



<photo>adactio<url>http://www.flickr.com/photos/adactio/1259245482/

*Из чего только
сделана
лояльность
человека
к организации.*

КАК ОЦЕНИТЬ УРОВЕНЬ ЛОЯЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ

<текст> ventra_ru <url>http://ventra-ru.livejournal.com/81115.html <теги>лояльность, персонал, HR

Во все времена вопросом повышения лояльности сотрудников были озабочены как руководители и собственники бизнесов, так и HR-ы. Это и понятно, ведь лояльный сотрудник, по определению, надежен, эффективен, дисциплинирован и ценен для бизнеса на всех стадиях его развития.

В сегодняшней непростой экономической ситуации очень важно уметь ценить и опираться именно на лояльных сотрудников, так как только они будут готовы пройти вместе с компанией через все трудности и испытания.

Многие работодатели, осознав, что особенности личности сотрудника в долгосрочной перспективе важнее, чем его профессиональные качества, выстраивают таким образом и политику подбора персонала. Такие компании могут простить кандидату недостаток знаний и опыта – ведь чем лояльнее сотрудник, тем выгоднее компании делать из него профессионала.

ВОТ НЕКОТОРЫЕ ИЗ ОСНОВНЫХ ЧЕРТ ЛОЯЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ СОТРУДНИКА:

- заботится об интересах компании и не ограничивает зону своих забот лишь тем, что указано в его должностной инструкции;
- избегает любого поведения, способного нанести урон компании, и пресекает подобное поведение других сотрудников;
- активно ищет возможность принести дополнительную пользу компании – не только в рамках своих должностных обязанностей, а в том числе, и через предложения и критику.

Компании, ставящие перед собой цели лидерства на своем рынке или желающие совершить рывок в развитии бизнеса, не могут обойти стороной вопрос лояльности персонала.

Лояльные сотрудники могут обеспечить компании лидерские позиции. Во всяком случае, вместе с грамотным менеджментом, правильной маркетинговой стратегией и достойным товаром или услугой лояльные сотрудники – основа процветания любого бизнеса.

Поэтому, предлагая сотрудникам определенный уровень оплаты, бонусную систему или набор так называемых бенефитов, важно понимать реакцию сотрудников:

- Они удовлетворены или разочарованы?
- Они находятся в замешательстве, зная, что в другой компании могли бы получать вдвое больше?

Эти важные вопросы и ответы на них могут скорректировать любые мероприятия, направленные на развитие лояльности персонала.

ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ.

В качестве примера можно привести несколько мероприятий, которые могут быть успешными инструментами повышения лояльности персонала компании. Это далеко не «идеальный рецепт», подходящей любому бизнесу, а всего лишь наиболее известные инструменты повышения лояльности:

- удачно найденная, сформулированная и доведенная до каждого сотрудника корпоративная миссия компании;
- внутрикорпоративные СМИ (газета, внутренний портал или блог);
- корпоративные праздники в компании (проводятся с основной целью – командообразование);
- регулярные собрания в отделах, смежных подразделениях компании;
- мероприятия, в том числе и маркетинговые, доводятся до сведения работников, так как это позволяет сотрудникам почувствовать гордость за свою компанию.

Главный секрет успеха введения требований к лояльности персонала в кадровую политику компании состоит в том, что сотрудники должны получить:

а) убедительный и привлекательный для них ответ на вопрос: «Ради чего мне становиться лояльным моей компании, если раньше я хорошо обходился без этого?»

б) расставляющий правильные акценты ответ на вопрос: «Какую цену мне придется заплатить за лояльное поведение, от чего мне придется отказаться, чем пожертвовать?» 