



Как угробить мотивацию у сотрудников?

Сотрудники любой компании в идеале должны понимать, к чему стремиться и куда идти. Для многих организаций тактическим ориентиром служит ежемесячный, квартальный или годовой план продаж. Ну, оно и понятно. Однако, анализируя результаты опросов, мы столкнулись с обратной ситуацией, когда план продаж не увеличивал эффективность работы, как рассчитывали те, кто его составлял, а, наоборот, демотивировал сотрудников. Давайте посмотрим, что же там было не так.

1. План продаж не всегда может учесть все нюансы, которые критически важны для мотивации сотрудников. Например, длительный цикл сделки из-за специфики деятельности.
2. Бывает и такое, что план продаж необоснованно завышен, и премии при невыполнении плана не выплачиваются. В итоге, из-за неуверенности в вознаграждении, подрывается финансовая безопасность сотрудников и их вовлеченность в работу.
3. Или, например, когда заявлены недостаточно высокие проценты за выполнение плана. В таком случае ценность премии уже недостаточна, чтобы дополнительно напрягаться.
4. Иногда система мотивации настолько запутана, что сотрудник просто не в состоянии понять свою выгоду при увеличении объема продаж. Важно, чтобы система начислений премий и бонусов была простой и понятной. Сотрудник должен четко понимать, что он получит при выполнении поставленных задач.
5. Бывает и такой абсурд, когда работа сотрудников вообще никак не влияет на выполнение плана продаж, однако их премия напрямую зависит от этого показателя. В итоге, вместо мотивации - недоумение и злость.
6. Ещё одна из распространенных ошибок – это отсутствие системы мотивации на результат. Как правило, в таких компаниях внедрен план продаж, который менеджеры не спеша реализуют в течение месяца. И больше нет никаких дополнительных бонусов, которые можно получить за более короткий промежуток времени.

Вот несколько примеров неправильной системы мотивации.