**Nagroda rzeczowa – lepsza niż gotówka**

**Nagrody przyznawane pracownikom to zazwyczaj premie finansowe. Z kolei gdy myślimy o nagrodach rzeczowych, na myśl przychodzą raczej konkursy dla konsumentów, w których można wygrać drobny upominek lub przedmiot o wysokiej wartości. Tak naprawdę jednak nagrodami rzeczowymi można obdarowywać również pracowników lub kontrahentów. Dlaczego warto?**

Większość ludzi lubi dostawać pieniądze – jednak, powiedzmy sobie szczerze, nie jest to prezent zbyt kreatywny. Banknoty stanowiące nagrodę, po włożeniu do portfela stają się częścią większej całości i niewiele osób potraktuje je w sposób wyjątkowy, przeznaczając na zakup własnej zachcianki lub spełnienie materialnego marzenia. Tym bardziej, gdy pieniądze wpłyną na konto.

Nagroda rzeczowa to zupełnie co innego. To prawdziwa niespodzianka, która ma kształt, kolor, można ją dotknąć – i przez to, prawie zawsze okaże się bardziej unikalna (a przy tym także bardziej osobista) niż pieniądze.

Bez względu na to czy mówimy o zupełnym drobiazgu, takim jak np. etui na telefon, czy o znacznie bardziej kosztownej nagrodzie, jak np. ekspres do kawy, prezent rzeczowy z całą pewnością wzbudzi więcej emocji, zostanie lepiej zapamiętany i na zawsze już będzie kojarzył się z obdarowującym. To natomiast może przynieść bardzo dobre efekty promocyjne, lojalnościowe, czy też wizerunkowe.

**Prezent dla pracownika**

Jeśli pracownikowi wręczymy prezent, który wiąże się z jego pasją, czy zainteresowaniami, na pewno to zauważy. Jeśli ktoś, kto amatorsko interesuje się miksowaniem muzyki, dostanie od pracodawcy konsolę dla didżeja, zapewne wzmocni to jego sympatię wobec firmy, w której pracuje. Podobnie zestaw narzędzi ucieszy majsterkowicza, a zestaw wędkarski – zapalonego wędkarza. W efekcie, radość z takiego prezentu może pozytywnie wpłynąć na zaangażowanie w pracy.

Oczywiście warunkiem tego, by pracodawca mógł budować swój pozytywny wizerunek za pomocą nagród rzeczowych jest faktyczne zainteresowanie pracownikami (a więc potrzebna jest wiedza na temat ich zainteresowań). Gdy takowej nie mamy, rozwiązaniem może być przygotowanie dla zatrudnionych katalogu nagród, z którego wyróżnieni będą mogli sami wybrać niespodziankę dla siebie.

**Nagroda za wysoką sprzedaż**

Nagrody można wręczać przy różnych okazjach, ale przedmioty mogą stanowić także element akcji o charakterze motywacyjnym. Ciekawym pomysłem może być organizacja konkursu skierowanego do handlowców w firmie lub do sprzedawców w sklepach, które zajmują się dystrybucją naszych produktów.

Sprzedawcy zainteresowani udziałem w konkursie mogą zarejestrować się na specjalnej stronie internetowej, a następnie wpisywać bieżące wyniki sprzedaży. System będzie przeliczał je na punkty. Osoby, które zajmą wysokie miejsca w rankingu, otrzymają atrakcyjne nagrody lub będą mogły wybrać je sobie z przygotowanego specjalnie dla nich, wirtualnego katalogu.

Możliwa jest także opcja wymiany nagród na punkty, analogicznie jak w katalogach produktów dla konsumentów korzystających z kart lojalnościowych np. na stacjach paliw. Oczywiście najcenniejszą nagrodę powinien otrzymać ten, kto zdobędzie najwięcej punktów w danej edycji konkursu.

- Tego typu konkurs nie powinien stanowić jedynie „sztuki dla sztuki”. Celem w takim przypadku jest faktyczne wzmocnienie zaangażowania handlowców w sprzedaż produktów, a więc konkurs powinien być narzędziem służącym do zwiększenia obrotów. Jeśli akcja zostanie dobrze przeprowadzona, koszt jej organizacji będzie stanowił jedynie niewielki ułamek zysku wypracowanego dzięki niej – mówi Grzegorz Kobryń z serwisu NagrodyB2B.pl.

**Przewaga nagród rzeczowych nad gotówkowymi**

Nagrody rzeczowe to stosunkowo tani sposób promocji i motywacji. Nikt co prawda nie zabroni przedsiębiorcy, aby zorganizował dla pracowników, dystrybutorów lub handlowców konkurs z nagrodami o dużej wartości. Generalnie jednak, gdy nie mamy wielkiego budżetu, łatwiej sprawić komuś przyjemność niedrogim, ale pomysłowym gadżetem, niż gotówkowym odpowiednikiem o takiej samej wartości.

Taką drobną, aczkolwiek sympatyczną niespodzianką może być np. głośnik Bluetooth łączący się zdalnie z telefonem – dostępne są rozmaite wzory i kolory, włącznie z głośnikiem w kształcie różowego kotka. Osoby uprawiające sport ucieszy etui na telefon – niektóre wersje są przeznaczone dla rowerzystów, inne dla biegaczy. Wśród setek możliwości można znaleźć prezent naprawdę dla każdego i w bardzo różnych zakresach cenowych. Ale i tak, nagroda rzeczowa ostatecznie często wydaje się droższa, niż jest faktycznie.

- W przypadku nagród rzeczowych mamy do czynienia ze zjawiskiem różnicy pomiędzy faktyczną wartością nagrody, a wartością postrzeganą – mówi Grzegorz Kobryń. - W przypadku gotówki, 100 zł zawsze będzie warte 100 zł. W odniesieniu do produktu fizycznego, cena jego nabycia w katalogu nagród dla firm może być znacznie niższa od ceny w zwykłym sklepie, a do takiej będzie się odnosił sam nagrodzony – podkreśla.

Atutem nagród rzeczowych jest także ich „namacalność”. Pochwała kierownika zapewne ucieszy, a może nawet zmotywuje, ale nie da się jej przynieść do domu i pokazać żonie czy mężowi. Banknot także niekoniecznie nadaje się do takiego eksponowania. Ale już elegancki zegarek otrzymany z rąk prezesa lub telewizor będący nagrodą za rekordową sprzedaż, to coś, czym można się pochwalić.

Do tego dochodzą walory praktyczne. Latarka, walizka, słuchawki, czy powerbank – każdy z tych przedmiotów może się sprawdzić w bardzo konkretnych sytuacjach. Może nam towarzyszyć na co dzień lub podczas podróży, nieustannie przypominając o obdarowującym.

Poza tym przedmioty, jeśli są to przydatne produkty dobrej jakości, przeważnie pozostają z nami na długo. Gotówka szybko zmieni właściciela, podczas gdy trafiony prezent może służyć danej osobie przez wiele lat. I tu znów – sentyment do przedmiotu może pozytywnie przekładać się także na emocje związane z dawcą prezentu.

**Jak to zorganizować?**

Dla firmy, która chciałaby zorganizować konkurs lub inną akcję z nagrodami dla pracowników, problemem mogą pozostawać kwestie organizacyjne. Skąd wziąć nagrody? Gdzie je przechowywać? Kto miałby się zająć wysyłką? Kto przygotuje wirtualny katalog i dostęp do takiego systemu? Chcąc podjąć się takiego tematu samodzielnie, firma musiałaby wyznaczyć do tego celu pracowników i przeznaczyć na organizację akcji mnóstwo czasu.

Rozwiązaniem są gotowe systemy, które umożliwiają wybór prezentów na zasadzie podobnej do sklepu internetowego. W takiej sytuacji klient otrzymuje jedną fakturę, bez względu na to, od jak wielu dostawców będą pochodziły nagrody. Nie musi także zajmować się ich przechowywaniem, ani wysyłką prezentów do zwycięzców. Każdy z zakupionych produktów (nawet jedna sztuka), może być wysłany pod inny adres. Takie rozwiązanie zdejmuje z firmy organizującej akcję mnóstwo czasochłonnych obowiązków.

- Naszym celem jest optymalizacja całego procesu związanego z obsługą nagród i przeniesienie go do jednego miejsca zarządzania. W efekcie uzyskujemy optymalizację kosztową od zakupu nagród, poprzez ich logistykę – mówi przedstawiciel serwisu NagrodyB2B.pl.

Gdy korzystamy z usługi zewnętrznego dostawcy, możliwe jest nawet stworzenie wirtualnego katalogu z nagrodami wyselekcjonowanymi pod kątem kategorii, wartości lub innych cech – stosownie do potrzeb konkretnej firmy.

Ilość dostępnych możliwości jest ogromna. Na początek ważne jednak, aby mieć świadomość, że nagrody rzeczowe niejednokrotnie mogą zdziałać więcej niż tradycyjna premia lub nagroda finansowa. Ważne, aby wiedzieli to nie tylko organizatorzy akcji konsumenckich, ale także osoby zainteresowane choćby wzmacnianiem motywacji pracowników. Szukając niebanalnych rozwiązań, na pewno warto zainteresować się właśnie nagrodami rzeczowymi.

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