

- Что нужно сделать, чтобы корова давала больше молока и меньше ела сена?
- Корову надо меньше кормить и больше доить...

ИЛИ

Мотивация работника – схемы материальных и нематериальных поощрений

I. Ошибочные подходы к мотивации

- «Работать в нашей компании – большая честь!»
- «Они и так неплохо получают!»
- «Да куда они денутся с подводной лодки?»

Давайте не будем считать, что есть некоторая цифра, которая «достаточна», что «они» никуда не денутся, поскольку у нас очень и очень престижно работать.

I. Ошибочные подходы к мотивации

□ «Разработка системы мотивации»

- *Все равно всех денег не заработаешь.*
- *Что я, папа Карло пахать?*
- *Что я, рыжий?*
- *Что мне, больше всех надо?*
- *Пусть трактор работает, он железный.*
- *Работа не волк...*
- *Нормально я получаю, машина, Турция, DVD – все как у людей...*

примерно такие мысли приходят в голову 95% продавцов.

II. Давайте изменим подход

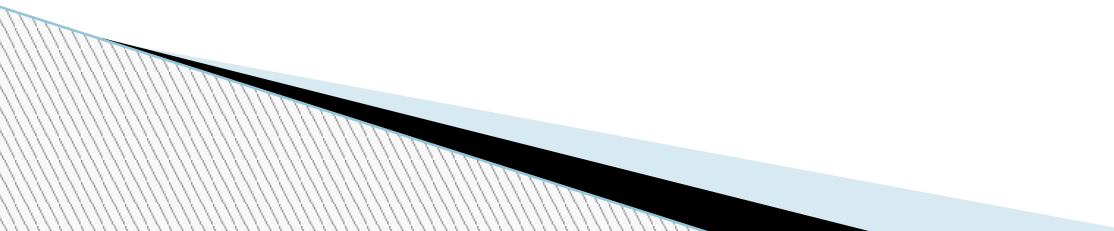
Мотивация – это не то, что я делаю для своего сотрудника, а то что он сам делает для себя

- ✓ Денежный бонус
- ✓ Карьерный рост
- ✓ Ценный приз

Ваша задача – создать разные варианты стимулов, чтобы человек мог переходить от одного к другому и достигал при этом основной поставленной вами цели, то есть увеличивал объемы продаж.

III. Конфиденциальность доходов сотрудников

Конкретные цифры нигде не должны звучать, и уж тем более сравниваться или обсуждаться. Поскольку именно на этой почве в коллективе произрастают зависть, лицемерие, разобщенность, возникают всякие конфликтные ситуации...



IV. Критерии системы мотивации сотрудникам

✓ Наглядность

Как только сотруднику непонятна формула начисления зарплаты, у него мгновенно возникает подозрение в том, что вы стремитесь его обмануть.

✓ Простота расчетов

А сколько я получу, если рассчитают сегодня?

✓ Объективность

А почему я получаю именно столько?

✓ Неограниченность дохода

Производительность труда конечна и сотрудник сам упрется в «свой» потолок.

✓ Стабильность, длительность применения утвержденной методики

Где нас на этот раз пытаются надуть?

V. Главная задача продавца

План - главный критерий, относительно которого мы оцениваем результат.

Основной план
Параметр планирования

Всегда деньги
А) Объем продаж в деньгах
Б) Маржинальный доход

Вспомогательный план
Параметр нормирования

Новые клиенты, процент
удержания старых, количество
счетов, соотношение
выставленных к оплаченным...

VI. Способ оценки результата

Основной план
Параметр планирования

Отношение реального
объема к планируемому.

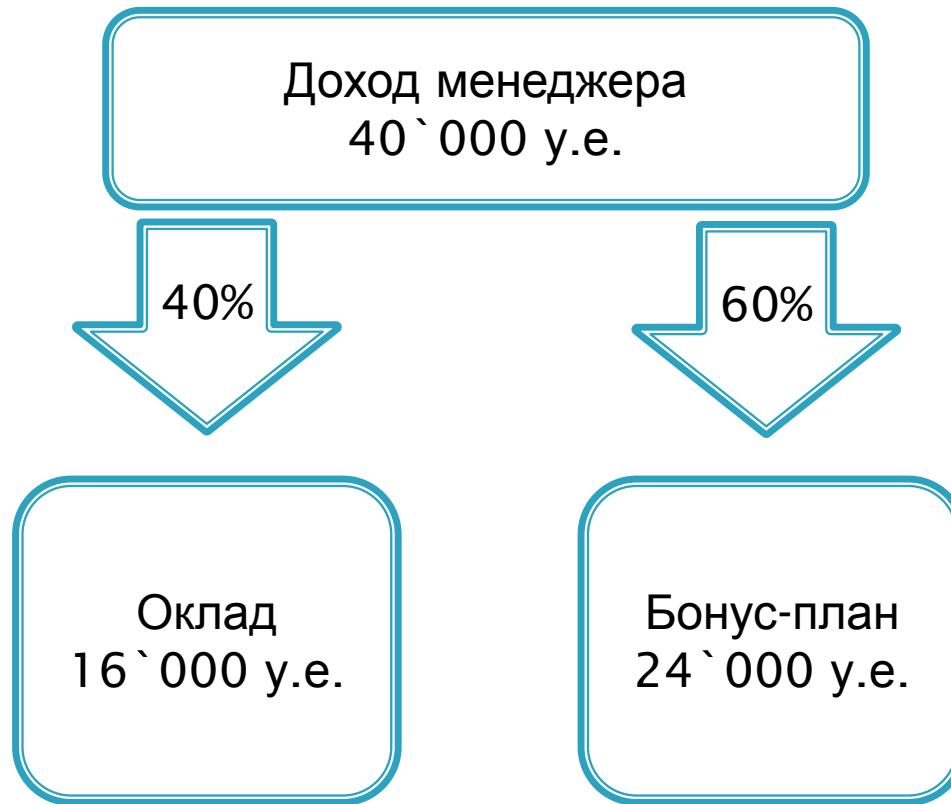
В реальный объем продаж
следует включать только те
сделки, по которым уже
произошли и отгрузка и
оплата.

Вспомогательный план
Параметр нормирования

Нормируем только
действительно важные
параметры.

Идеальное число нормативов
3-4.

VII. Структура дохода



VII. Структура дохода

Бонус-план
24`000 у.е.

75%

25%

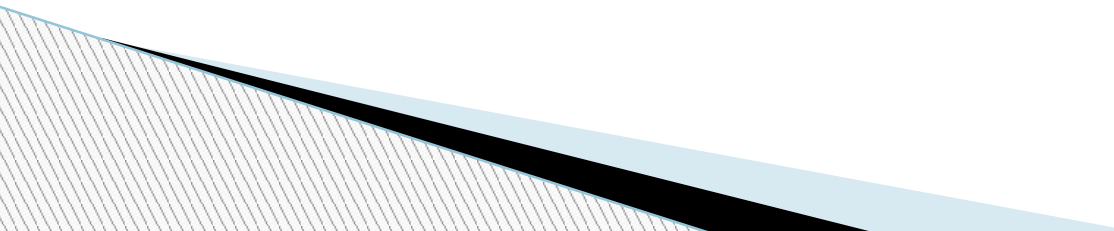
Премия за
выполнение плана
продаж
18`000 у.е.

Премия за
выполнение норм
6`000 у.е.

$18`000 \times \% \text{ выполнения плана продаж}$

Нормативы выполнены – 100%
Нормативы не выполнены – 0%

VIII. Нематериальное стимулирование

- ✓ Карьерный рост
 - ✓ Карьерный рост «в сторону»
 - ✓ Тренер-консультант
 - ✓ Востребованность личного мнения
 - ✓ Символы служебного статуса и престижа
 - ✓ Разнообразные льготы и привилегии
- 

**Главная задача продавца –
выполнить план по
продажам.**

**А главная задача
руководителя – не забывать
древнее правило:**

***«Относись к людям так, как
хочешь, чтобы они
относились к тебе!»***