



۳ اصل مهم ایجاد انگیزه

صدها کتاب در مورد انگیزه نوشته شده است، اما نهایتاً هیچ فرد دیگری نمی‌تواند شما را برانگیزد تا کاری انجام دهید. در اصل، همه انگیزه‌ها از درون نشأت می‌گیرند. لذت، ترس و سایر عوامل داخلی، انگیزه‌هایی درونی برای انجام کارها هستند. برای ایجاد انگیزه در خود و دیگران برای ارائه رفتارهای مطلوب و مدنظر خود، باید به سه نکته توجه کنید.

۱. به رسمیت شناختن

یکی از قوی‌ترین عوامل انگیزشی به حساب می‌آید. وقتی موفقیت‌های کوچک و بزرگ را به رسمیت شناخته و از آن‌ها تجلیل می‌کنید، افراد احساس خوبی نسبت به خود پیدا می‌کنند. آن‌ها احساس می‌کنند مثبت، شاد و ارزشمند هستند، بیشتر احساس شایستگی می‌کنند و برای تکرار مجدد همان کار یا انجام کارهای دیگر به همان روش مطلوب، مشتاق می‌شوند.

می‌توان این کار را به‌طور شخصی انجام داد، یعنی به‌طور خصوصی به آن‌ها بگویید کار خود را به بهترین نحو انجام داده‌اند. حتی بهتر است آن‌ها را در حضور دیگران به رسمیت بشناسید و کار با ارزش آن‌ها را به اطلاع همه برسانید. وقتی جلسه خود با کارکنان را با اشاره به این موضوع آغاز می‌کنید که یکی از اعضای تیم، کار مهمی را با موفقیت به انجام رسانده است و از همه می‌خواهید او را تشویق کنند، دلیل اهمیت این کار را به همه اعضای تیم نشان داده و انگیزه آن‌ها برای عملکرد بهتر در آینده را به شدت افزایش می‌دهید.

۲. پاداش

به رسمیت شناختن به‌تنهایی کافی نیست. افراد برای حفظ انگیزه خود به انواع پاداش نیاز دارند، در غیر این صورت احساس می‌کنند که به رسمیت شناختن آن‌ها نمایشی بیش نبوده و هیچ مفهومی نداشته است.

دو نوع پاداش وجود دارد: ملموس و ناملموس. پاداش ملموس فیزیکی یا نقدی است و می‌تواند اضافه‌حقوق، ترفیع یا جایزه‌های مثل خودکار یا کیف باشد. پاداش ملموس قابل دیدن است و اهمیت و ارزش فردی که به این هدف دست‌یافته است را به خانواده او نشان می‌دهد.

بعضی شرکت‌ها سنجاق‌سینه‌ای که روی آن عدد ۱۰۰ نوشته شده را به فروشنده‌ای می‌دهند که رشد فروشش ۱۰۰ درصد یا بیشتر بوده است. فروشنده برای به‌دست‌آوردن این نشانه کوچک و ملموس، به‌سختی تلاش می‌کند تا با آن خودنمایی کند و تا دوازده ماه بعد آن را به یقه خود می‌زند. همه افراد شرکت این جایزه را می‌شناسند و می‌دانند که فرد برای دریافت آن، چه تلاش‌هایی کرده است. ممکن است این سنجاق‌سینه کوچک باشد، اما نشانه موفقیت بوده و ارزش آن برای شخص دریافت‌کننده و اطرافیانش شناخته شده است.

پاداش‌های ناملموس نیز انگیزاننده‌هایی قوی هستند. وقتی افراد کار مهمی انجام

می‌دهند، می‌توانید آن‌ها را به ناهار دعوت کنید و یا برایشان مرخصی با حقوق در نظر بگیرید. چند روز قبل، این موضوع را اعلام کنید تا همه بدانند برای شرکت کار مهمی انجام داده است و رئیس او را به ناهار دعوت کرده است.

این کار، انگیزاننده‌ای بسیار قوی است. می‌توانید مسئولیت‌های افراد را افزایش دهید و آن‌ها را به کلاس‌های آموزشی پیشرفته بفرستید تا بتوانند کار خود را در آینده بهتر انجام دهند. در این حالت، با یک تیر دو نشان زده‌اید. فردی که آموزش می‌بیند خود را مهم‌تر و ارزشمندتر احساس می‌کند، همچنین شرکت نیز فردی را در اختیار دارد که توانایی بیشتری برای دستیابی به نتایج بهتر در آینده دارد.

۳. تقویت

یکی دیگر از ابزار انگیزشی بسیار قوی «تقویت مداوم» است و بدین معنی است که نحوه صحیح عملکرد کارکنان را چه خصوصی و چه علنی مرتباً برای آن‌ها توضیح دهید. اگر کار آن‌ها بسیار بزرگ است و مراحل دارد، باید در هر گام این روند را برای هر موفقیت کوچکی از آن‌ها تجلیل کنید، حتی اگر هنوز به نتیجه نهایی دست نیافته‌اند.

برای مثال، ممکن است یک فروش بزرگ و پیچیده، چندین مرحله داشته باشد و به نتیجه رساندن آن از اولین برخورد تا امضای قرارداد چندین ماه طول بکشد. کار مدیر فروش این است که در راه رسیدن به فروش نهایی، موفقیت‌های فروشنده در هر گام را شناسایی کرده و آن‌ها را تقویت کند. این کار روحیه فروشنده را تقویت می‌کند و به او انگیزه می‌دهد تا در مواجهه با موانع و مشکلات غیرقابل اجتناب دوام بیاورد.

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «ساخت کسب‌وکار فوق‌العاده»

نویسنده: برایان تریسی، مارک تامسون



ناشر: زرین کلک آفتاب

ترجمه: ژان بقوسیان، بنفشه عطرسائی

[message_box/]