**Jakie benefity i programy zmotywują pracowników?**

**Programy lojalnościowe zwykle kojarzą się z akcjami dla klientów. Jednak po niewielkiej modyfikacji, na podobnych zasadach możemy oprzeć program motywacyjny dla pracowników. Pracownicy również mogą zbierać punkty i odbierać nagrody, choć oczywiście możliwości jest znacznie więcej.**

Jak sama nazwa wskazuje, programy lojalnościowe dla klientów mają na celu przede wszystkim skłonić ich do lojalności, a więc do wielokrotnych zakupów w danym sklepie lub punkcie usługowym. Z kolei głównym celem programu motywacyjnego jest wzmocnienie zaangażowania pracowników.

Pracownik, który czuje się doceniany i lubi swoje miejsce pracy z pewnością da z siebie więcej niż taki, który nie odczuwa jakiejkolwiek więzi emocjonalnej z firmą, w której pracuje. Na zadowolenie z pracy wpływa mnóstwo czynników i z pewnością samo wprowadzenie nowych benefitów lub dodatkowych nagród nie rozwiąże ani nie unieważni innych problemów, jakie mogą występować w danym przedsiębiorstwie. Jednak dobrze przemyślany program motywacyjny może być elementem, który sprawi, że pracownicy będą chcieli zawalczyć o punkty, nagrody lub innego rodzaju wyróżnienia.

Warto od razu podkreślić, że celem nie jest wywoływanie wrogiej rywalizacji (taka sytuacja będzie psuła, zamiast budować pozytywną atmosferę w pracy). Zdecydowanie chodzi o wzmacnianie pozytywnych tendencji – poczucia, że zaangażowana praca może być zarazem dobrą zabawą, sympatii wobec pracodawcy oraz wzmocnienia satysfakcji z pracy. Dodatkową korzyścią będzie mniejsza rotacja, ponieważ rezygnacja z pracy oznaczałaby też utratę wszystkich korzyści dodatkowych (a nie tylko wynagrodzenia), które wiązały się z pracą w danej firmie.

Dziś, gdy tak trudno o właściwych pracowników, pracodawcy muszą konkurować o uwagę kandydatów podobnie jak marki walczą o uwagę klientów. Różnego rodzaju benefity oraz programy motywacyjne stanowią sposób, aby wyróżnić się na tle wielu innych firm.

**Ulubione benefity pracowników**

Obecnie na topie jest elastyczność. Pracownicy doceniają możliwość pracy hybrydowej – czyli sytuację, w której przynajmniej częściowo mogą wykonywać swoje obowiązki zdalnie. Cenieni są także pracodawcy, którzy inwestują w rozwój pracowników, finansując im udział w wybranych szkoleniach – czy to stacjonarnych, czy to internetowych.

Skoro coraz częściej pracownicy wykonują swoje obowiązki z domów, a obostrzenia związane z pandemią wciąż w jakimś stopniu są utrzymywane, spada znaczenie takich dodatków jak „owocowe czwartki” czy karnety na siłownię. Nadal zaś ceniona jest prywatna opieka zdrowotna i wszystko, co się z nią wiąże. Ba, jedna z sieci handlowych działających w Polsce wprowadziła niedawno również bezpłatną opiekę weterynaryjną dla psów i kotów pracowników!

W niektórych firmach wśród benefitów pojawia się opcja wsparcia psychologicznego dla każdego zainteresowanego pracownika. Firmę mogą też odwiedzać fizjoterapeuci, którzy nie tylko pokażą, jak prawidłowo ustawić krzesło względem biurka i monitora, by kręgosłup na tym nie cierpiał, ale też zorganizują wspólne ćwiczenia fizyczne, a nawet wykonają masaż karku i pleców! Pracownicy w niektórych firmach mogą też korzystać z porad dietetyka. Celem podobnych inicjatyw jest dbałość o jak najlepszą kondycję fizyczną i psychiczną pracowników – wszak w zdrowym ciele, zdrowy duch, a dobrostan pracowników coraz częściej staje się elementem, który bierze się pod uwagę oceniając poziom organizacji przedsiębiorstwa.

Inne ciekawe benefity to np. dostęp do usług prawniczych na preferencyjnych warunkach, czy też dostęp do platformy zakupowej. Ta ostatnia możliwość nie oznacza, że pracownicy mogą wykonywać zakupy za darmo, a i tak mogą na takim dodatku znacznie skorzystać. Platforma zakupowa umożliwia dostęp do sklepu internetowego z szeroką gamy produktów w cenach niedostępnych dla osób z zewnątrz. W pewnym uproszczeniu można powiedzieć, że pracodawca w takiej sytuacji dofinansowuje rabaty do zakupów pracowników, co w czasach wysokiej inflacji może być benefitem nie do przecenienia.

**Programy z nagrodami za sukcesy**

Zupełnie innym typem programu będą systemy motywacyjne z nagrodami. O ile typowe benefity są zazwyczaj podobne dla wszystkich pracowników lub dla osób na konkretnych stanowiskach i nie są uzależnione od ich indywidualnych osiągnięć, o tyle programy motywacyjne częściej są powiązane z konkretnymi dokonaniami.

Taki program możemy porównać do gry, w której zdobywa się punkty. Za co? Za wszystko, co da się zmierzyć! Liczyć się może choćby punktualność czy staż pracy. Ale najważniejsze powinny być mierzalne cele uzyskiwane przez pracowników – np. w przypadku handlowca będzie to liczba pozyskanych klientów w miesiącu lub sumaryczna wartość transakcji. Tak naprawdę każde stanowisko da się powiązać z konkretnymi wskaźnikami.

Tam, gdzie jest to trudne, liczyć może się zadowolenie klientów z kontaktu z danym pracownikiem (na podstawie ankiet po rozmowie). Na niektórych stanowiskach można nagradzać za jak najmniejszą liczbę błędów – jeśli np. pracownik produkcji generuje mniej odrzutów, wtedy zasługuje na większą liczbę punktów niż taki, po którym bardzo często trzeba coś poprawiać. Nie powinno natomiast brać się pod uwagę wyłącznie czasu spędzanego w pracy – taki system bardziej premiowałby osoby, które rozciągają swoje zadania niż takie, które są naprawdę efektywne. Liczyć powinna się nie tyle ilość, co jakość pracy.

Gdy pracownicy wiedzą, jakie wskaźniki są mierzone i nagradzane, z pewnością będą zwracali większą uwagę właśnie na te aspekty swoich obowiązków. Dlatego tak ważne jest, aby prawidłowo zidentyfikować kluczowe operacje – w razie pomyłki przełożonych, pracownicy skupią się nie na tych zadaniach, które faktycznie mają wpływ na sukces firmy.

Punkty zdobyte za poszczególne aktywności mogą w sposób bezpośredni przekładać się na premię finansową. Ale nie musi to być gotówka! Dokładnie tak samo, jak w programie lojalnościowym dla klientów, punkty mogą być walutą, za którą można wybrać sobie jedną z nagród. A nagrodami mogą być dodatkowe benefity, takie jak karnet do siłowni, bilet do kina, czy voucher na zakupy w perfumerii, sklepie odzieżowym lub sportowym.

Zamiast (lub obok) voucherów pracownikom można zaproponować nagrody rzeczowe o różnej wartości, odpowiednio powiązane z punktami. Można nawet stworzyć bogaty katalog (drukowany lub dostępny w internecie) z setkami lub tysiącami nagród do wyboru. Tak działa np. serwis NagrodyB2B, który zapewnia organizatorom programów motywacyjnych i lojalnościowym dostęp do ponad dwóch tysięcy produktów z kilkudziesięciu kategorii – np. sport, biżuteria, elektronika, RTV, AGD, dom i ogród, dla dziecka. Kupując nagrody w takim serwisie, organizator nie musi martwić się o negocjacje zakupowe, magazynowanie, czy transport nagród – wszystkim zajmuje się w firma zewnętrzna. Gdy pracownik wybiera nagrodę z katalogu, przywozi mu ją kurier – zupełnie tak samo, jak w przypadku zakupów w sklepie internetowym. Różnica jest taka, że fakturę opłaca pracodawca.

Dlaczego nagrody rzeczowe mogą motywować pracowników? Ponieważ wzbudzają emocje. Premia gotówkowa często przeznaczana jest na jakieś bieżące potrzeby w rodzinie. Jeśli natomiast pracownik wymienia zdobyte punkty na nagrody, może w ten sposób spełnić swoje marzenie lub choćby zachciankę, na którą w innym przypadku trudno byłoby mu się zdecydować. Poza tym ludzie zazwyczaj lubią ścigać się, zdobywać punkty i wygrywać nagrody – nawet jeśli nie traktują tego śmiertelnie poważnie, a widzą w tym przede wszystkim okazję do świetnej zabawy i sprawdzenia swoich możliwości.

Programy motywacyjne nie muszą być alternatywą dla bardziej klasycznych benefitów. Wręcz przeciwnie – obydwa typy wyróżniania i nagradzania zatrudnionych osób mogą się wzajemnie uzupełniać. Dzięki nim zadowolenie, a przy tym także zaangażowanie pracowników będzie jeszcze pełniejsze. Na rynku pracy, na którym trwa walka o dobrych pracowników, benefity połączone z programem motywacyjnym mogą dawać pracodawcy silną kartę przetargową.

Źródło: [Nagrodyb2b](https://nagrodyb2b.pl/)