

Sztuka motywowania i angażowania pracowników

Podczas badań nad motywacją pracowników, przeprowadzanych przez Instytut Gallupa, wyodrębniono

10 głównych, najczęściej się powtarzających czynników motywujących do pracy. Badacze pokazali je menedżerom i poprosili, aby Ci uszeregowali je wg ich zdaniem ważności dla swoich pracowników. Od najważniejszego do najmniej ważnego. Następnie badacze poszli z tymi czynnikami do pracowników tychże menedżerów i poprosili, aby Ci uszeregowali wg własnego uznania te czynniki. Zestawione rezultaty tych badań pokazały, delikatnie mówiąc, że często menedżerowie i pracownicy żyją w trochę „odmiennych światach”. Na naszym szkoleniu pokazujemy nie tylko rezultaty tych zaskakujących i ciekawych badań, ale zastanawiamy się jakie są przyczyny takiego stanu rzeczy i jak temu zaradzić. Odpowiemy jak skutecznie motywować pracowników w dzisiejszych uwarunkowaniach na rynku pracy nie tylko do wydajnej pracy, ale również do tego aby skutecznie utrzymać tych, których chcemy utrzymać. W swoich propozycjach dot. motywatorów, narzędzi i technik podeprzemy się najnowszymi badaniami dot. motywacji i motywowania na rynku polskim i rynkach zagranicznych.

Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Uświadomi sobie własne kluczowe czynniki motywujące go do pracy i porówna je z innymi

Usystematyzuje pojęcie motywacji, motywowania i motywatorów

Pozna najnowsze wyniki badań nad motywacją na rynku polskim i zagranicznym

Przypomni sobie klasyczne teorie motywowania i poszerzy swoją wiedzę o dodatkowe

Zdobędzie umiejętność doboru czynników motywujących wpływających na daną generację pokoleniową

Uświadomi sobie cechy i kompetencje lidera, skutecznie motywującego siebie, pracownika, zespoły

Pozna dobre praktyki utrzymania pracowników w miejscu pracy

Będzie potrafił zmotywować zespół i pracownika dobierając styl zarządzania do ich/jego stopnia rozwoju

Odbędzie praktyczny trening udzielania motywującego feedbacku i oraz coachingowego wspierania pracowników



Zapraszamy na szkolenia:

Poznań 15-16 stycznia 2020

Olsztyn 2-3 kwietnia 2020

Kraków 20-21 maja 2020

Szczecin 22-23 września 2020

Wrocław 9-10 grudnia 2020

Cena :

Cena: 1650 pln netto / 2 dni / os.

I. Wprowadzenie do tematu - mini badania. Co motywuje uczestników szkolenia?

- Identyfikacja najważniejszych motywatorów – indywidualnie i grupowo
- Mapowanie grupy – podsumowanie rezultatów.
- Dyskusja nad wynikami i przeniesienie ich na szerszy grunt biznesu

II. Czym jest motywowanie w dzisiejszych czasach i co wynika z badań nad motywacją?

- Przykłady ze świata biznesu – studia przypadku dot. przykładów pozytywnych i negatywnych
- Fragmenty filmów ilustrujących przykłady skutecznego motywowania
- Definicja motywacji i motywowania – jak rozumie to biznes, jak patrzy na to nauka?
- Fakty i mity dotyczące motywacji
- Najnowsze wyniki badań nad motywacją pracowników
- Trudności i problemy w procesie motywowania

III. Trochę porządkującej teorii dot. motywowania

- Czy większa pensja motywuje? - dwuczynnikowa teoria Herzberga
- Teoria oczekiwań V. Vrooma – czyli pracownicza zdolność do zmiany
- Hierarchia potrzeb Masłowa – czy ta teoria nadal jest aktualna?
- Teoria D. McClelland
- Teorie wzmocnienia i potrzeba osiągnięć
- Motywacja zewnętrzna
- Poziomy motywacji w piramidzie Diltsa – motywacja wewnętrzna
- Motywacja na zaangażowanie – podobieństwa i różnice
- Poziomy zaangażowania

IV. Motywacja indywidualna pracownika

- Jak rozpoznać potrzeby pracownika?
- Doświadczenie, kompetencje i osobowość pracownika a motywatory
- Motywacja finansowa i poza finansowa – rodzaje
- Koncepcja góry lodowej – czy jesteśmy w stanie rzeczywiście wpłynąć na czyjąś motywację?
- 12 czynników angażujących pracownika wg badań

V. Finansowe i pozafinansowe narzędzia motywowania pracowników w firmie

- Czynniki stymulacji finansowej – proporcjonalność, częstotliwość, dostępność
- Efektywne systemy premiowania - uznaniowość czy obiektywizm?
- Nagrody - jakie? Za co? Kiedy je ustalać i komunikować?
- Ścieżki kariery i rozwój indywidualny
- Rola atmosfery w pracy i organizacji pracy
- Podmiotowe traktowanie pracowników
- Współczesne benefity i ich rola w utrzymaniu pracowników

VI. Podobieństwa i różnice w motywowaniu poszczególnych generacji na rynku pracy

- Charakterystyka potrzeb w miejscu pracy pokoleń Baby Boomers, X, Y, Z
- Co ich łączy a co ich dzieli w postrzeganiu wartości w pracy?
- Z jakich powodów chcą pracować w tej firmie? – oczekiwania i motywatory charakterystyczne dla pokolenia
- Programy i systemy wiążące pracownika z firmą – studia przypadku, najnowsze

VII. Rola automotywacji menedżera na budowanie zaangażowania podwładnych

- Analiza własnej motywacji
- Wzbudzanie motywacji wewnętrznej – narzędzia i techniki
- Style kierowania a motywacja - dobór technik motywacyjnych do rozwoju i stopnia zaangażowania pracownika
- Zmniejszanie poziomu stresu negatywnego
- Budowanie autorytetu lidera - cechy lidera skutecznie motywującego zespół
- Kompetencje menedżera wspierające jego funkcję motywacyjną
- Samoświadomość popełnianych błędów i korekta zachowań

VIII. Motywowanie zespołu

- Rola lidera i jego stylu kierowania grupą
- Współzawodnictwo w zespole – budowanie kultury pracy zespołowej opartej na wykorzystaniu indywidualnych talentach i wykorzystaniu ról grupowych
- Rozwijanie, wspieranie i celebrowanie sukcesu
- Budowanie atmosfery zaangażowania i współpracy między pracownikami ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki kultury organizacyjnej
- Budowanie lojalności pracowników względem firmy – różne narzędzia w zależności od preferencji pokoleniowej

IX. Rola komunikacji i kultury feedbacku w budowaniu zaangażowania pracowników

- Udzielanie pozytywnej informacji zwrotnej jako podstawa budowania relacji Przełożony – Pracownik
- Konstruktywna krytyka – jej cel motywacyjny i rozwojowy.
- Docenianie i chwalenie jako wzmacnianie zachowań pożądanых
- Rozmowy rozwojowe i oceniające z pracownikami
- Rozmowy korygujące zachowania, stopniowanie reakcji

X. Coachingowy styl zarządzania - wyzwianie naturalnego potencjału pracownika

- Rodzaje i zasady coachingu menedżerskiego
- Coaching nastawiony na zmianę zachowań i postaw
- Modele GROW, SCORE, GOLD
- Kryteria optymalnego doboru modelu rozmowy coachingowej do specyfiki i kultury firmy oraz do pracownika
- Praktyczny trening wybranych modeli