

ISSN 2657-6732

FIRMER

MAGAZYN ŚWIADOMEGO PRZEDSIĘBIORCY

N R 2 (2 8) / 2 0 1 9
K W I E C I Ą Ń - C Z E R W I E C

IWONA GUZOWSKA

Spojrzenie w głąb siebie

STRONA 37

Efekty komunikacji
w social media



STRONA 22

Jakość
zaczyna się od JA



STRONA 70

Koniec z płatniczym
prawem dżungli



Ekonomia relacji



SEKRET WZROSTU
NOWOCZESNEGO
PRZEDSIĘBIORSTWA

— LESZEK FURMANN —

Nawet najbardziej tajemna wiedza dzisiejszego świata jest od nas oddalona o zaledwie kilka kliknięć touchpada. W kieszeni nosimy wszelkie zasady ekonomii. Przepisy prawa podatkowego możemy sprawdzić, spacerując w parku. Aby poznać podstawy inwestowania w nieruchomości, potrzebujemy zaledwie kilkadziesiąt minut. To i tak nieco dłużej, niż trwa wypełnienie wniosku o założenie działalności gospodarczej.

LESZEK FURMANN

Certyfikowany Trener Mentalny, w którego obszarze zainteresowań znajdują się psychologiczne i mentalne aspekty osiągania sukcesu, także w biznesie. Od 2014 roku aktywny przedsiębiorca, obecnie działający w branży szkoleniowej, rozrywkowej oraz eventowej. Studiował dziennikarstwo oraz zarządzanie ze specjalnością coaching i rozwój zawodowy. Absolwent Akademii Trenerów Mentalnych Jakuba B. Bączka. Więcej o autorze: leszekfurmann.pl.



W dobie powszechnego dostępu do informacji wiedza nie jest już specjalnie cennym aktywem. Umiejętności? Stoją co prawda stopień wyżej, wraz z rosnącą liczbą kursów online i filmów instruktażowych również tracą jednak na wartości. Co jest więc dziś najcenniejszym aktywem? Złotym Graalem, który zapewnia przewagę konkurencyjną i gwarantuje dobrobyt przedsiębiorstwa?

Relacje. Ekonomia relacji.
Oto sekret sukcesu
nowoczesnej firmy.

Rynek pracownika

Na rynku pracy rządzą dziś przedstawiciele pokolenia Y. U progu kariery zawodowej stają pracownicy urodzeni w okolicach roku 2000. To fakty, które należy najpierw zaakceptować, a następnie zmierzyć się z ich konsekwencjami. Wielkie agencje marketingowe odmieniają hasło *employer branding* przez wszystkie przypadki. O dobry wizerunek firmy jako pracodawcy mają zadbać specjaliści *social media* poszukiwani dzisiaj w popłochu przez kolejne korporacje. Dobre relacje z pracownikami są ważne jak nigdy wcześniej w historii.

Wielu doświadczonych przedsiębiorców, od lat prowadzących biznes w sektorze MŚP, wciąż żyje niestety stereotypem z przeszłości. Pracownik ma się cieszyć, że ma pracę. I dziękować, że co miesiąc dostaje na konto wypłatę. Szczytem procesu motywacyjnego jest regularne podpisywanie wniosku urlopowego bez uszczypliwego komentarza.

Niestety, obserwacja zachodzących procesów generuje złe wiadomości. W czasach, gdy na rynku zatrudnienia rządzą kandydaci, a portale z ofertami pracy biją rekordy popularności, potrzeba czegoś więcej.

Czego oczekują pracownicy?

Uznania i zachęty. Wcale nie gigantycznych zarobków, a raczej klarownej ścieżki kariery i możliwości rozwoju. Docenienia za dobrze wykonaną pracę. Konstrukttywnej krytyki zamiast popularnej suszarki i groźby. Prawdopodobnie na tym etapie część przedsiębiorców żyjących mitami przeszłości ma ochotę zakończyć czytanie. „Co za bzdury. Może jeszcze kawę mam zaparzyć mojemu pracownikowi?”. Szczerze mówiąc, to byłby strzał w dziesiątkę, ale zostawmy ten temat.

Oto krótka ściągą budowania relacji z pracownikami, szyta na miarę nowoczesnych pracodawców.

KLASYCZNY DYREKTYWNY MODEL PRACY	NOWOCZESNY MODEL BUDOWANIE RELACJI
Pracownik jako mało znaczący trybik w maszynie, który można w każdej chwili zastąpić, kiedy przestanie działać.	Pracownik jako człowiek z własnymi przekonaniami, emocjami i godnością.
Pracownik ma realizować cele pracodawcy, za to mu płacimy.	Pracownik może realizować swoje cele, jednocześnie realizując cele przedsiębiorstwa.
Sporadyczna podwyżka lub premia to jedyny znany sposób motywowania pracownika.	W procesie motywacyjnym znajdują się m.in.: szkolenia, integracje oraz zachęty finansowe.
Pracownik nie wie, czy kiedyś doczeka się awansu.	Pracownik ma klarowną ścieżkę awansu, którą może podążać, osiągając konkretne cele.
Pieniądze są najważniejsze, im wyższa wypłata, tym pracownik powinien lepiej pracować.	Pieniądze są jednym z wielu elementów wpływających na jakość pracy, ważne są też środowisko pracy, kultura, elastyczność.
Stałe godziny pracy, przywiązanie do sztywnego modelu 7.00 – 15.00, 8.00 – 16.00, 9.00 – 17.00.	W miarę możliwości elastyczne godziny: „Chętnie zostanę dłużej, ale jutro przyjdę później”.
Od pracownika wymaga się bezbłędneho wykonywania pracy pod rygorem zwolnienia, w łagodniejszej wersji wylania wiaderka frustracji.	Konstruktywna krytyka – pracownik dokładnie wie, co należy poprawić; skupienie na pozytywach.

Takie realia mogą przytłaczać, szczególnie konserwatywnych właścicieli i menedżerów. Jest jednak dobra informacja także dla nich... Pracownik dalej pozostaje podwładnym, a pracodawca jego zwierzchnikiem. Obowiązkiem

pracownika jest rzetelne wykonywanie pracy, a prawem przełożonego – kontrola. Nie mówimy więc o zmianie paradygmatu. Nie chodzi o odwrócenie ról czy umniejszenie roli szefa. Chodzi jedynie o zmianę sposobu zarządzania.

Co z kasą?

Powiedzmy, że temat jest interesujący. Przeżytkamy ślinę i stwierdzamy, że może da się coś z tym zrobić. Częściej pójść na rękę, utrzymywać dobre intencje, więcej się uśmiechać i zainteresować się oczekiwaniami pracownika.

Jednak co z kosztami? Szkolenia, integracje, podwyżki – to wszystko brzmi świetnie, ale swoje kosztuje, prawda?! Oczywiście. Bez wątplenia programy motywacyjne generują dodatkowe koszty. Jednak żeby wyciągnąć sensowne wnioski, trzeba uczciwie zestawić potencjalne koszty programu motywacyjnego z kosztami częstszej zmiany pracownika. Różnica pomiędzy przedsiębiorcami, którzy utrzymują się na rynku, a takimi, którzy osiągają sukcesy ze swoimi zespołami, może być prozaiczna. Ci pierwsi wierzą, że „jakoś to będzie” i pracownik popracuje tak długo, jak się da. Ci drudzy nie zostawiają nic przypadkowi i rozumieją, że inwestowanie w programy motywacyjne jest lepszym wyjściem niż łatanie dziur ciągłą rotacją.

Przeszkolenie nowego pracownika również kosztuje, prawda? W trakcie wdrożenia nowy etatowiec nigdy nie będzie tak efektywny jak doświadczony pracownik. Ktoś będzie musiał poświęcić mu czas, który mógłby spędzić np. na pokazaniu oferty nowemu klientowi. Liczenie cyferek na fakturach jest ważne. Trzeba jednak patrzeć na sprawę szerzej i zrozumieć, że kosztem jest nie tylko wydany pieniądź. Ale też pieniądź, który nie został zarobiony. Ciężko wyobrazić sobie sprawną firmę bez dbałości o optymalizację kosztów. Optymalizacja niekoniecznie oznacza jednak unikanie. Oznacza jedynie ponoszenie kosztów sensownych. Na przykład takich, które zapobiegają utracie dochodu.

Podejźmy więc do tematu egoistycznie, mając w głowie podstawowe cele, takie jak rozwój przedsiębiorstwa i maksymalizacja zysków. I powiedzmy sobie to wprost: budowanie relacji z pracownikiem po prostu się opłaca! A w międzyczasie atmosfera w firmie w magiczny sposób też staje się przyjemniejsza.

