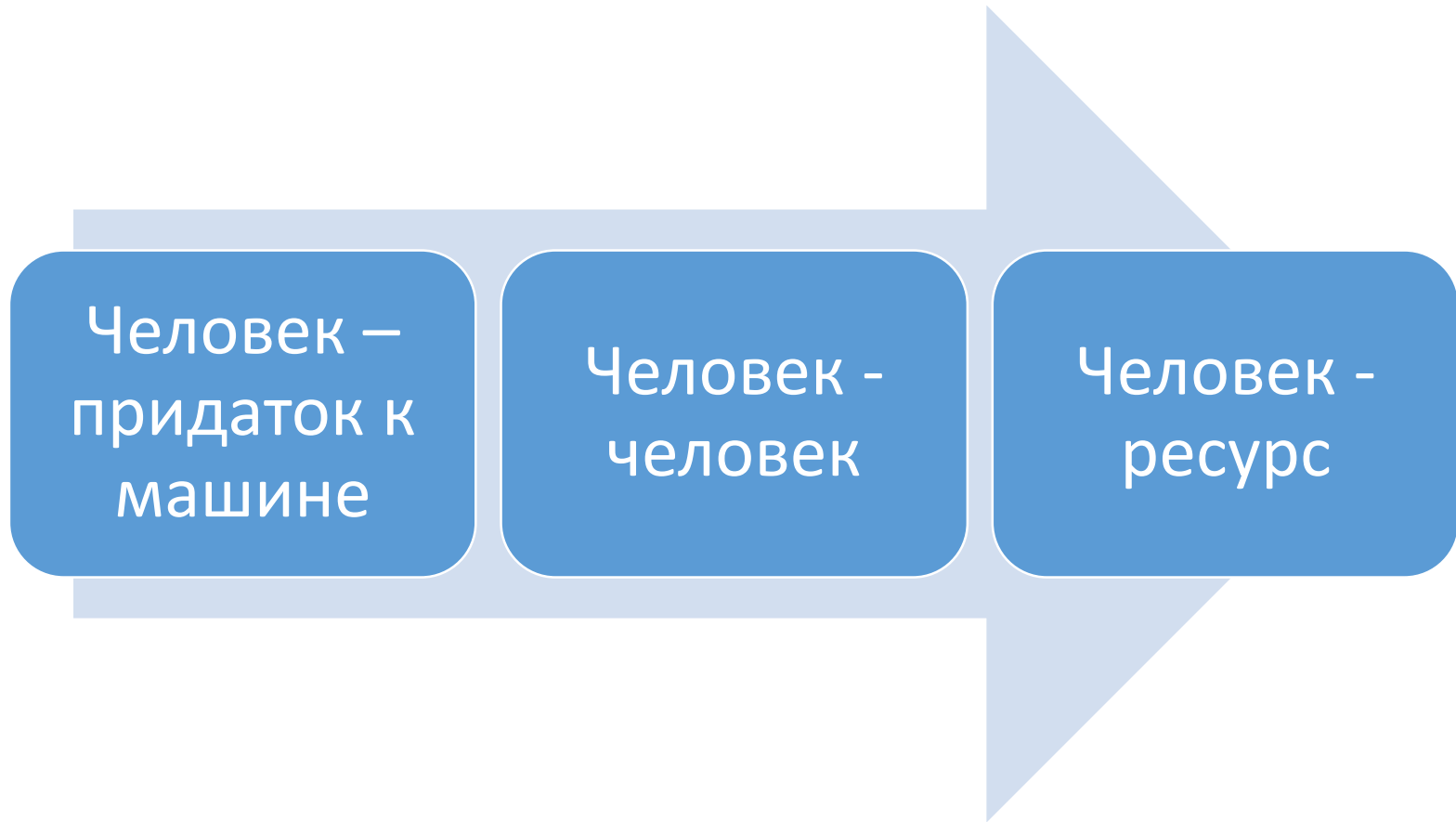


ценности

потребность

поведение

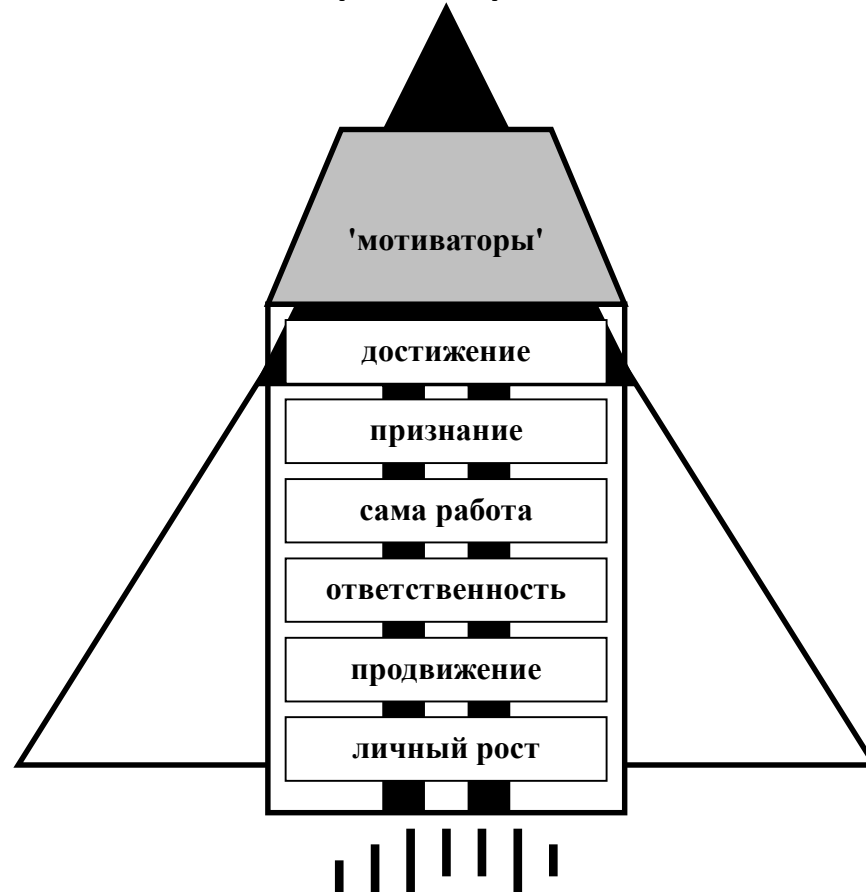
Этапы развития:



Пирамида Маслоу



Теория мотивации Герцберга



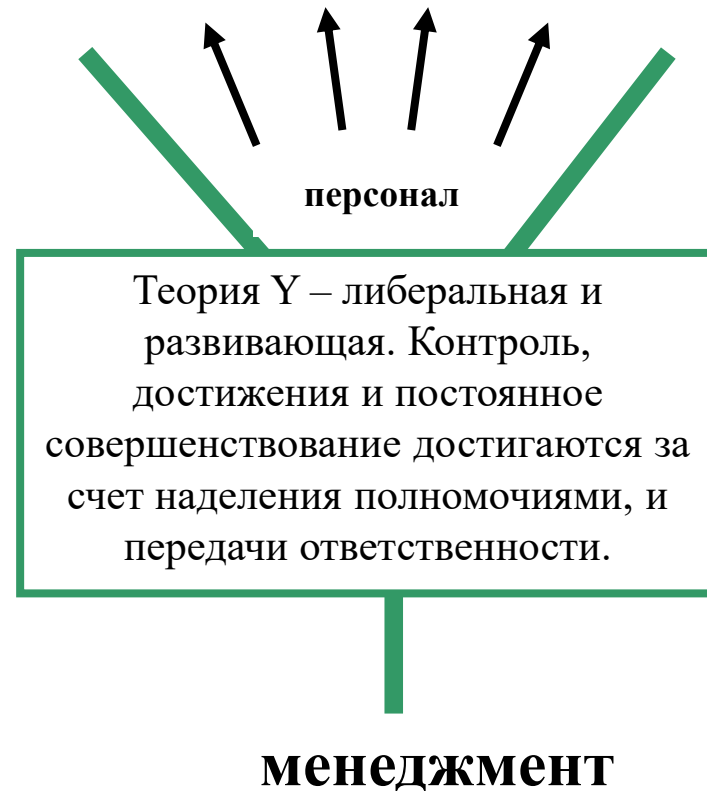
'гигиенические' факторы			
статус	безопасность	отношения с подчиненными	
личная жизнь		отношения с коллегами	зарплата
условия труда		отношения с начальником	
политика и администрация компании			контроль

Теория Х-У » Дугласа МакГрегора (1960)

‘Теория Х’



‘Теория У’

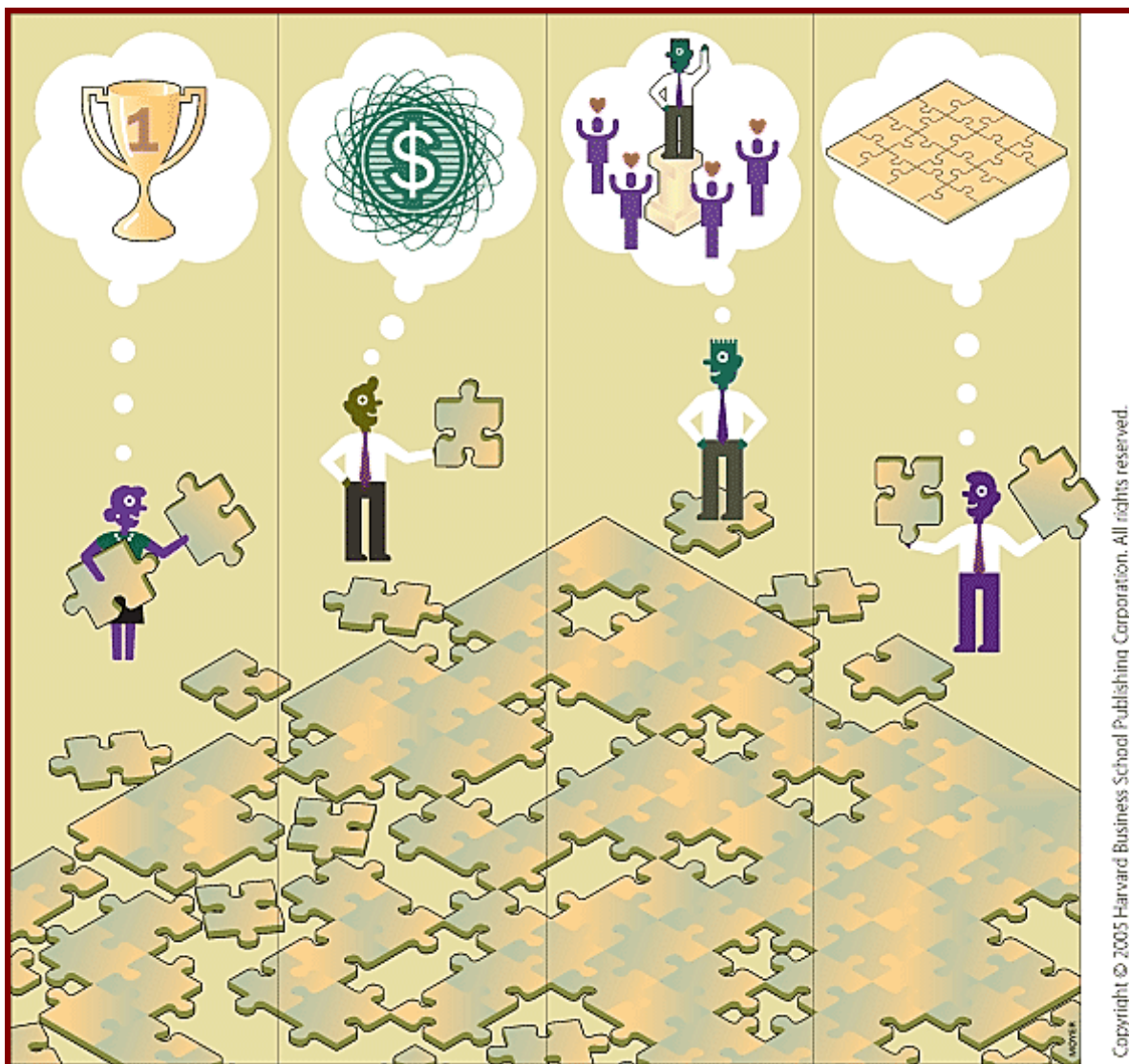


Теория справедливости

Стейси Адамса



Ценность результатов носит индивидуальный характер



Copyright © 2005 Harvard Business School Publishing Corporation. All rights reserved.



Мотивация поколений XYZ

Поколения

Эра, в которой родился тот или иной человек, влияет на его мировоззрение.



Молчаливые 1923-1940	Исполнительны, трудолюбивы, терпеливы	Должность, статус Семья Достаток в еде
Победившие 1940-1964	Оптимистичны, нацелены на результат, трудоголики	Победа Результат Команда
Самостоятель ные (X) 1965 – 1982	Самостоятельность Перемены Индивидуализм	Выбор Прагматизм Время
Новое (Y) 1983 – 2000	Виртуальная реальность Долг, мораль Удовольствие	Их ценность как личности Краткосрочная перспектива

Победившие (Baby-boomers). Особенности мотивации. ГОД РОЖДЕНИЯ 1940-1964

- Поколение, которое **живет, чтобы работать** (трудоголики, конкурентоспособные)
- **Готовы принести в жертву** личную жизнь, праздники ради достижения карьерных высот
- Признают авторитеты, характерен коллективизм, **работали за идею**, «система превыше всего»
- Заинтересованы в **стабильной работе** в привычной среде
- **Уровень вовлеченности** в работу – около **40%**

Признают стиль лидерства:

- Директивное руководство

Поколение X. ГОД РОЖДЕНИЯ 1964-1982

Особенности мотивации

- Противопоставили себя системе и **делают все для достижения своих целей**
- **Готовы много работать** за достойное материальное вознаграждение
- Главная ценность – **личный успех** и достойное **материальное вознаграждение**
- **Результат важнее всего**
- **Мотивация** по пирамиде Маслоу
- **Уровень вовлеченности** в работу – **25%**

Признают стиль лидерства:

Ситуационное руководство, Харизматичное лидерство

Поколение У. ГОД РОЖДЕНИЯ 1983-2000

Особенности мотивации

- **Не готовы идти на компромиссы**

38% – активно ищут работу, **42%** – открыты для предложений, **20%** – готовы остаться

- **Work-life balance** более важен, чем денежное вознаграждение

- Техно-поколение **избегает общения вживую**

41% предпочитает общаться электронно (конфликт поколений)

- **Профессиональное развитие**

98% – возможность работы под руководством более опытных коллег и наставников является важным фактором профессионального развития, для **52%** – наиболее важный фактор

- **Бренд работодателя привлекает их как покупателя**

2008г. – **88%** не останутся в компании, если их ценности не совпадают с цен. компании

2011г. – **56%** «Почему я должен хотеть здесь работать?»

- **Мобильность** и интерес к международной карьере

71% хотят работать за рубежом

- **Межпоколенческая напряженность** – **59%** чувствуют, что их не понимают на работе

- **Уровень вовлеченности в работу – 20%**

- **Признают стиль лидерства:**

Ценностно-ориентированное лидерство, Лидер-архитектор

ПОКОЛЕНИЕ Y

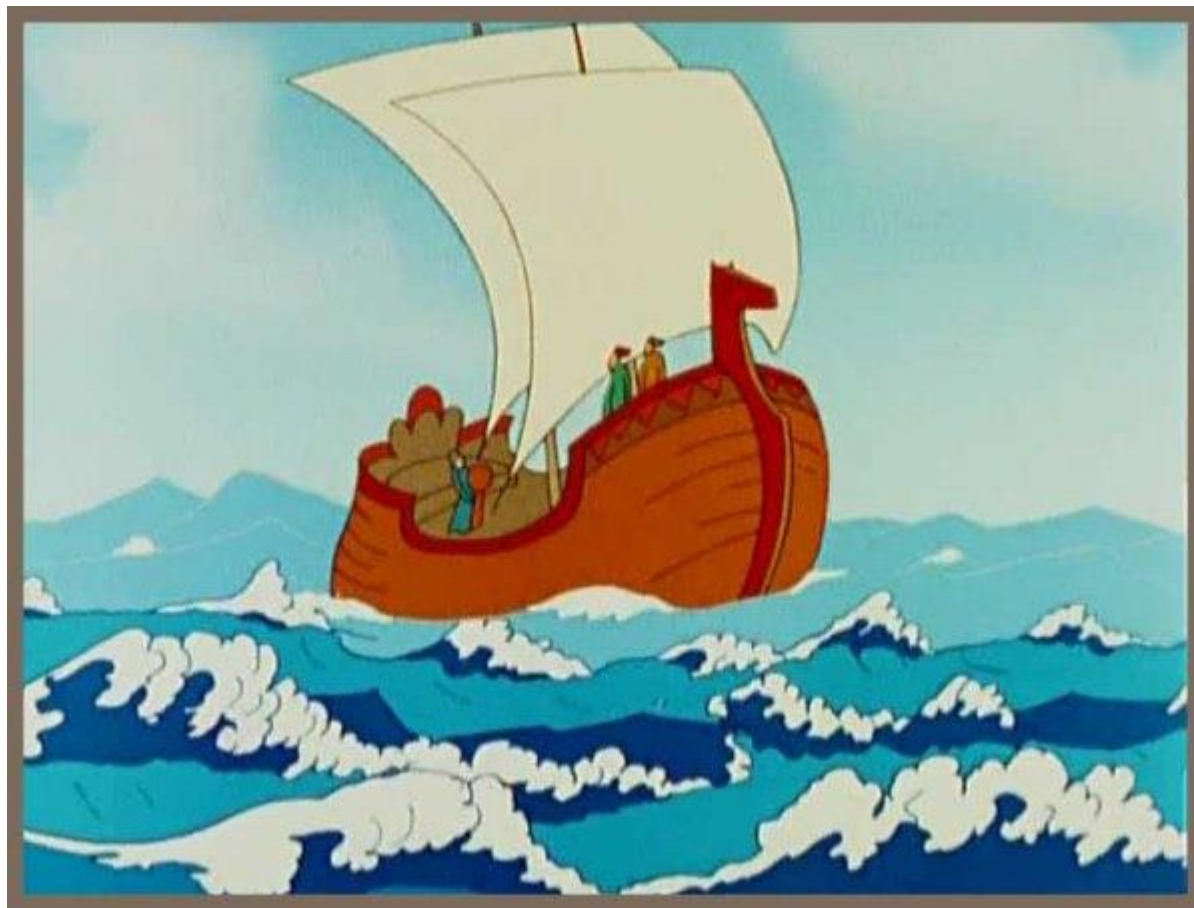


- Ценности: творчество, общение, баланс между работой и личной жизнью
- Работа: должна быть социально значимой и приносить радость
- Рабочее время: должно быть потрачено с максимальной эффективностью
- Новые технологии: основной инструмент не только в быту, но и на работе
- Личное время: сокращение рабочего дня за счет продуктивности и технологий
- Развитие: постоянное развитие, наставники и мгновенная обратная связь
- Общение: широкая сеть контактов — основа активности в социуме и на работе
- Привязанность к месту: нет, готовы быстро поменять как работу, так и страну

Вы отдыхаете в санатории «Князь Гвидон»
на острове Буян



Вы
возвращаетесь
на трансфере с
острова



«Коллективная книга жалоб и предложений»
Всё, что понравилось и всё, что не понравилось

Вы – профессионал, работающий в санатории «Князь Гвидон»



- Как негативные отзывы и жалобы использовать для улучшения ситуации?

НЕГАТИВНАЯ ОЦЕНКА

- НЕСООТВЕТСТВИЕ ОЖИДАНИЯМ, КОГДА ЧЕЛОВЕКУ ЕСТЬ С ЧЕМ СРАВНИВАТЬ. Результаты исследования
- РЕСУРС - МОЖЕМ ПРОСЧИТАТЬ, ЧТО НА САМОМ ДЕЛЕ КЛИЕНТУ ВАЖНО
- Техника «5 WHY?»



Санаторий «Князь Гвидон» на острове Буян
получил Международное признание и стал
Санаторием №1 в Мире

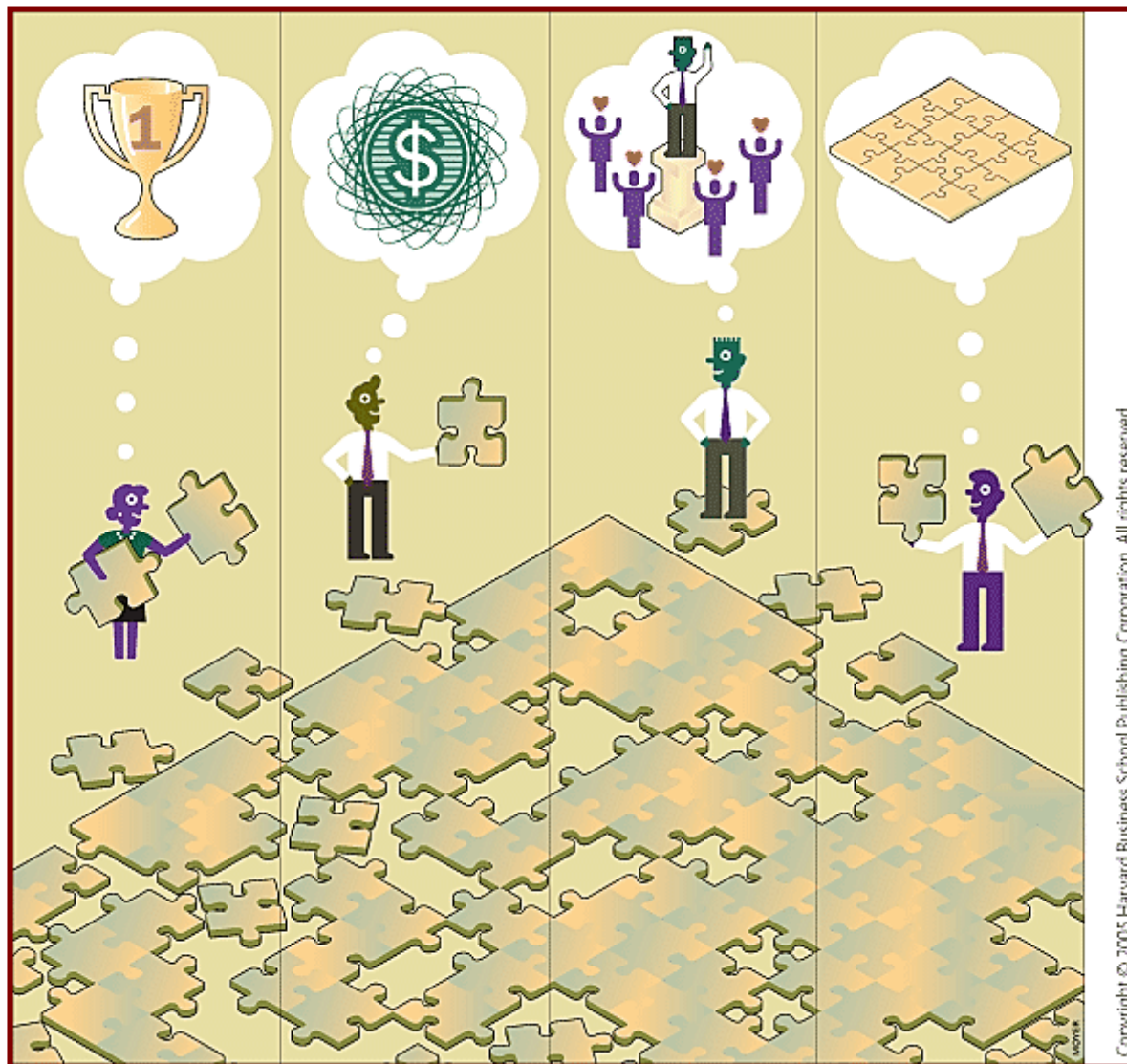


Что надо сделать, чтобы это стало реальностью?

- «Зёрна роста» - Теория позитивных отклонений
- Концентрируем усилия на том, на что можно влиять.
Остальное держим под контролем (управление рисками)
- **Основной фокус нашего внимания – это мотивация персонала.**



Как вы думаете, как надо мотивировать персонал?



Для поколения Y – мотивация СМЫСЛОМ



Какие идеи соответствуют мотивации смыслом?

ОПТИМАЛЬНЫЕ МОТИВАЦИОННЫЕ СТАТУСЫ

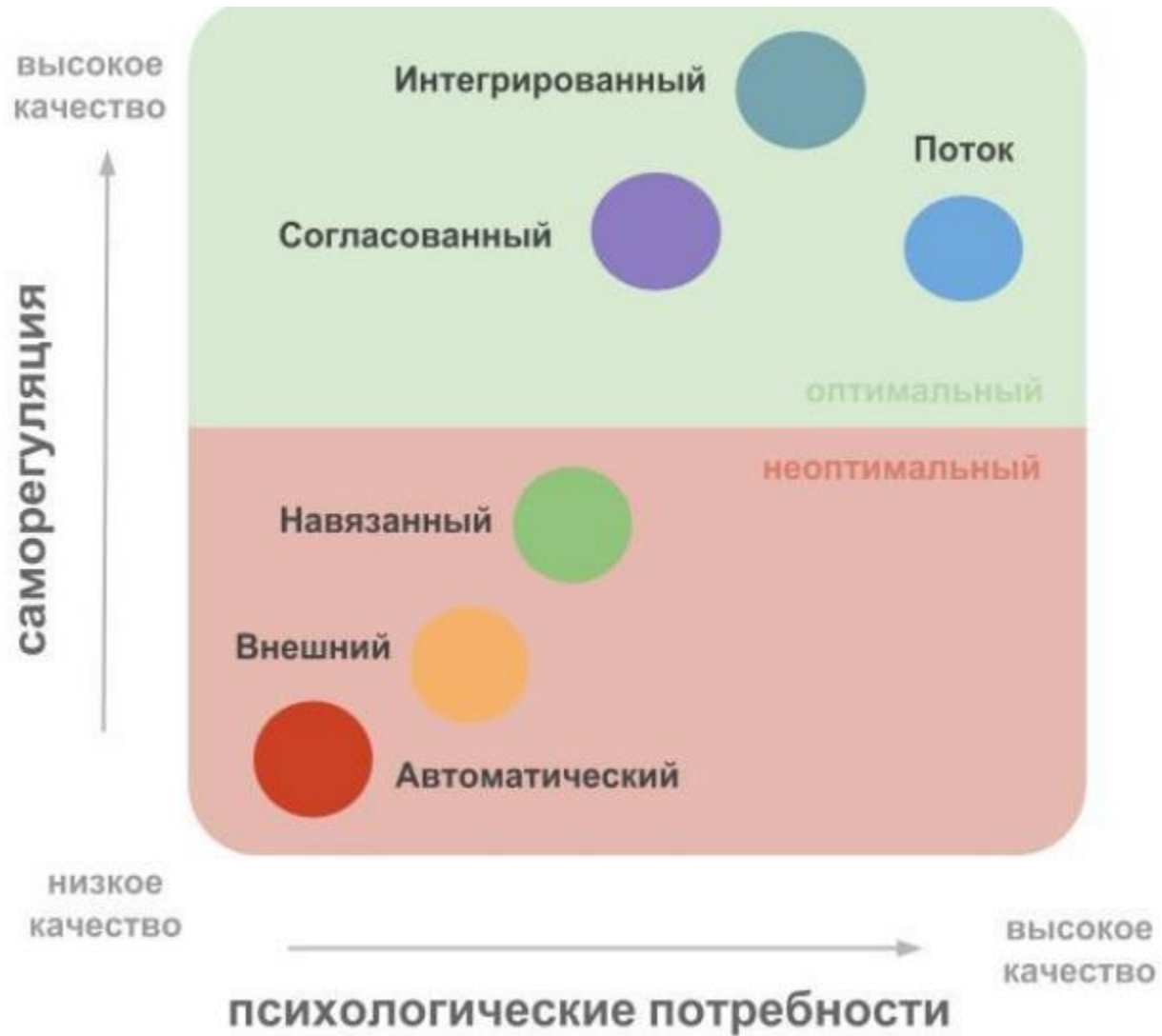
**Удовлетворяются
базовые
психологические
потребности в:**

- автономии
- принадлежности
- компетентности

**Поддерживается
качественная
саморегуляция
сотрудников при помощи**

- осознанности
- ценностей
- целеустремленности

Сравнение мотивационных статусов



Инструмент

КАК МОТИВИРОВАТЬ ЛЮДЕЙ, ВОВЛЕКАТЬ ИХ В
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

ЗДЕСЬ БЫЛО ОБЕСПЕЧЕНО

- ДОБРОВОЛЬНОСТЬ УЧАСТИЯ
- ОТКРЫТОСТЬ ВЫСКАЗЫВАНИЯ МНЕНИЙ
- ПАРТНЕРСКАЯ ПОЗИЦИЯ
- БЕЗОЦЕНОЧНОСТЬ





Тренинги и консультации для руководителей и персонала

- **Построение системы клиентского сервиса в компании**
- **Удовлетворенность клиента: изучение и менеджмент**
- **Тренинг «Нематериальная мотивация персонала»**
- **Тренинг «Менеджмент взаимоотношений с клиентами. Курс для руководителей»**
- **Тренинг «Профессионал клиентского сервиса»**

www.srvst.ru

Благодарю за внимание!

