

Feltérképezett ÉRTÉKEK

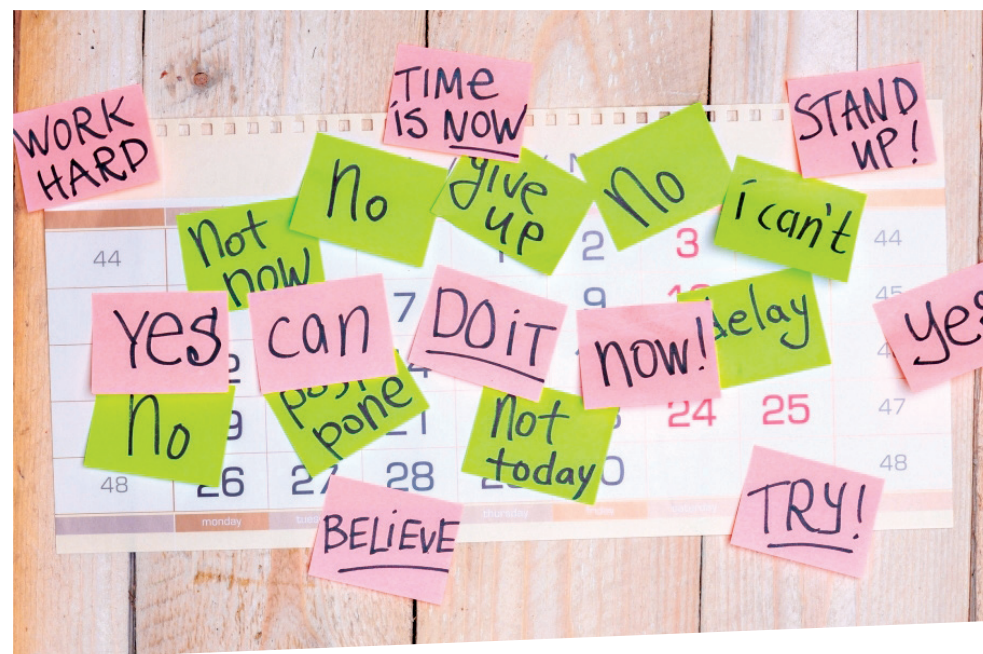
Generációváltáskor nem csak a megfelelő utód kiválasztása okozhat problémát, ugyanolyan fontos az is, hogy a leköszönő vezető tisztában legyen azzal, hogyan élhet teljes és boldog életet miután átadta a stafétát. Többek között ebben is segíthet a Motivációs Térkép Teszt. A módszer már itthon is elérhető. | Kalocsai Magdolna

Számos kihívás elé állítja a cégvezetőket a generációváltás, hiszen nem könnyű feladat megtalálni az ideális utódot, és feladni a megszokott munkát. Főleg akkor, ha a vállalat vezetője nem áll készen az éles váltásra, nincs arra vonatkozó terve, hogy mivel töltheti majd hasznosan a felszabaduló idejét, és hogyan tudja a későbbiekben is kielégíteni ambícióit. Erre a problémára adhat megoldást a motivációs térkép (Motivational Maps), amelynek módszertana Angliából érkezett Magyarországra. Ma már itthon is több motivációs tanácsadó dolgozik azon, hogy a leköszönő cégvezetők megtalálják, és megismerjék önmagukat, és akkor is hasznos és boldog életet élhessenek, ha a vállalatvezetés terhe már lekerült a vállukról.

„A motiváció valójában energia: ez adja az üzemanyagot ahhoz, hogy megtegyük, amit szeretnénk – mutat rá Sarkadi Judit motivációs tanácsadó, coach. – Motiváció nélkül nem valószínű, hogy elindulunk utunkon, céljaink felé, és még kevésbé valószínű, hogy megfelelően és hatékonyan használjuk ki tudásunkat és késégeinket. Röviden szólva a motiváció

annak a járműnek az üzemanyaga, amit teljesítménynek hívunk. Tehát, ha tudjuk, mi motivál minket, és hogyan jutalmazuk – vagy töltjük fel – motivátorainkat, képesek leszünk megemlíni energiaszintünket és produktivitásunkat, javítani teljesítményünket, és általában véve is sokkal elégedettebben élni.”

A motivációs térkép leírhatóvá, mérhetővé és monitorozhatóvá teszi a motivációt. Lehetővé teszi, hogy a láthatatlan érzelmi hajtóerők láthatóvá vál-



janak. A térkép által az egyének, a menedzserek és a szervezetek képessé válnak arra, hogy kezeljék ezt a kulcsfontosságú kérdést, vagyis különböző jutalmazó stratégiák bevezetésével növeljék a motivációt.

MI VAN A BAKANCSLISTÁN?

„Coach munkám során dolgoztam olyan cégtulajdonosokkal, akik előtt ott állt a generációváltás nagy kihívása – folytatja a szakértő. – Azt gondoljuk, ilyenkor a legfontosabb kérdés az,

hogy milyen stratégiát kövessenek, ki vegye át a céget. Első lépésként azonban a tulajdonosnak el kell engednie a céget! Márpedig ha benne élt a cégben, nincs magánélete, nem tudja, mivel fogja a felszabaduló idejét kitölteni, soha nem fog kilépni belőle.” A motivációs térkép feltárja a cégvezető előtt azt, hogy mit szeret csinálni, mi kelti fel az érdeklődését, s mi az, ami elviszi az energiáit. Erre már lehet bakanclistát készíteni.

De szintén lehet generációváltó stratégiát, tervet is alapozni a motivációs térkép által feltárt eredményre. „Az egyik cégnek, amellyel dolgoztam, három tulajdonosa van. A legidősebb azért járt be, mert valamivel el kellett töltenie az idejét, nem akart kiszállni, társaságra volt szüksége. Már nem tett hozzá a céghez. A második tulajdonos aktív részese volt a vállalatnak, de a szabadság iránti igényét, az alkotó, kreatív tevékenységek iránti vágyát a cégen kívül találta meg. A harmadik tulajdonos vitte a hátán az üzletet. A két aktív tulajdonos saját motivációs térképe tudatosította bennük azt, hogy mit csinálnak szívesen, és azt is, hogy mi hiányzik az életükből, mi viszi el

az energiájukat. Készítettek arra vonatkozó stratégiát, hogy hogyan fognak kiszállni és mit csinálnak majd a felszabaduló idejükben, megírták a bakanclistát. A generációváltásban kiinduló pontnak tartom megtalálni azt, ami a munka után is örömet, kikapcsolódást, feltöltődést ígér. S ha kell, nézzünk bele a motivációs térkép mutatta tükörbe.”

MAXIMÁLIS ENERGIA

A motivációs térkép egyfajta megértési módja annak, hogy az emberek energiája hova folyik, azaz mennyire motiváltak. A munkahelyeken a dolgozók motivációja nem mindig magas, gyakran nem elég. A motiváció az az indok, ami miatt dolgozni megyünk: amiért dolgozunk, és amit keresünk a munkában. Fontos kérdés, hogy egy cég tudja-e ezt kamatoztatni, azaz lehet-e egyszerre a vállalat és a dolgozó is sikeres.

A motivációs kérdőív negyvenöt, néha akár egymásnak ellentmondónak tűnő kérdésből áll, ennek alapján sorrendbe teszi a módszer által megjelölt kilenc motivátort, és így pontos képet lehet alkotni arról, hogy mi motiválja, és mi nem motiválja az embert. „Ebből már a dolgozó is tudja, mi a fontos neki, hogy amit csinál, az megfeleljen a motivációinak, és ha nem, akkor mit érdemes csinálnia – magyarázza Sarkadi Judit. – A cégnek, a menedzsernek pedig nincs más dolga, mint időről időre feltérképezni a motivációt, és gondoskodni arról, hogy az magas szinten legyen.” A motivációs térkép azt is megválaszolja, hogy a motivációk mennyire vannak kielégítve a jelenlegi munkájában.

CSAPATBAN AZ ERŐ

Motivációs térkép nemcsak egyénekre készíthető, hanem csapatok motiválására is felhasználható. „A csapatok esetében egyre fontosabb, hogy a különféle motivációjú egyének a megfelelő arányban szerepeljenek – emelte ki a szakértő –, mert egy csapatban lehetnek konfliktusok, például: az »Al-

kotó« újítani akar, néha bármi áron, a »Megőrző« semmilyen kockázatot nem akar vállalni. Tehát úgy kellene a céget növelniük, hogy közben folyamatosan küzdeni fognak egymással. Ezért fontos, hogy megértsék, hogy mind a kettejükre szüksége van a cégnek, mert miközben az egyikük folyamatosan fut előre, addig a másik vihágy, hogy a cég is működőképes maradjon. Így képesen lesznek értelmesen beszélni és egyetértésre jutni.”

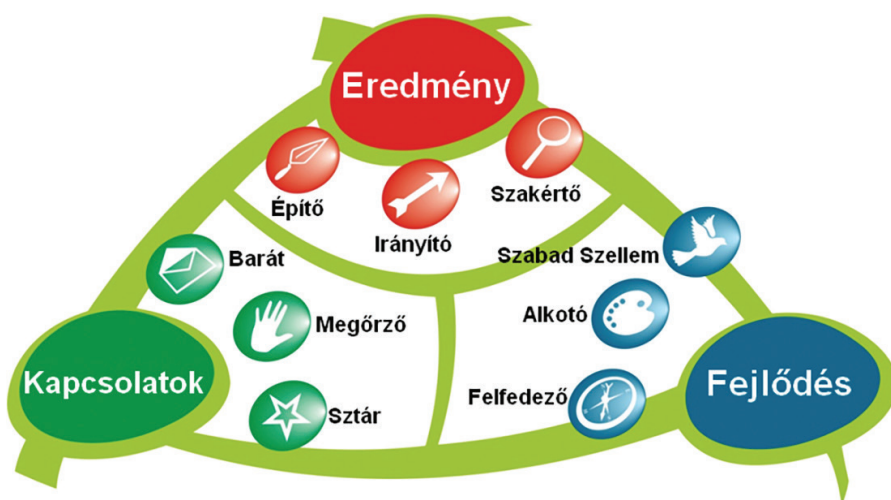
A motivációs térkép mindemellett hatásos eszköze lehet a munkaerő-megtartásnak is. „Egy cégtulajdonos megemlégett, hogy az idén már a második jó mérnöke ment el tőlük más-hova magasabb fizetésért – hoz egy példát Sarkadi Judit –, a motivációs térképük használatával azonban kide-



SARKADI JUDIT motivációs tanácsadó, coach

„A térkép által a láthatatlan érzelmi hajtóerők láthatóvá válnak, az egyének, a menedzserek és a szervezetek képessé válnak arra, hogy különböző jutalmazó stratégiák bevezetésével növeljék a motivációt.”

rült, hogy nem a munkabér, hanem az értelmes munka, a szabadság, amivel végezhetik a dolgukat, és a folyamatos tanulás, szakmaiság fejlesztése a legfontosabb a vállalatnál dolgozó mérnököknek. Ez »aha-élmény« volt a tulajdonos számára, és sokat segített.”



FOTÓ: ARCHIV