

## прогажба

### КАКО ОД ПРОСЕЧНИТЕ СОРАБОТНИЦИ ДА НАПРАВИТЕ ПОБЕДНИЧКИ ТИМ?

За создавање победнички тим, потребни се јасни цели, третирање на луѓето како поединци и нивно мотивирање...



Автор: Драгица Корењак, дипл. менаџер, советник за развој на продажни мрежи, [www.dkorenjak.eu](http://www.dkorenjak.eu)

Продажните тимови се составени од групни играчи, а не од суперсвезди

Во животот имате две можности; или сè ќе направите сами или ќе оставите некој друг да го направи тоа за вас. Дали како лидер, односно човек во големата игра на животот ќе станете успешни, многу зависи од способноста за тимско работење и потоа како лидер на тимот, зависи што се користи за мотивирање на работниците. Пред сè, треба да ви бидат јасни вашите предности и слабости. Исто така, како лидер, мора да знаете дека, на крајот на краиштата, сè зависи од максимирањето на предностите, силните страни на одредени членови на групата. Освен тоа, треба да се земе предвид дали постои некој што е соодветен за извршувањето на задачите што сте му ги доделиле.

ТИМОТ МОРА ДА ИМА ЈАСНИ ЦЕЛИ, од секој работник може да барате врвна изведба и секој може да го поставите на место каде што може да придонесе според своите најдобри можности. На тој начин ќе може да остварите победи. Сите ние сме играчи. Нашата важност произлегува од животните врски со другите луѓе. Секој тим е арена, место каде што ја играме играта на својот живот. Поради тимовите, стануваме дел од нешто – тоа е важно, но тимското работење воопшто не е лесно. Во иднина лидерот на тимот ќе мора да има разумна идеја и чувство за вредност на тимот, кој сака да го задржи. Многу повеќе ќе мора да ја познава меѓусебната комуникација и да биде во можност да направи повеќе за да ги поттикне луѓето. Над сè, ќе мора да ги сочува пресудните одлуки во текот на континуираните промени, ќе мора да биде во можност да го извлече сиот талент и креативност што ги носи тимот.



# Мотивирајте и поттикнете успеси

ЛУЃЕТО ТРЕБА ДА БИДАТ ТРЕТИРАНИ КАКО ПОЕДИНЦИ. Секогаш треба да се нагласи нивната важност и да се покаже почитување. Тие, сепак, се прво луѓе, а дури потоа соработници. Соработниците треба да учествуваат во сите фази во процесот на вработување, со што се нагласува тимското работење. Треба да се поттикне тимското работење, да се цени и да се наградува бидејќи сите реагираат на пофалбите. Ако на луѓето им покажете дека сте сигурни во нив и дека се снаодливи, тие и ќе постапуваат така, а вие ќе можете и да се тргнете настрана. Доколку верувате во луѓето, ќе направите и тие да веруваат во себеси. Пример за успех е д-р Мартин Лутер Кинг – Движење за граѓанските права. Летото 1963 година во паркот во Вашингтон се појавиле 250.000 луѓе кои не примиле никаква покана. Тој имал дар, не им говорел на луѓето што треба да се менува, едноставно им кажувал во што верува.

Луѓето ја зеле неговата цел, ја поставиле за себе и ја споделувале со други луѓе. Колку од нив се појавиле на собирите заради него? Никој. Сите биле таму за себе.

Успешното тимско работење не може да се достигне со магија. За тоа се потребни луѓе кои се во постојана интеракција едни со други и еден успешен лидер. Да се состави успешен тим е вистинска уметност и многу способни тренери не можат преку ноќ да создадат победник. Пазарот се менува многу брзо, така што многу производи и услуги застаруваат, а само пред неколку години ги задоволувале потребите и вкусовите на потрошувачите. Претседателот на „Аналог дивајсис“ вели: *Мора да создадете ојкружување кое е сиремно и желно да ги поттикне луѓето да бидат свесни дека тие и како поединци и како група се најдобри во својот, дека се подобри од која било група во својот. Тоа мора да*



биде потврдено со награди и со повратни информации од клиентите. Ако клиентите не победат, никој не победува. Овој концепт е

најпознат во спорто, но се однесува и на другите групи. Кога луѓето ќе почнат на овој начин да учествуваат и да се користат едни со други како потенцијал за успех, тоа станува заразно. Повеќето добри тренери и лидери често зборуваат во прво лице множина: *Ние... Нашието време... Работиме пред нас...* Целта е да вработите луѓе кои ќе веруваат во она во што верувате вие. Луѓето подобро реагираат кога можат подобро да ги искористат своите таленти.

**МОТИВАЦИЈАТА НА ВРАБОТЕНИТЕ** е едно од прашањата поврзани со управувањето со работењето кое во последните неколку години сè почесто се поставува и сè повеќе добива значење. За успешно да работи, секоја компанија ќе мора да најде оптимална комбинација на материјални и нематеријални поттикнувања за своите вработени. Тие зависат од многубројни фактори: секторот во кој работите, конкуренцијата на пазарот на трудот, природата на работењето и структурата на работењето. Мотивацијата е внатрешна движечка сила која нè снабдува со потребната сила за остварување на целите и задоволување на потребите. Изразот *мотивација* се базира на три основни елементи: потреба, движење, награда. Како човек почнува да ги мотивира другите? Пред сè, мора да се мотивира себеси, а дури потоа може да ги мотивира другите. Луѓето не можат да ги уверат луѓето што не живеат во согласност со тоа што го зборуваат. Задоволството и мотивацијата на вработените се клучни за современите организации. Заедничката цел на моделот и системот на мерење на задоволството и мотивацијата на вработените е стремеж кај секој

**За да подготвите некого да направи сè, треба да го уверите дека САКА да го направи тоа. Познавањето на тоа што сака да го постигне соработникот е сржта на мотивацијата за постигнување на неговите цели.**

поединец да се развие чувство дека сите вработени ја делат истата судбина – судбината на компанијата, односно настојување со материјалното и нематеријалното поттикнување да се ослободи потенцијалот на вработените за создавање.

## 10 правила за мотивација во практика

1. Потрудете се да ги препознаете потребите на своите подредени. Квалитетот на животот на работното место се смета за клучен фактор за мотивација;
2. Потрудете се да ги дознаете не само нивните потреби, туку и желби, без оглед дали сте во состојба да ги исполните. Тоа ќе ви помогне во пристапот кон своите луѓе;
3. Бидете свесни дека паричните награди се голем мотив, но исто така луѓето можат да бидат мотивирани со признанија, пофалби, унапредувања, добивање поголеми одговорности или нудење можност да остварат нешто значајно. Некои дури веруваат дека парите не мотивираат, но нивното отсуство демотивира;
4. Очекувањата на вработените претставуваат силен мотив. Дајте им јасно до знаење дека по остварената цел следува награда. И обратно – што нема да добијат доколку ја завршат работата лошо. Ставете им до знаење дека од нив зависи дали со тоа што ќе го остварат ќе добијат нешто или не;
5. Овозможете им на луѓето да учествуваат во поставувањето цели – нека ги доживеат како свои, а не како наметнати!
6. Природата и содржината на работата приспособете ги на луѓето, така што обврските ќе бидат интересни, разновидни, динамични, поодговорни, предизвикувачки итн. Избегнувајте ја употребата на зборот „проблем“, заме-

нете го со зборот „предизвик“ или „ситуација што треба да се реши“;

7. Дозволете им, кога е можно, да го изберат начинот на кој ќе ја завршат работата. Познатиот генерал Патон кажал: *Никогаш не кажувајте им на луѓето како да ја завршат работата. Кажете им што треба да направат и тие ќе ве изненадат со својата генијалност;*
8. Бидете вистински лидер. Бидете добар пример за своите вработени бидејќи луѓето сакаат да имаат менаџери кои им импонираат!;
9. Мисли големо – високите очекувања се клучот на секој успех! Постојана акција, бидејќи нема успех без проактивност;
10. Позитивни комуникации – ентузијазам и оптимизам. Ценете го времето и секогаш имајте го предвид.

## Како да ги мотивирате за да постигнете успех:

- Фокусирајте се на сегашноста, заборавете на минатото и не мислете на пречките што ве очекуваат;
- Секој ден научете нешто ново;
- Никогаш не заборавајте ги своите соништа и секогаш имајте ги пред очи;
- Кажете им НЕ на неуспесите и поразите;
- Следете ги примерите.

Само на еден начин може да подготвите некого да направи сè: **Треба да го уверите дека САКА да го направи тоа. Запомнете дека нема друг начин.** Познавањето на тоа што сака да го постигне соработникот е сржта на мотивацијата за постигнување на неговите цели. ■

### За авторот:

**Драгица Корењак** работи како независна консултантка и мотивационен говорник за продажни мрежи, а на нејзините работилници за техники во продажбата и управување со продажната мрежа досега учествувале повеќе од 30.000 луѓе. Таа е менаџер за управување со деловни системи, има 30 години искуство во продажбата, маркетингот и менаџментот. Долги години предавала на Факултетот за деловни студии „Геа колеџ“. Добитник е на наградата за најуспешен претприемач во Словенија, а автор е и на две книги „Тajna uspeha u izravnoj prodaji“ и „Znanost i komunikacija u mrežnom marketing“ . Одржува семинари во сите земји од регионот, Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Србија, Црна Гора и во Македонија.