

Эту книгу хорошо дополняют:

Выйди из зоны комфорта

Брайан Трейси

Делегирование и управление

Брайан Трейси

Переговоры

Брайан Трейси

Обнимите своих сотрудников

Джек Митчелл

Brian Tracy

Motivation

AMACOM AMERICAN MANAGEMENT ASSOCIATION
New York • Atlanta • Brussels • Chicago • Mexico City
San Francisco • Shanghai • Tokyo • Toronto • Washington, D.C.

Брайан Трейси

Мотивация

Перевод с английского Елены Ивченко

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»
Москва, 2014

УДК 658.336
ББК 65.291.6-21
Т66

Издано с разрешения автора
На русском языке публикуется впервые

Трейси, Б.

Т66 Мотивация / Брайан Трейси ; пер. с англ. Елены Ивченко. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 144 с.

ISBN 978-5-00057-100-2

Согласно идеям Трейси, смысл мотивации в том, чтобы создать благоприятную для самомотивации среду, в которой каждый человек захочет и сможет работать на 100%.

Справиться с этой задачей поможет 21 принцип мотивации сотрудников, каждый из которых можно применять сразу же после прочтения.

Брайан Трейси — успешный бизнесмен, владелец коучинговой компании, мировой эксперт в вопросах эффективности и мотивации.

Кроме того, Брайан Трейси написал более сорока книг, включая бестселлер «Выйди из зоны комфорта. Измени свою жизнь». В мире куплено больше миллиона его экземпляров.

УДК 658.336
ББК 65.291.6-21

Все права защищены.

Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

© Brian Tracy, 2013. All rights reserved
© Издание на русском языке, оформление.
ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014

ISBN 978-5-00057-100-2

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	9
Глава 1. Фактор «Икс».....	15
Глава 2. Выбирайте подходящих людей.....	22
Глава 3. Полная загрузка на старте.....	28
Глава 4. Дайте четкие указания.....	33
Глава 5. Применяйте коллективное управление.....	37
Глава 6. Четыре фактора мотивации.....	43
Глава 7. Три П.....	49
Глава 8. Управление, основанное на ценностях.....	55
Глава 9. Практикуйте управление по целям.....	61
Глава 10. Используйте управление по отклонениям.....	66
Глава 11. Применяйте принцип Парето.....	70
Глава 12. Будьте учителем.....	76
Глава 13. Обучайте и тренируйте непрерывно.....	80
Глава 14. Настаивайте на принципе бездефектности.....	86
Глава 15. Организуйте кружки контроля качества и группы обеспечения качества.....	92
Глава 16. Регулярно проводите мозговые штурмы.....	97
Глава 17. Станьте наставником.....	103
Глава 18. Подавайте личный пример.....	108
Глава 19. Слушайте свой персонал.....	113
Глава 20. Помните о факторе дружбы.....	119
Глава 21. Сотворите мотивационное чудо.....	124
Об авторе.....	127

ВВЕДЕНИЕ

Самый драгоценный ресурс любой компании — ее сотрудники — используется хуже всего. Навыки и умения обычного человека обеспечивают огромный потенциал для роста, продуктивности, эффективности, достижения целей и получения прибыли. Благодаря этой книге вы освоите одну из важнейших управленческих функций — способность мотивировать подчиненных на максимально эффективную работу. За последние 50 лет в этой области было разработано множество полезных методик; вы узнаете, как использовать лучшие из них, чтобы дать сотрудникам возможность внести максимальный вклад в компанию.

Мы точно знаем, что не можем мотивировать других людей, но можем устранить препятствия, мешающие им мотивировать самих себя. Любая мотивация — это самомотивация. Будучи руководителем, вы можете создать среду, в которой потенциал для самомотивации появится естественно и без принуждения.

По данным Robert Half and Associates*, среднестатистический человек вырабатывает только половину своих возможностей. Остальные 50 процентов в течение рабочего

* Robert Half and Associates — рекрутинговая компания, основанная в 1948 году. *Прим. пер.*

дня уходят преимущественно впустую — из-за праздных разговоров с коллегами, зависания в интернете, опозданий или ранних уходов, бесконечных кофе-брейков и обедов, а также решения личных дел.

Вот одна из причин бесполезной траты времени, приводящей во многих компаниях к серьезной утечке финансов: люди недостаточно мотивированы, а поэтому недостаточно сконцентрированы на своей работе. Им не хватает настойчивости и нацеленности на выполнение работы. Это непростая проблема, однако хороший руководитель сможет с ней справиться.

Откройте доступ к неиспользованным 50 процентам

Ваша задача — открыть доступ к неиспользованным 50 процентам, за которые платит компания, и направить это время и энергию на достижение эффективности и качества.

Цель бизнеса — достичь максимально высокой рентабельности собственного капитала (ROE*) от общего капитала, вложенного в компанию. А цель управления — получить максимально высокую энергоотдачу (ROE**) от сотрудников. Финансовый капитал исчисляется в денежных единицах. Человеческий капитал представляет собой сумму психической, эмоциональной и физической энергий человека. Ваша работа как руководителя в том, чтобы максимизировать человеческий капитал

* Англ. ROE (return on equity) — рентабельность собственного капитала.
Прим. пер.

** Англ. ROE (return on energy) — энергоотдача. *Прим. пер.*

и направить его на достижение наиболее ценных и важных для компании результатов.

Устраните демотиваторы

Как в жизни, так и в работе действуют два основных демотиватора. Оба они рождаются еще в нашем детстве и остаются с нами навсегда. Их часто называют негативным опытом или условными реакциями на раздражители.

Первый из этих демотиваторов — страх неудачи. Это колоссальное, единственное в своем роде препятствие для достижения успеха во взрослой жизни. Из-за уничижительной критики, услышанной в детстве, взрослые люди продолжают бояться совершить ошибку или не справиться с работой. Страх парализует их и не позволяет рисковать, добровольно брать на себя новые обязанности или любым другим способом расширять круг ответственности. Страх неудачи постоянно создает причины или оправдания для бездействия.

Второй основной демотиватор — страх быть отвергнутым. Это препятствие зарождается в раннем детстве, когда родители лишь «условно любят» своих детей, то есть дают им любовь и поддержку, только если поведение или успехи ребенка соответствуют неким абстрактным высоким стандартам. Поэтому ребенок вырастает гиперчувствительным к мнению, комментариям или оценке других, особенно руководителя на работе.

Страх быть отвергнутым — та же боязнь критики, осуждения или порицания, боязнь совершить ошибку и быть за нее наказанным. Отличные руководители — те, кто безусловно принимает каждого сотрудника: это дает подчиненным возможность, общаясь с боссом или выполняя свою работу, чувствовать себя свободно и безопасно.

Устраните страх

Существует много других причин демотивации и низкой эффективности персонала, но две основные — вышеприведенные. Они больше других мешают людям развиваться, а значит, работать на высшем уровне. Успешные компании и руководители сознательно устраняют эти барьеры. Они дают сотрудникам право на ошибку или неудачу. Они демонстрируют, что никто не будет отвергнут, никого не будут ругать, критиковать, никому не станут угрожать из-за допущенной ошибки. Лучшие руководители создают среду, в которой люди чувствуют себя свободно, проявляя себя с наилучшей стороны.

Эдвард Деминг*, сформулировавший принцип всеобъемлющего управления качеством, утверждал: «устранение страха» — один из четырнадцати ключей к созданию высокоэффективной компании. Избавившись от страха, мы, как правило, работаем эффективнее и показываем более высокие результаты, чем когда-либо прежде.

В этой книге вы ознакомитесь с рядом проверенных на практике методов и приемов, которые можно использовать, чтобы увеличить желание сотрудников попробовать себя в большем количестве задач. Дайте им возможность чувствовать себя великолепно, когда они работают на вас, уменьшая их страх неудачи и страх быть отвергнутым. Только когда люди довольны собой, они мотивированы добиваться успеха.

* Уильям Эдвардс Деминг (известен также как Эдвард Деминг) — американский ученый, статистик и консультант по менеджменту. Наибольшую известность приобрел благодаря доработанному им циклу Шухарта, который теперь весь мир называет циклом Шухарта — Деминга [PDSA или PDCA], а также созданной им теории менеджмента, основанной на предложенной им же теории глубинных знаний.
Прим. пер.

Иногда внедрение хотя бы одной из описанных идей способно буквально за ночь превратить среднестатистическую рабочую среду в рабочую среду экстра-класса.

Ключевой фактор

Ключевой фактор мотивации и максимальной производительности всего один — связь между руководителем и подчиненными. В момент, когда устанавливается контакт между двумя людьми, хорош он или плох, определяется прошлая, настоящая и будущая эффективность отдельного сотрудника и целого предприятия.

Если общение начальника и подчиненного позитивно и доброжелательно, то производительность и продуктивность сотрудника достигают максимума. Но если, неважно по какой причине, контакт между руководителем и тем, кем он руководит, был отрицательным, то производительность и продуктивность снизятся. Негативные отношения вызовут страх неудачи, страх отвержения и неодобрения.

Все идеи, представленные в этой книге, касаются улучшения качества отношений или взаимодействия между руководителем и персоналом. Все, что вы делаете, чтобы оптимизировать отдельный контакт, улучшает общее качество вашей трудовой жизни независимо от того, какую ступень на лестнице управления вы занимаете.

И прежде чем мы начнем, еще одно замечание. Эйнштейн сказал: «Ничего не произойдет, пока что-то не сдвинется с места»*. Точно так же ничего не произойдет, пока не сдвинется с места кто-то. Ни одна из идей не сработает, пока вы не начнете их использовать — желательно как можно скорее.

* У этого высказывания есть русский аналог — поговорка «Под лежачий камень вода не течет». *Прим. пер.*

Эффективные руководители в высшей степени ориентированы на действие. Получив хорошую идею, они не откладывая начинают внедрять и применять ее. И если, читая эту книгу, вы узнаете нечто, по вашему мнению, способное помочь вам мотивировать персонал работать эффективнее, не откладывайте. Примените новое знание в тот же день. Результаты вас поразят.

ГЛАВА 1

Фактор «Икс»

В конце 1940-х — начале 1950-х годов консультанты по вопросам управления провели в Европе несколько исследований, сравнивая производительность автомобильных заводов Великобритании и Западной Германии (ФРГ). Они обнаружили: показатели наиболее эффективных заводов Германии превысили показатели производительности британских заводов в четыре раза. Сначала британские исследователи утверждали, будто такое несоответствие вызвано тем, что заводы Германии новые, только что отстроенные после Второй мировой войны, а большинство заводов Великобритании старые, на них все еще использовалось оборудование производства 1930-х годов.

Чтобы проверить эту теорию, исследователи сравнили новые британские заводы с новыми немецкими. И те и другие производили автомобили одинакового размера, имели профсоюзы рабочих и использовали одинаковые материалы и технологии. Исследователи обнаружили: в обеих странах разница в производительности между заводами с наилучшим и наихудшим управлением по-прежнему составляла четыре к одному.

Эта разница, которую невозможно объяснить материальными или техническими причинами, получила название

«Фактор “Икс”»*. Открытие фактора «Икс» — сегодня его называют психологическим — привело к революции в управлении, происходившей в течение последних шестидесяти лет во всех странах свободного мира.

Вплоть до Великой депрессии 1930-х годов в США почти все достижения в области управления оказались результатом достижений в области технологий, науки и производственных процессов. После Второй мировой войны большинство великих достижений имели управленческий или психологический характер. Фактор «Икс» лучше всего-либо иного объясняет, почему некоторые компании преуспевают, а другие терпят неудачу; почему 20 процентов компаний, занимающих ведущие позиции в каждой индустрии, зарабатывают 80 процентов прибыли и почему самые талантливые люди стараются присоединиться к лучшим компаниям.

Найдя подход к психологическим факторам, определяющим продуктивность и производительность, вы можете значительно улучшить свою управленческую эффективность и способность достигать результатов.

Центр управления

Психологический фактор действительно сводится к очень простому понятию — самооценке. Открытие самооценки, возможно, стало самым важным прорывом в развитии внутреннего потенциала человека в XX и XXI веках.

Самооценка — это структура убеждений или система ценностей личности. Она формируется и развивается с раннего детства и представляет собой совокупность всех

* В оригинале — The X Factor. *Прим. пер.*

эмоций, переживаний, решений, уроков и событий в жизни человека на текущий момент. Самооценка определяет, как человек думает о самом себе, что чувствует по отношению к себе и как видит себя по отношению к остальному миру.

Самооценка — как центр управления личности и эффективности. Именно она руководит работой, поведением или производительностью. Все улучшения во внешних проявлениях и поведении начинаются с повышения самооценки, иными словами, все изменения во *внешнем* мире начинаются с изменений во *внутреннем*.

Самооценка и производительность

Самооценка состоит из трех компонентов: идеального представления о себе, собственного воображаемого образа и чувства собственного достоинства. Давайте рассмотрим их по порядку.

Идеальное представление человека о себе — это обобщающая картина того, каким человек стремится быть в жизни. Она состоит из целей, мечтаний, надежд и идеалов, которые он несет в себе и которые сможет воплотить в будущем.

В сфере труда на идеальное представление человека о себе влияют корпоративные ценности, ролевые модели, представленные руководителями компании, а также корпоративная культура окружающих сотрудников.

Вторая составляющая самооценки — *собственный воображаемый образ*, то, каким, по мнению человека, его видят окружающие. Люди, считающие себя симпатичными, уверенными в себе и компетентными, в работе обычно

проявляют себя лучше тех, кто имеет о себе не очень хорошее мнение, особенно в отношении профессиональной деятельности.

Ваш воображаемый образ сильно зависит от того, как к вам ежедневно относятся другие. Когда к людям обращаются уважительно, подчеркивая их ценность и важность, они видят себя и думают о себе в более позитивном ключе. В результате они работают лучше и эффективнее.

Ядро самооценки — *чувство собственного достоинства*. Его можно определить так: «насколько вы себе нравитесь». Чем больше люди любят и уважают себя внутри, тем лучше работают вовне, ставя перед собой более серьезные цели и руководствуясь в работе более высокими стандартами качества. Если люди любят себя, они также больше любят других и становятся отличными командными игроками.

Чувство собственного достоинства — «активная зона реактора» личности, во многом определяющая уровень энергии, энтузиазма, жизненной силы и уверенности в себе.

Ключ к созданию компании с максимальной производительностью — формирование условий для максимального проявления чувства собственного достоинства сотрудников. Эти условия возникают благодаря устранению страхов неудачи и отвержения, препятствующих личной эффективности. Руководитель, создав рабочую среду, наполненную позитивной энергией и условиями для максимального проявления чувства собственного достоинства, получит снижение числа прогулов, текучести кадров, более высокую продуктивность и меньшее число ошибок.

Роль руководителя

Существует семь способов, с помощью которых руководитель может создавать и поддерживать положительную самооценку каждого сотрудника. Эти способы соответствуют семи мотиваторам:

1. *Вызов.* Давайте людям задания, требующие от них больших усилий. Чем сложнее поставленная рабочая задача, тем более вовлеченными они окажутся и тем лучше будут думать о себе.
2. *Свобода.* Дайте людям возможность работать без постоянного надзора. Чем больше свободы они получают для самостоятельного выполнения работы, как считают нужным, тем лучше будут думать о себе.
3. *Контроль.* Установите регулярное время для рассмотрения, комментирования и обсуждения работы. Чем более регулярные отзывы о своей работе будут получать сотрудники, тем лучше они будут думать о себе и тем более ценной будут считать свою работу.
4. *Уважение.* Если вы спрашиваете у людей их мнение и внимательно выслушиваете их, когда они хотят высказаться, то они начнут считать себя ценными и важными. Внимательно слушая и тщательно обдумывая мнения других — даже если вы как руководитель не воспользуетесь ими, — вы демонстрируете, что уважаете уникальность каждого человека.
5. *Доброе отношение.* Чем чаще подчиненные видят, что вы симпатизируете им и заботитесь о них как о личностях, а не только как о персонале, тем лучше они станут работать. Заботясь о персонале так, будто

это ваши друзья, естественное продолжение вашей семьи, но уже на корпоративном уровне, вы дадите людям возможность почувствовать себя увереннее, безопаснее, ощутить свою важность.

6. *Удачный опыт.* Ключ к формированию чувства собственного достоинства и самооценки — поручать сотрудникам такие задачи, которые они смогут успешно выполнить, исходя из своего опыта и умений. Когда задание будет выполнено, выразите одобрение и признайте достижение, сообщив об этом лично сотруднику и всему коллективу. Так человек будет чувствовать себя победителем.
7. *Позитивные ожидания.* Это, пожалуй, наиболее мощный мотиватор. Ничто так не повышает чувство собственного достоинства и не улучшает производительность, как осознание того факта, что босс считает подчиненного компетентным, способным достойно выполнять свою работу.

Успешные компании — это компании, создающие среду, в которой люди чувствуют себя необыкновенными. Понимание роли самооценки в поведении человека — отправная точка эффективности в руководстве и мотивации.

Практическое применение

1. Привыкайте заботиться о каждом члене вашего коллектива как о ценном, умном и компетентном сотруднике. Взаимодействуя с ним, ищите любую возможность укрепить его чувство собственного достоинства и уверенность в себе.

2. Постоянно говорите сотрудникам, насколько они хороши и насколько впечатляет вас качество их работы. Если вы искренне ожидаете, что люди выполнят свою работу на самом высоком уровне, они редко будут разочаровывать вас.

ГЛАВА 2

Выбирайте подходящих людей

Выбор подходящих людей — отправная точка для достижения выдающихся результатов в области управления. Наверное, 95 процентов вашего успеха как руководителя в первую очередь дает ваша способность выбирать подходящих людей. Если вы нанимаете неподходящих, тогда не важно, что вы делаете и какие техники используете, какие усилия прилагаете. Это все равно ничего не изменит. Почти все ваши проблемы как руководителя — либо из-за неправильного выбора, либо из-за «наследства», оставленного вам предшественником. В книге «От хорошего к великому»* Джим Коллинз высказывает предположение: по сути, первая обязанность руководителя — «взять подходящих людей на борт, расставить подходящих людей на подходящие места на борту, а затем расстаться с неподходящими».

Когда Ли Якокка** пригласили в Chrysler Corporation для спасения компании, она была на грани банкротства. Обеспечив кредитные гарантии в 350 миллионов долларов, чтобы поддержать работоспособность Chrysler, пока компания

* Джим Коллинз. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 320 с. *Прим. пер.*

** Ли Якокка — американский менеджер, автор нескольких автобиографических бестселлеров. Был президентом компании Ford и председателем правления корпорации Chrysler. *Прим. пер.*

не перестроится полностью, Якокка методично прошелся по высшему руководству Chrysler, за три года заменив тридцать пять из тридцати шести вице-президентов. К моменту окончания он сменил состав высшего руководства Chrysler Corporation, пригласив на эти должности квалифицированных и опытных топ-менеджеров, работавших в автомобильной промышленности, со всей Америки и со всего мира.

С подходящими людьми, занявшими нужные места, компания Chrysler совершила удивительный разворот, превратив убытки в прибыли. Менее чем за три года Якокка полностью выплатил кредитную гарантию в 350 миллионов долларов и вновь сделал Chrysler прибыльной.

Исходите из сути работы

Изначально нанять подходящих людей — значит получить ключ к управленческому успеху. Сначала тщательно, и лучше на бумаге, обдумайте вопрос. Выпишите список всех характеристик и качеств, которые хотели бы видеть в идеальном кандидате на определенную должность. Сначала сосредоточьтесь на конкретных, измеримых краткосрочных и долгосрочных результатах: их, по вашему мнению, должен достигнуть работник. Второй фактор — это набор основных навыков, которыми должен обладать человек, чтобы соответствовать должности. Во время собеседования будьте очень внимательным и удостоверьтесь, что на прошлом месте работы кандидат проявлял нужные вам навыки. Питер Друкер недаром сказал*: «Только прошлые достижения — точное предсказание достижений в будущем».

* Питер Фердинанд Друкер (1909–2005) — американский ученый австрийского происхождения, экономист, публицист, педагог, один из самых влиятельных теоретиков менеджмента XX века. *Прим. пер.*

Наконец, нанимая людей, уделяйте столько же внимания их коммуникативности, личности и характеру, как и рабочим навыкам. Убедитесь, что новый человек сможет приспособиться к культуре компании и спокойно работать с вами и другими сотрудниками. Если вы выбираете людей, обладающих подходящим характером и мировоззрением, то сможете научить их и руководить ими.

Правило Трех

С помощью Правила Трех вы усилите свою способность нанимать хороших работников. Исходя из опыта сотрудничества с тысячами руководителей и владельцев бизнеса могу сказать: показатель вашего успеха может достигать 90 процентов. Чтобы правило работало, нужно сделать шесть шагов.

Первое: проводите собеседование на должность минимум с тремя кандидатами. Это даст вам возможность снизить темп и сравнить качества и характеристики разных людей. Второе: трижды проведите собеседование с понравившимся кандидатом. Помните, что на первом собеседовании кандидат будет выглядеть наилучшим образом. Затем происходит постепенное снижение образа, поскольку со временем маски слетают и проявляется настоящий человек.

Третье: проведите собеседования с понравившимся кандидатом в трех различных местах. Многим людям присуще то, что я называю «комплекс хамелеона». В вашем офисе на первом собеседовании они проявят себя так, а в другом пространстве поведут себя и станут реагировать иначе.

Четвертое: устройте собеседование для понравившегося кандидата как минимум с тремя членами вашей команды. Очень часто случалось так, что кандидат, казавшийся

идеальным мне, совершенно не принимался моей командой, и, как выходило, не просто так.

Внимательно проверяйте предыдущие места работы

Пятое: проверьте не менее трех предыдущих мест работы, указанных кандидатом. Опасаясь судебных исков, большинство работодателей скажут вам только даты трудоустройства кандидата. Но есть вопросы, которые вы можете задать, чтобы по крупицам собрать полезную информацию. Во время телефонного разговора скажите что-то вроде: «Мы проводим собеседование с этим человеком на такую-то должность, он должен будет выполнять такие-то действия и иметь такие-то обязанности». А затем задайте конкретные вопросы, например:

1. Не могли бы вы назвать сильные или слабые стороны, которые может проявить кандидат при выполнении подобных заданий?
2. Может быть, вы расскажете то, что укрепило бы во мне решение нанять его?
3. Вы бы наняли этого человека снова, если бы он захотел устроиться к вам на работу?

Если ваш собеседник неохотно дает характеристики кандидату или не соглашается отвечать на вопросы 1 или 2, всегда задавайте вопрос 3 — он ключевой. Если ответ не однозначное «да», тщательно все обдумайте, прежде чем взять претендента на работу.

Шестой и последний совет: не будьте поверхностны, проверяя предыдущие места работы. Вы можете попросить человека, чьи контактные данные дал вам кандидат,

назвать других людей, с которыми он работал, чтобы вы смогли поговорить с ними тоже. Поговорив еще с тремя людьми, чьи имена не указаны в резюме кандидата, вы можете быть удивлены тем, что узнаете.

Многие руководители говорили мне, что применение Правила Трех значительно повысило уровень нанимаемых сотрудников и эффективность всей команды.

Формула SWAN*

Формулу SWAN порекомендовал несколько лет назад Джон Свон, один из специалистов по подбору сотрудников для высшего руководства компаний. Это удачная аббревиатура, ее можно использовать, чтобы улучшить процесс отбора. Она состоит из четырех букв: S, W, A, N.

S значит умный (*smart*). Нанимайте умных людей. Как определить умственные способности человека? Очень просто. Вопросы! Умные люди, как правило, более любопытны, чем посредственности.

W означает «упорный труд» (*work hard*). Ищите людей, желающих упорно трудиться и уже имеющих опыт, показывающий, что они работали долго и упорно — включая вечера и выходные дни, — в предыдущих компаниях.

A отвечает за амбиции (*ambition*). Подходящий кандидат — тот, кто хочет двигаться вперед. Амбициозные люди готовы и хотят пройти дополнительное обучение, они читают, изучают, ищут возможности, чтобы расти — как в личном, так и в профессиональном плане.

* SWAN (дословный перевод — «лебедь») — автор использует аббревиатуру, состоящую из первых букв английского названия характеристик, которыми должен обладать идеальный кандидат при приеме на работу (*smart, work hard, ambition, nice*). Аббревиатура произошла от фамилии человека, определившего эти характеристики, — Джона Свона. *Прим. пер.*

И, наконец, *N* означает, что человек «приятный» (nice). Способность кандидата расположить к себе — это важнейший фактор, и это качество особенно важно для людей, которые должны взаимодействовать с обществом или клиентами. Однажды Леона Хелмсли* в рекламе своей сети отелей сказала: «Мы не нанимаем людей, чтобы научить их быть приятными, мы сразу нанимаем приятных».

В конечном счете ваша способность выбирать подходящих людей для своей команды становится ключом к мотивации. Не стоит нанимать неподходящих людей, а затем ожидать, что ваша мотивация сделает их отличными работниками. Будет гораздо лучше, если вы будете действовать осторожно и кропотливо и прежде всего наймете подходящих людей.

Практическое применение

1. Определите качества лучших представителей вашей команды на сегодняшний день. Что вы можете сделать, чтобы в будущем нанять больше людей такого типа?
2. В следующий раз, когда будете нанимать кого-то, примените Правило Трех именно так, как описано в этой главе. Пройдя весь процесс от начала до конца хоть однажды, в будущем вы будете неоднократно использовать эту методику.

* Владелица американской гостиничной империи Helmsley Hotels.
Прим. пер.

ГЛАВА 3

Полная загрузка на старте

В исследовательском проекте, длившемся тридцать лет, аудиторская компания Deloitte & Touche изучила тысячи своих сотрудников, начиная с процесса найма и затем годами отслеживая их послужные списки, пытаясь определить факторы, помогающие точнее всего прогнозировать высокую производительность в долгосрочной перспективе. Результаты исследования оказались интересными.

Во-первых, обнаружено, что *самостоятельный выбор* — чрезвычайно важный фактор в предсказании последующей производительности. Понятие «самостоятельный выбор» относится к работникам, которые предпочли кого-либо из нескольких работодателей. После собеседований в других компаниях эти сотрудники, очевидно талантливые, раз их рассматривали в качества кандидатов, возвращались в Deloitte & Touche и решительно говорили: «Я хочу работать здесь».

Другими словами, они решили для себя, что Deloitte — лучшая компания, где только можно работать, и были полны решимости осуществить свое решение. Даже много лет спустя сотрудники, сделавшие самостоятельный выбор, все еще выполняли свою работу лучше и показывали более высокие результаты, чем люди, у которых изначально было меньше энтузиазма.

Загрузите подчиненных работой

Второй фактор, обнаруженный исследователями, а также основная мысль этой главы таковы: руководители высокопродуктивных сотрудников с самого первого дня нагружали, даже перегружали их, большим объемом работы.

В главе 1 говорилось о самооценке и ее центральной роли в личности и поведении взрослых людей. Подобно тому как самооценка вообще начинает формироваться в раннем детстве, самооценка сотрудников с точки зрения их эффективности и поведения на рабочем месте начинает формироваться в начале их взаимодействия с компанией. Новые сотрудники обычно попадают под влияние первого впечатления. И если первый опыт или впечатление от работы неожиданно дает им понять, что у них полно ролей, целей и ответственностей, они быстро утвердятся во мнении: это место, где нужно работать от зари до зари.

Судя по всему, работники, с первого дня получившие уйму работы, на протяжении всей своей карьеры в компании будут работать усерднее и окажутся более сосредоточены на вкладе и производительности, чем люди, входившие в рабочий процесс постепенно. С другой стороны, исследователи Deloitte & Touche обнаружили: сотрудники, которым было предоставлено достаточно времени, чтобы познакомиться с коллегами, и имевшие возможность включаться в работу постепенно, даже десять лет спустя работали медленнее и с меньшей продуктивностью.

Дело в том, что мотиватор номер один в сфере труда и самое первое желание любого сотрудника в том, чтобы

работа *бросала вызов*. Работники хотят расширять свою сферу и даже участвовать в гонке, лишь бы соответствовать уровню и выполнить задание. Интересно, что люди могут жаловаться на «перегруженность», но расспросите их поподробнее, и они признают, что намного охотнее будут работать, чем скучать на рабочем месте.

Обеспечьте новым сотрудникам полную загрузку на старте. Дайте им больше работы, чем они, возможно, смогут сделать, и продолжайте добавлять новые задачи. Когда вы изначально даете людям перечень их задач и обязанностей и регулярно выражаете уверенность, что они способны справиться, они ответят на вызов, чуть ли не с первого дня став лучшими исполнителями.

При этом сделайте не только так, чтобы работа бросала вызов, но и так, чтобы она была *интересной*. Ничто не сделает сотрудников счастливее, чем загруженность интересной работой. В таком случае, приступая к работе, они полны рвения и открыты для новых идей и опыта.

Практикуйте оперативное управление

С первого дня вы должны предоставить новым сотрудникам возможность пройти практическое обучение, а также предоставить им поддержку. Это не менее важные условия, чем загрузка работой. Новым сотрудникам присущ низкий уровень профессиональной готовности к выполнению задач: независимо от того, какой опыт имеет сотрудник, на новой работе он обнуляется. Новый сотрудник просто не имеет точного представления о том, что и как делать.

По этой причине вы должны принять новых сотрудников под свое крыло и дать им очень подробные, пошаговые инструкции и руководства в отношении всех аспектов их новой работы. В старых книгах о бизнесе можно встретить идею «пан или пропал». Но это не самый эффективный и разумный способ ввести нового сотрудника в курс дела.

Если у вас нет времени заниматься этим самостоятельно, поручите новичков другому сотруднику: он будет нести ответственность за то, чтобы они тщательно разобрались в принципе работы компании, и следить за тем, в чем заключается их работа и что они должны делать. «Работа в паре» — лучший способ убедиться, что сотрудники начали деятельность с чувством уверенности в себе и принадлежности к команде.

Заложите прочный фундамент

Если люди медленно включаются в новую работу, они быстро начинают понимать: такой темп приемлем в этой компании. В дальнейшем будет сложно мотивировать их работать на более высоких уровнях. Выбор сделан. Фундамент заложен. Вполне вероятно, что сотрудник будет по-прежнему работать на более низком уровне активности спустя месяцы и годы.

Помните, что вторая буква в формуле SWAN (см. главу 2) означает «упорный труд». Сделайте все возможное, чтобы убедиться: люди упорно трудятся с момента прихода на работу до момента ухода. Так вы сформируете тип работников, максимально восприимчивых к вашим усилиям мотивировать их на достижение более высокой производительности в будущем.

Практическое применение

1. Проводя собеседование с соискателями, ждите, когда они скажут вам о сильном желании работать с вами в этой компании. Никогда не нанимайте человека, которого нужно уговаривать принять должность.
2. Отныне всякий раз, нанимая новых сотрудников, обязательно загружайте их работой с самого первого дня. Также непременно принимайте новичков под крыло, объясняйте им суть работы, помогайте им почувствовать себя трудолюбивыми и ценными членами команды. В случае если у вас как руководителя нет времени провести практическое обучение и предоставить поддержку, обязательно поручите это кому-то другому.

ГЛАВА 4

Дайте четкие указания

Ключ к мотивации в том, чтобы люди были в восторге от самих себя. Один из способов вызвать это чувство — сделать так, чтобы они ощущали себя победителями. Любой человек хочет наслаждаться победой. Все хотят чувствовать себя компетентными, успешными и уважаемыми.

Как люди выигрывают в любой гонке или соревновании? Просто: первыми пересекают финишную черту.

Как выигрывает человек в рабочей сфере? Ответ: он выполняет ясную, конкретную задачу. Одно из великих правил трудовой деятельности гласит: выполнение задания — это источник энергии, энтузиазма и высокой самооценки.

Во время одного исследования сотрудников попросили описать лучшую работу, которая когда-либо у них была. Вот один из самых распространенных ответов: «Я всегда точно знал, что именно должен был сделать».

Когда же людей спрашивали о худшей работе, они часто отвечали: «Я никогда точно не знал, чего ожидает от меня руководство».

Всякий раз, давая четкие указания, вы предоставляете людям возможность выполнить ясное, конкретное задание и почувствовать себя победителем. Когда вы даете неясные и запутанные указания или не даете их вообще, то лишаете подчиненных возможности испытать ощущение победы.

Пять факторов победы

Чтобы пересечь финишную черту и почувствовать себя победителем на работе, человеку нужны:

1. Четкие цели и задачи, обсужденные и согласованные.
2. Четкие единицы измерения, метрики и стандарты, чтобы сотрудник знал, как будет измеряться и определяться успех.
3. Четкие конечные и промежуточные сроки, чтобы сотрудник точно знал, когда работа должна быть закончена.
4. Успешный опыт — то есть сотрудник должен действительно выполнить работу вовремя, в рамках бюджета и в соответствии с согласованными стандартами качества.
5. Признание и поощрение — работник должен получить подтверждение успешного завершения задачи со стороны начальника, что весьма напоминает ликование толпы в честь победившего спортсмена. Кроме того, желательно предусмотреть как материальные, так и нематериальные награды, сопровождающие успешное завершение задачи.

Вероятно, вы слышали выражение «невозможно попасть в цель, не видя ее». Чтобы ваши подчиненные ощущали себя победителями, они должны иметь четкие цели. Чем яснее цели и задачи, тем легче достичь их. Чем чаще работники достигают своих целей, тем чаще чувствуют себя победителями. А чем чаще происходит это, тем выше их самооценка и удовольствие от работы.

Многие руководители, в том числе и я, совершали ошибку, в спешке распределяя задачи, не выделяя время на обсуждение, помогающее убедиться: сотрудник точно знает, чего он него ждут. Позже, когда выясняется, что работа не выполнена, выполнена плохо или не так, как вы ожидали, ваша естественная реакция — обвинить сотрудника в некомпетентности. Хотя на самом деле практически всегда это вина руководителя.

Дайте определение отличному выполнению работы

Люди должны знать, что представляет собой отличное выполнение определенной работы. Прежде чем подойти к сотруднику, спросите себя: «Если это задание выполнено отлично, как должен выглядеть результат? Как бы я описал отличную работу?»

Выдавая задание, объясните человеку, что задание будет выполнено отлично, если оно будет сделано к определенному времени и результат будет соответствовать определенному уровню качества.

После этого обязательно проверьте ожидаемый результат. Чем более важное задание вы поставили, тем важнее ваш регулярный, даже ежедневный, контроль и проверка его выполнения.

Люди осознают, что задача очень важна, если вы установили регулярный график для проверки выполнения, а не просто выдали задачу и, как может показаться, забыли о ее существовании. Регулярные проверки с целью увидеть, как идут дела, — это способ постоянно подтверждать важность задания и важность выполняющего его сотрудника. Регулярные проверки создают ощущение

личной значимости и повышают самооценку человека, выполняющего работу.

Одна из ваших самых важных обязанностей как руководителя — убедиться, что каждый подчиненный точно знает, что должен делать, в каком порядке приоритетности, что именно составляет успешное выполнение задачи и каков точный срок выполнения. Предоставляя своим сотрудникам эти данные, вы даете исходный материал, необходимый, чтобы работать и чувствовать себя победителями.

Определение четких критериев — это фронт задач, который можете выполнить только вы. Если вы не определите, как должна выглядеть отлично выполненная задача, и если не будете делать это хорошо и регулярно, то лишите персонал возможности получать удовольствие от работы. Отсутствие четкого понимания того, что и когда должно быть сделано, — основная причина потери рабочего времени и общего отсутствия удовлетворения от работы.

Практическое применение

1. В следующий раз, давая задание, уделите несколько минут обсуждению с сотрудником, что именно должно быть сделано, как это будет измеряться и когда задание должно быть выполнено. Убедитесь, что сотрудник принимает цели и задачи работы.
2. Обсудив и согласовав задание с подчиненным, попросите его сформулировать все своими словами: так вы убедитесь, что сказанное вами и воспринятое сотрудником суть одно и то же. Поначалу вы можете быть удивлены недопониманием, возникающим даже при выполнении простейших рабочих задач.

ГЛАВА 5

Применяйте коллективное управление

Коллективное управление — мощный инструмент для создания вовлеченности, приверженности и ответственности за задание. Нацеленность сотрудников на качественную работу напрямую зависит в первую очередь от их участия в постановке целей и определении стандартов.

Сократ однажды сказал: «Мы узнаем о чем-то, только поговорив об этом». Между обсуждением и мотивацией существует прямая корреляция. Если вы хотите, чтобы люди были мотивированы на отличное выполнение работы и наслаждались высоким уровнем самооценки и уверенности в себе, дайте им возможность систематически обсуждать текущую работу с руководителем.

Но чтобы коллективное управление творило чудо, на которое способно, со стороны руководства необходима подлинная приверженность процессу. Поверьте, людям чрезвычайно важно быть вовлеченными. Вы должны чувствовать: ваши сотрудники имеют право участвовать в определении работы, установлении стандартов и выборе способа выполнения.

Два предиктора* высокой производительности

Психологи установили, что позитивные ожидания со стороны родителей в сочетании с демократической средой в семье являются двумя самыми важными предикторами высоких достижений в зрелом возрасте.

Мы говорим, что взрослые — это те же дети, только научившиеся избегать ответственности за ошибки. И два качества, предопределяющих высокие достижения молодых людей, уже знакомы нам как гаранты высокой производительности на работе: это позитивные ожидания и демократическая среда.

Наиболее эффективные рабочие группы — те, в которых царит демократия, руководитель и подчиненные действуют как команда и каждый в полной мере участвует в работе и в обсуждении того, что должно быть сделано. Чем чаще вы встречаетесь с сотрудниками, тем сильнее их ощущение вовлеченности и выше самооценка. Один из лучших аналогов — семья. Регулярно общаться в семье — значит собираться вместе за обеденным столом, играть, разговаривать, обмениваясь мнениями. Если вы редко проводите время с членами семьи за ужином и мало общаетесь с ними, когда вы не вместе, то ваша семейная жизнь быстро начнет ухудшаться. То же самое происходит и на работе.

Пять ключей для создания команды

Ниже приведены пять ключей для формирования высокоэффективной команды:

* Предиктор (от англ. predictor — «предсказатель») — прогностический параметр; средство прогнозирования. *Прим. пер.*

1. *Общие цели и задачи.* Команда регулярно собирается для обсуждения целей и задач команды, обсуждения того, что должно быть сделано, к какому времени и по каким стандартам качества.
2. *Общие ценности и руководящие принципы.* Члены команды обсуждают и договариваются о том, как они будут работать вместе и какими будут их общие ценности, например пунктуальность, принятие ответственности, готовность помочь, сотрудничество и выполнение обещаний, данных друг другу.
3. *Общие планы действий.* Все точно знают, что должны сделать и какой вклад в достижение крупной цели должен внести каждый член команды, и все берут на себя обязательство сделать свою часть работы вовремя и в соответствии с требуемыми стандартами.
4. *Руководитель деятельности.* Руководитель или лидер команды видит свою работу в том, чтобы каждый член команды точно знал, что именно должен сделать, чтобы выполнить свою работу качественно и в полной мере. Работа руководителя — устранять любые блоки или препятствия с пути членов команды, чтобы они смогли завершить работу вовремя.
5. *Регулярный обзор и обратная связь.* Команда регулярно собирается, чтобы обсудить: «Как у нас идут дела?» Подобное позитивное взаимодействие и открытое обсуждение направлены на улучшение способности команды работать эффективнее и достигать лучших результатов.

В коллективном управлении руководитель выступает в качестве тренера или напарника в работе. Работа руководителя в том, чтобы рассказать людям, как они

действуют, обеспечив их инструкциями и поддержкой. Во время встреч при коллективном управлении руководитель раздает задания, обсуждает текущие проекты и делает все, чтобы убедиться: каждый сотрудник знает, что делают другие. Сотрудники обсуждают все.

Люди вовлечены и увлечены любым заданием ровно настолько, насколько они могут систематически высказывать свое мнение и вносить свои идеи. Чем больше вы обсуждаете работу, которая должна быть сделана, и оптимальный способ для ее выполнения, тем больше приверженности, преданности и энтузиазма вызываете у каждого сотрудника.

Держите сотрудников в курсе дела

Согласно исследованиям и оценкам, результаты которых ежегодно обновляются на www.greatplacetowork.com^{*}, ощущение себя «в теме» — один из мощнейших мотиваторов. Довольные сотрудники говорят: они чувствуют, что в полной мере информированы о своей работе и обо всем, что происходит вокруг, ощущают себя уважаемыми членами коллектива, участвующими в достижении целей и задач всей компании.

Анализируя местоимения, используемые сотрудниками для описания себя, своей работы и компании, консультанты по управлению могут определить климат в компании или отделе.

^{*} Great Place to Work Institute, Inc. — международная исследовательская, консалтинговая и тренинговая компания, помогающая организациям во всем мире создавать и поддерживать привлекательные рабочие места за счет развития культуры высокого доверия внутри компании.
Прим. пер.

В лучших компаниях они слышат слова «я и мое», когда люди описывают свою работу, и местоимения «мы и наше», когда описывают деятельность всей компании. В менее эффективных организациях сотрудники используют слова «они, их» по отношению к компании, как будто она отделена от каждого сотрудника.

Одно из наиболее важных качеств высокомотивированных людей — чувство собственности. Изначально компания и руководитель обладают правом собственности и несут ответственность за определение целей и выполнение задач, в то время как сотрудники рассматриваются лишь как участники, помогающие вам, боссу, выполнять задание.

Прививайте чувство собственности

Однако чем больше вы взаимодействуете с сотрудниками — обсуждая предстоящую работу и лучший способ ее выполнить, — тем большую ответственность они чувствуют. В конечном счете они рассматривают работу как свое собственное дело. Когда происходит подобная «передача собственности», у сотрудников появляется намного больше мотивации и желания выполнить работу качественно и вовремя, потому что сейчас работа стала их естественным продолжением. Она принадлежит им. Она их собственность. Она — отражение их личных способностей, если работа сделана хорошо.

Когда сотрудники завершают работу, которая была только в их ответственности, они получают больше удовлетворения. Они чувствуют себя победителями. Их самооценка повышается, и они еще больше стремятся брать

на себя дополнительные задачи и обязанности, дающие им такие же положительные эмоции.

Такое чувство собственности со стороны каждого подчиненного — абсолютно необходимое условие для создания высокопроизводительной рабочей среды.

Практическое применение

1. Выделите время, чтобы активно вовлечь сотрудников в работу, делаясь информацией, обсуждая и поощряя каждого сотрудника присоединиться к вам в обсуждении лучшего способа выполнить задание или достичь цели.
2. Ищите любые способы подтолкнуть сотрудников брать на себя ответственность за работу, задавая вопросы, поощряя их и слушая, если они хотят высказаться. Чем больше они могут обсудить с вами задачу, тем сильнее будет их вовлеченность и желание сделать ее хорошо.

ГЛАВА 6

Четыре фактора МОТИВАЦИИ

Существует четыре фактора, которые вместе с тремя П (о них в следующей главе) действуют в каждой компании и определяют уровни мотивации персонала в положительную и отрицательную сторону. К счастью, каждую из этих составляющих можно изменить в положительную сторону — обычно это происходит, когда новый лидер заменяет того, чей стиль управления не способствовал выявлению лучших качеств в каждом сотруднике.

ОСНОВЫ МОТИВАЦИИ

Давайте начнем с четырех факторов, лежащих в основе мотивации любого человека в любой компании. Вот они: 1) стиль руководства; 2) система вознаграждений; 3) атмосфера в компании и 4) структура работы.

Стиль руководства

Это ключевой фактор в определении того, что люди думают о компании и насколько они мотивированы. Очень часто простая смена руководителя меняет психологический климат и, в свою очередь, производительность сотрудников и компании в целом.

Уместный стиль руководства зависит от целей и задач, от людей внутри компании, а также внешней среды.

Для штурмовой группы SWAT* или пожарной команды уместный стиль руководства — прямой и диктаторский: руководитель быстро говорит людям, что нужно сделать, мало заботясь о личных чувствах сотрудников. Такой стиль управления также можно наблюдать в некоторых предпринимательских компаниях, борющихся за выживание. Однако в большинстве случаев традиционный стиль управления «сверху вниз» неприемлем для сегодняшнего поколения. Люди хотят иметь возможность высказаться, быть услышанными и определять то, как будут работать.

Особый подход к каждому. Второй стиль руководства — коллегиальный: один человек отвечает за отдел, но работает на том же уровне и обладает теми же знаниями и умениями, что и коллеги. При таком стиле управления людей уважают за знания, умения и способность выполнять работу.

Также выделяют такие стили руководства, как *разговор*, *продажа*, *убеждение* и *участие*. Каждый из этих стилей подходит в зависимости от того, новый ли работник или опытный и достаточно ли времени на выполнение задание либо его надо сделать срочно. Иногда руководитель должен использовать различные стили руководства для различных людей при различных обстоятельствах.

Система вознаграждений

Каждая компания характеризуется определенным типом системы вознаграждений, часто варьируемых в зависимости от человека и отдела.

* Элитные полувоенные боевые подразделения американских полицейских департаментов, предназначенные для выполнения опасных операций, аналог российского СОБРа. *Прим. пер.*

Майкл Лебеф в книге *The Greatest Management Principle in the World* («Величайший в мире принцип менеджмента») говорит: «Выполняется то, что сулит вознаграждение». Если вы хотите получить бóльший результат, просто создайте для такого поведения большее вознаграждение. Если вы хотите видеть меньший результат, просто снизьте вознаграждение или увеличьте наказание. Люди реагируют на стимулы.

Компании довольно часто определяют для себя наиболее выгодные продукты, а затем увеличивают комиссию, которую будут получать сотрудники за продажу этих конкретных продуктов, сохраняя при этом низкие комиссионные для менее прибыльных товаров. Продавцы и менеджеры очень быстро реагируют на такой подход — увеличение или снижение финансового вознаграждения за конкретное поведение или за достижение конкретных целей.

Атмосфера в компании

Является ли ваша компания «отличным местом для работы»? Атмосфера в компании намеренно создается и поддерживается руководством. Она в значительной степени определяется стилем общения между людьми, занимающими более и менее высокие должности.

Когда Томас Уотсон-старший основал IBM, он изложил три основные ценности компании: превосходные продукты, высокий уровень обслуживания клиентов, а также уважение к личности. Они-то и определили будущее IBM, в итоге превратив ее в крупнейшую и наиболее уважаемую компьютерную компанию в мире.

Принцип «уважение к личности» непреклонно выполнялся на каждом уровне компании, как в национальных, так и в международных ее филиалах. В IBM вы могли

совершить практическую любую ошибку, кроме одной: вы не могли проявить неуважение, унижить или оскорбить другого человека внутри компании или за ее пределами. Плохое отношение к людям, особенно к подчиненным, являлось основанием для увольнения независимо от того, как долго вы работаете в компании.

Результат присутствия этого элемента в атмосфере компании проявлялся не только в том, что люди активно стремились попасть на работу в IBM, но и в том, что сотрудники компании становились едва ли не самыми довольными, самыми продуктивными и творческими людьми по сравнению с любой другой компанией в любой отрасли.

Структура работы

Некоторые виды работ по своей сути — мотивационные, требующие творческого подхода, воображения и высоких затрат энергии. Работа, связанная с общением, ведением переговоров и взаимодействием с другими людьми в целях сотрудничества и быстрого и успешного выполнения задачи выявляет лучшие качества сотрудников. Это интересно и сложно. И это также обычно высоко вознаграждается.

Тем не менее огромный объем работы должен быть стандартизирован, введен в рутину и сделан относительно неинтересным, чтобы его выполнение было эффективным и рентабельным. Трудно мотивировать рабочих, проводящих на производственной линии весь день: их деятельность тщательно контролируется и регулируется в целях обеспечения максимального уровня производительности.

В хороших компаниях всегда предпринимаются попытки построить работу так, чтобы ее характер соответствовал

характеру исполнителя, делая ее интересной и приятной, насколько это возможно.

Лидер может изменить ситуацию за мгновение

Система вознаграждений, атмосфера в компании и структура работы могут быть изменены, но, как правило, это происходит медленно. Все должно быть продумано тщательно и в деталях. Однако стиль руководства компанией — один из факторов, который может быть изменен быстро, что может практически мгновенно принести существенные улучшения.

Есть одна история про завод, руководители которого были в высшей мере увлечены политикой и гораздо больше озабочены своими наградами и привилегиями, чем поддержанием высокого духа сотрудников. Люди были деморализованы, завод страдал от низкой производительности, производил много бракованной продукции и находился на грани краха.

Но вместо того чтобы закрыть завод, головной офис отправил туда нового генерального директора, полностью заменив существующее руководство. В свой первый рабочий день директор ждал, когда первая смена рабочих придет утром, припаркует автомобили на грунтовой стоянке и пойдет по грязи к входу завода.

Когда вся смена собралась, новый директор представился, а затем на глазах у всех подошел к зарезервированным парковочным местам рядом с главным входом, которыми обычно пользовались начальники. Помощник дал ему ведро с краской, и новый директор прошел вдоль стены, закрашивая имена начальников, занимавших эти

места. «С сегодняшнего дня тот, кто раньше приедет, получит лучшее место для парковки», — сказал он.

За шесть месяцев завод вышел на самый высокий уровень производства за всю свою историю и стал одним из самых прибыльных предприятий в рамках всей национальной организации. Один высокомотивированный руководитель с четким, оптимистичным видением смог стать мотивационным фактором изменений и преобразований, даже когда все остальное осталось без изменений.

Практическое применение

1. Подумайте об атмосфере, царящей в вашей компании. Является ли уважение личности той ценностью, которая поддерживается неукоснительно? Пообщайтесь с сотрудниками напрямую или попросите менеджеров рассказать своим подчиненным, что компания нетерпима к неуважительному отношению, кого бы это ни касалось.
2. Поговорите со своими сотрудниками о том, считают ли они свою работу трудной, но интересной. Спросите, что они могут предложить, чтобы сделать свою работу менее рутинной и более увлекательной.

ГЛАВА 7

Три П

Как и четыре фактора мотивации, описанных в предыдущей главе, в любой компании или бизнесе существуют три мотивирующих П, оказывающих существенное влияние на энтузиазм и приверженность работников. Эти три П — поощрение, признание и поддержка.

Поощрение

Поскольку поощрения мотивируют и стимулируют людей, они должны основываться на производительности. В частности, они должны основываться на успешном завершении деятельности, идущей на благо компании и помогающей ей двигаться вперед, к достижению целей по производительности и рентабельности.

Стаж, образование, политические связи — все это не заслуживает поощрения.

Существует единственный способ заставить структуру поощрений работать на процветание компании: поощрение должно быть напрямую связано с эффективностью работы сотрудника на благо всей компании.

Быстрорастущие компании, как правило, зависят от результатов деятельности. Единственный способ добиться карьерного роста в этих компаниях — отлично выполнять

работу, поддерживать хорошие отношения с коллегами и способствовать дальнейшему развитию компании.

В некоторых компаниях успех зависит от того, как вы ведете игру. Людям больше платят, способствуют их продвижению исходя из их способности оказывать влияние и манипулировать другими людьми во время своего восхождения на вершину. В таких компаниях фокус отклоняется от производительности и переходит на политическую деятельность.

Политически ориентированные компании, как правило, достигли доминирующего положения на рынке и смогли удерживать рентабельность в течение значительного времени. В таком случае производительность уже не имеет первоочередной важности, теперь важнее всего политика. Такие компании практически всегда терпят неудачу, конкурируя с компаниями, ориентированными на производительность.

Два типа поощрений

Существует два типа поощрений — материальные и нематериальные. Материальные поощрения — это деньги, отпуск и материальные объекты. Лучший способ использовать деньги в качестве поощрения — установить определенную сумму в качестве бонуса, непосредственно связанного с выполнением задачи или достижением цели. Некоторые компании делают ошибку, обещая повышение заработной платы при достижении определенных целей производительности, но когда они достигают этого максимального уровня оплаты, гарантии того, что сотрудник будет работать с той же производительностью, уже нет. Конкретные, отдельные бонусы, как правило, работают лучше.

Нематериальным поощрением могут выступать различные подарки, почетные знаки и награды, вручаемые на ежегодных торжествах в честь лучших сотрудников. Такое поощрение может быть в виде дополнительного обучения, полезного как сотруднику, так и компании, или дополнительных выходных дней, предоставленных в такое время, когда отсутствие сотрудника не снизит его производительность и не будет стоить компании существенных затрат.

Публичная похвала и объявление благодарности, особенно в присутствии других, являются прекрасным нематериальным поощрением, поднимающим моральный дух и мотивацию и надолго повышающим производительность. Такие «эмоциональные» поощрения практически ничего не стоят, но дают большие преимущества.

Признание

Руководители должны быть признательны своим сотрудникам, когда те хорошо выполняют работу. Сегодня одна из величайших мотиваций в сфере труда — признание за то, что сотрудник приложил все усилия и выполнил работу отлично. С другой стороны, одно из самых больших разочарований в сфере труда появляется, когда люди тяжело работают, чтобы сделать работу отлично, а руководители игнорируют их достижения.

Всякий раз, когда человек делает нечто исключительное, лежащее за пределами должностных инструкций (или хотя бы совершает достойную попытку), руководитель должен признать такую работу как наедине с сотрудником, так и публично. Правило гласит: все, что получает признание, происходит снова.

Поддержка

Поддержка — самая мощная мотивационная методика. Все усилия, поощряемые, признанные и поддержанные вами, будут предприняты снова и снова. Когда вы поддерживаете чьи-то усилия, говоря людям, насколько высоко вы цените то, что они делают, вы даете людям возможность чувствовать себя потрясюще, и в результате они продолжают искать новые возможности, чтобы повторить свои действия и снова вызвать проявление поддержки. Если вы не поощряете и не поддерживаете хорошую работу и позитивное поведение, вы, скорее всего, увидите, что сотрудники начнут прилагать меньше усилий.

Многие руководители уверены, что зарплата — достойное вознаграждение за хорошую работу. Но обычный человек думает по-другому. Всякий раз, когда сотрудники выходят за рамки своих обязанностей, выполняя задачу самым лучшим образом, они верят: за это они по праву получают признание и поддержку.

Подтолкните подчиненных к «вау!» в квадрате»

В одной из моих компаний-клиентов разработаны четыре уровня производительности, определяющих не только зарплату и продвижение по службе, но и бонусы в конце года. Как я рекомендовал ранее, бонусы — лучший вид денежного поощрения за работу. Четырьмя уровнями эффективности сотрудников этой компании были «средняя эффективность», «отличная эффективность», «вау!» и «вау!» в квадрате».

«Средняя» эффективность означает угрозу увольнения в конце года. «Отличной» эффективностью считается выполнение минимального набора стандартных обязанностей для сохранения своего рабочего места и возможного карьерного роста.

Если сотрудники делали больше, чем от них требовалось, и все остальные восприняли это как выдающуюся работу, они достигали третьего уровня эффективности под названием «вау!».

Высший уровень эффективности назывался «“вау!” в квадрате». Поскольку компания была предпринимательской, у ее лучших сотрудников была возможность существенно повлиять на ключевые факторы в разных сферах. Если эффективность сотрудников выходила за любые ожидаемые рамки, им присуждалась награда «“вау!” в квадрате».

Отличные сотрудники получали от 10 до 20 процентов годового оклада в качестве премии по итогам года. «Вау!»-сотрудники получали премию в размере 50 процентов своего годового оклада. Сотрудники уровня «“вау!” в квадрате» получали премию в размере от 50 до 100 процентов своего годового оклада.

С помощью наград и признания эта компания поощряла и мотивировала сотрудников достигать высших уровней производительности. В результате она постоянно оценивалась как одна из наиболее быстрорастущих и прибыльных в своей отрасли. Три П могут помочь вам определить стандарт производительности. Помните, что руководители и компании получают больше всего удовольствия, что поощряют. Это значит, что вы можете быстро формировать и направлять поведение и производительность своего персонала на основании того, что вы постоянно поощряете, признаете и поддерживаете.

Практическое применение

1. Подумайте о конкретных способах, с помощью которых можете поощрять, признавать и поддерживать поведение и производительность, ожидаемые от сотрудников. Находите способы выполнять одну или больше из трех П каждый день.
2. Спросите своих сотрудников, по одному или группами, что для них является наиболее ценным поощрением за отличную работу. Они скажут, что вам нужно сделать, чтобы добиться наилучшей производительности от каждого сотрудника.

ГЛАВА 8

Управление, основанное на ценностях

Каждый человек живет изнутри наружу. Ядро вашего существования и ось, вокруг которой вращается вся ваша жизнь, состоит из внутренних убеждений и подсознательных ценностей. Именно эти ценности определяют характер и личность, то, что вы поддерживаете, а что нет. Один из признаков незаурядных людей — они имеют очень четкое представление о своих ценностях и отказываются идти на компромисс при любых обстоятельствах.

Вы можете быть счастливы только тогда, когда внешние проявления жизни находятся в полной гармонии с внутренними ценностями. Вы проявляете себя лучшим образом только тогда, когда ваша деятельность совпадает с тем, что вы считаете наиболее ценным и принципиальным. С другой стороны, когда ваша деятельность и поведение не соответствуют тому, во что вы искренне верите, или несовместимы с этим, возникают стресс и напряженность. В лучших компаниях признается: невозможно мотивировать людей, чьи ценности не совпадают с ценностями организации, на выполнение задания или работы.

Структура личности

Представьте себе, что ваша личность состоит из концентрических кругов, как доска для дартса, начиная с основных ценностей. Ваши *ценности*, в свою очередь, определяют второй круг — *убеждения* о самих себе и о реальности. Вы всегда видите мир через призму ваших убеждений, будь то действительных или нет, самоограничивающих или нейтральных.

Иными словами, вы видите мир не таким, каков он есть, а таким, каковы вы сами. Как однажды сказал Уильям Джеймс* из Гарвардского университета, «убеждения создают реальность».

Третий уровень вашей личности, третий концентрический круг — это ваши *ожидания*. Аналогично тому, как ваши убеждения определены вашими ценностями, ваши ожидания от себя, от других людей и мира вокруг обусловлены вашими убеждениями. Ваши ожидания от других сильно влияют на их поведение, особенно если касаются ваших детей, супругов или подчиненных. Ваши ожидания от себя, будь то положительные или отрицательные, во многом определяют то, как вы работаете и действуете.

Ваше отношение определяет вашу личность

Ваши ценности, убеждения и ожидания, в свою очередь, определяют ваше *отношение* и то, как вы воспринимаете

* Уильям Джеймс (1842–1910) — американский философ и психолог, один из основателей и ведущих представителей прагматизма и функционализма. *Прим. пер.*

мир. Если у вас правильные ценности, позитивные убеждения и уверенные ожидания, ваше отношение к себе и к окружающему миру будет также оптимистичным.

Пятый концентрический круг — это ваше *поведение*. Поведение определяется комбинацией ваших ценностей, убеждений, ожиданий и отношений.

Действие — это самое главное

То, что человек говорит или желает, на что надеется, не объясняет, какой он внутри. Только действие может показать это, а особенно действие, предпринятое под давлением, когда человек вынужден выбрать между ценностью и ее опровержением.

Почему так важно обсуждение ценностей? Потому что ваши ценности — буквально часть вашей ДНК. Они запрограммированы в вас на глубоком бессознательном уровне. Они определяют ваше отношение к жизни и поведение и редко меняются на протяжении всей жизни.

Самые лучшие компании и руководители управляют с помощью ценностей. Они имеют очень четкое представление о своих ценностях и о том, как эти ценности выражаются в действиях и поведении людей в их бизнесе. Нанимая сотрудников, они столько же внимания уделяют характеру — приверженности определенным ценностям, — как компетентности и способностям.

Люди чувствуют себя счастливее всего, когда работают в компании, поддерживающей и практикующей ценности, которые лично они считают самыми важными. Ценности — это самое главное.

Одна из моих компаний-клиентов, родившаяся из идеи и добившаяся национального признания, начала вот с чего: руководящий состав собрался и определил пять ценностей, которыми будут руководствоваться в своей деятельности абсолютно все сотрудники.

Затем было четко определено, как будут применяться ценности во всей деловой и личной деятельности. С тех пор всякий раз, когда нужно было принять решение любого рода, брался перечень с пятью ценностями и описанием того, как они должны проявляться. Так приходило понимание, находится ли любое решение в полной гармонии с руководящими принципами.

Работая с этой компанией, я принял участие в ежегодном совещании и был поражен, какими на самом деле оптимистичными, уверенными и отзывчивыми были сотни людей, работающих там. Они были счастливы, полны энтузиазма и в полной мере ориентированы на успех предприятия.

Fortunate 500

Когда Кен Бланшар и Норман Винсент Пил детально рассматривали концепцию Fortunate 500 в книге «Магия честной жизни»*, они обнаружили: лучшие 20 процентов предприятий в каждой отрасли, отличающиеся неизменно наивысшими уровнями доходов (иногда в десять-двадцать раз превышающими средние показатели в отрасли), характеризовались наличием четких, прописанных ценностей. Их знал, в них верил и ими жил каждый сотрудник.

* Кен Бланшар, Винсент Пил. Магия честной жизни. Минск: Попурри, 2004. *Прим. пер.*

Другие компании в тех же отраслях также утверждали, что имеют ценности. Однако либо эти ценности были не прописаны на бумаге, либо очень мало людей знало об их существовании — и еще меньше они служили руководством при взаимодействии с людьми как внутри компании, так и за ее пределами.

Смысл и цель имеют значение

Самой глубокой из всех человеческих потребностей, находящейся прямо в центре личности, является необходимость в смысле и цели жизни и работы. В вашем бизнесе смысл и цель являются ответом на вопрос: «Почему мы в первую очередь делаем вот это, а не другое?» Когда вы проводите собеседование с новым сотрудником, не забудьте определить и описать работу с точки зрения ее смысла и значения для других. Какие именно изменения в жизнь и работу ваших клиентов вносит ваша продукция? Как ваша продукция изменяет, улучшает и преобразует жизнь других людей?

Смысл и цель всегда возникают из системы ценностной человека. Вот почему вам как руководителю крайне важно снова и снова озвучивать ценности компании и вашу собственную веру в них. Это качество, честность, дружелюбие, сервис, уважение к личности, личностный рост и самооценка, а также социальная ответственность — факторы, пробуждающие, стимулирующие, мотивирующие и вдохновляющие людей.

Когда люди чувствуют, что то, что они делают, служит высшей цели, что качество их работы делает жизнь других людей лучше, они мотивированы проявлять себя наилучшим образом.

Практическое применение

1. Составьте список из трех-пяти наиболее важных ценностей, на которых вы основываете свой бизнес и принимаете решения. Обсудите их с другими сотрудниками и убедитесь: каждый знает, в чем они заключаются.
2. Определите свою работу с точки зрения смысла и цели и те отличия, которые ваша продукция или услуги вносят в жизнь клиентов. Это настоящая, первостепенная причина, по которой вы занимаетесь этим бизнесом.

ГЛАВА 9

Практикуйте управление по целям

Управление по целям — один из самых мощных и устойчивых мотиваторов в деловой сфере. Эту методику впервые описал Питер Друкер в книге «Эффективное управление предприятием»*. Ее суть в том, что вы поручаете выполнение задачи одному компетентному сотруднику, а затем позволяете ему самому выбрать, как именно выполнить задачу в срок и не превышая бюджет.

Четыре шага для управления по целям

Ниже приведены четыре шага для управления по целям:

1. *Четко определите, какие именно цели и задачи должны быть выполнены.* Этот шаг требует, чтобы вы имели четкое представление о целях, но были гибки в отношении способа их достижения. Управление по целям требует совместного управления и всестороннего обсуждения для достижения между вами и сотрудником общего согласия о предстоящей работе.

* Питер Друкер. Эффективное управление предприятием. М.: Вильямс, 2008. — 224 с. Прим. пер.

2. *Обсудите с сотрудником различные способы, определяющие достижение цели или выполнение задачи.* Основываясь на собственном опыте, предложите свои идеи и исходные данные, делая предложения и давая советы, как лучше выполнить задачу.
3. *Установите четкие единицы измерения и ориентировочные показатели.* Будучи руководителем, вы должны рассказать сотруднику, как именно будет оцениваться выполнение задания, и описать различные ориентировочные показатели, которые вы будете использовать, чтобы убедиться: задание выполняется в срок и в рамках бюджета.
4. *Договоритесь о регулярном отчете о ходе выполнения задания и обратной связи о работе.* Используйте методику управления по целям только для компетентных сотрудников, продемонстрировавших и подтвердивших способность выполнить задачу под незначительным контролем или без вмешательства руководства. Если у вас есть такой сотрудник, тогда вы можете переложить на этого человека стопроцентную ответственность за достижение цели.

Дайте свободу и автономию

Автономия и свобода — два мощных мотиватора в рабочей сфере. Они идут рука об руку. Люди хотят выделяться как отдельные личности, точно знать, какую ответственность они несут за выполнение важных заданий, и оцениваться за индивидуальное выполнение задания не так, как за работу в команде. В то же время люди хотят иметь полную свободу, чтобы выполнять работу так, как им больше нравится, придерживаясь собственного графика.

Свобода и ответственность также идут рука об руку. Чем больше свободы вы предоставляете людям для выполнения работы, тем больше обязанностей они должны быть готовы взять на себя, чтобы выполнить работу согласно установленным стандартам и в срок.

Если люди доказали свою компетентность и способность выполнить конкретное задание, а также способны взять на себя полную ответственность, вы можете предоставить им максимум свободы, оставить их в покое, разве что периодически контролируя прогресс выполнения задания.

Для компетентного руководителя управление по целям — отличный способ сэкономить время. Чем больше у вас подчиненных, способных выполнять работу без вашего вмешательства или непосредственного надзора, тем больше у вас свободы сфокусироваться на задачах, которые можете выполнить только вы. Управление по целям — один из лучших способов дать подчиненным возможность обрести уверенность в собственных силах. Это также один из лучших способов сформировать самоуважение и уверенность в себе. Когда у людей есть возможность самостоятельно работать над важным заданием, выполняя его по-своему, они не только становятся более творческими и мотивированными. Растет и их самооценка.

Не возвращайтесь к старым обязанностям

Вы руководитель, и у вас есть подчиненные, раз вы, вероятно, уже продемонстрировали способность выполнять большинство заданий, которые сейчас делегируете другим людям.

Поскольку вы уже продемонстрировали компетентность в выполнении той или иной работы, у вас часто возникает соблазн принять участие в выполнении задания, даже если вы делегировали его кому-то другому. Главная слабость руководителей в том, что, получив повышение, они часто возвращаются к выполнению старых обязанностей, именно тех, которые теперь необходимо делегировать, освобождая себе время для работы над особыми задачами на новой должности.

Будучи руководителем, вы можете «вернуться к старым обязанностям», вмешиваясь в чью-то работу над порученным вами заданием. Это может произойти, если вы постоянно высказываете новые предложения или непосредственные указания, требующие от сотрудника выполнять работу не так, как было оговорено изначально. Если при выполнении ваших инструкций возникнет проблема, сотрудник, скорее всего, прекратит работу и будет ждать других ваших предложений или решений.

Мой способ справиться с такой ситуацией прост. Когда сотрудники приходят ко мне с вопросом или сомнениями, касающимися работы, я спрашиваю их: «Как, по вашему мнению, мы должны поступить?» Я заставляю их думать через призму проблемы или препятствия и находить решение или идею, чтобы обойти их. Сотрудники всегда возвращаются с предложением или предложениями о том, как преодолеть препятствие. И тогда я говорю: «Это хорошая идея».

Затем я либо поощряю их продолжить выполнение задания, используя новую идею для решения текущей проблемы, либо добавляю свое предложение или комментарий о том, как они могут применить *свою собственную идею* более эффективно. Но я сознательно отказываюсь

от вмешательства в самостоятельное выполнение работы с полным чувством ответственности за всю задачу.

Как только сотрудник продемонстрирует компетентность в определенной области, вы можете начать использовать управление по целям. Ваша цель в том, чтобы продвинуть процесс решения и действия как можно дальше, тем самым освободив себе время на выполнение более важных задач. Используя управление по целям, вы можете существенно увеличить производительность, продуктивность и эффективность других людей, а также свою собственную. Делая работу более сложной и интересной, а также передавая сотрудникам больше ответственности за выполнение работы, вы создаете более высокие уровни мотивации в членах вашей команды.

Практическое применение

1. Посмотрите на некоторые задачи, занимающие много вашего времени, и подумайте, как можно передать их другим, формируя тем самым их доверие и повышая компетентность, а также освобождая больше времени для решения задач из вашей собственной зоны компетентности.
2. На основе рекомендаций, содержащихся в этой главе, создайте контрольный список и используйте его, делегируя задачу другому человеку. Чем более компетентным вы станете в управлении по целям, тем больше свободы и автономии дадите другим и тем больше свободы получите сами.

ГЛАВА 10

Используйте управление по отклонениям

Ваша цель как руководителя — разблокировать 50 процентов эффективности, запертых внутри сотрудников. Вы можете достичь этой цели, мотивируя людей работать на более высоких уровнях ответственности — потому что они хотят, а не потому, что должны. Помните: вы никого не сможете мотивировать извне. Вы можете только создать среду, стимулирующую другого человека быть более мотивированным, работать больше и лучше. Управление по отклонениям (УПО) — потрясающий инструмент, и его необходимо использовать при любой возможности. Это колоссальный мотиватор исполнения, ведь он дает людям возможность ощутить себя более уверенными и компетентными. УПО также дает возможность увеличить объем выполненных заданий и повысить свои собственные умения и таланты как руководителя настолько, сколько сотрудников у вас в подчинении.

Дайте возможность работать

Управление по отклонениям используется, когда вы четко определяете задание и полностью передаете его другому

человеку. Вы и другой человек обсуждаете и оговариваете, что должно быть сделано, как это будет измеряться и когда должно быть выполнено. При необходимости вы устанавливаете расписание для контроля выполнения работы в заранее оговоренное время. Затем вы оставляете человека самостоятельно работать, за исключением тех случаев, когда возникает отклонение от оговоренных стандартов или что-то неожиданно идет не так. Ваш сотрудник сообщает вам только об отклонениях от плана. До тех пор пока все идет гладко и работа выполняется по графику, необходимости в отчетах нет. Если вы не получаете известий от человека, значит, можете с уверенностью предположить, что все идет по плану.

Например, если вы установили конкретную цель продаж в 1000 единиц в неделю, то сотрудник, ответственный за проект, должен обращаться к вам, только если число продаж ниже установленного уровня в 1000 штук. Кроме таких случаев, сотрудник вообще не должен отчитываться перед вами. У него полная свобода и автономия делать свою работу и обеспечивать ее выполнение так, как он посчитает нужным.

Используя управление по отклонениям, вы можете периодически проверять работу, чтобы посмотреть, как идут дела. Но, как и в случае управления по целям, вы должны удерживаться от соблазна каким-либо образом вмешиваться в процесс. Чем больше свободы и ответственности вы даете сотрудникам, чтобы они могли работать по-своему, тем более оптимистичными и мотивированными они станут.

Как и в случае управления по целям, управление по отклонениям может сэкономить вам много времени. Когда вы можете освободить себя от необходимости постоянно

контролировать и управлять работой, чтобы быть уверенным, что она будет выполнена в срок, у вас появится больше времени на другие задачи. А когда ваш сотрудник завершит выполнение задания, он ощутит гордость и удовлетворение, позволяющие сказать: «Я сделал это сам».

Отличный руководитель тот, кто постоянно создает условия, при которых сотрудники могут чувствовать: они выполнили работу самостоятельно, с минимумом инструкций, указаний или надзора. В результате они ощутят себя победителями, почувствуют радость и счастье. Они будут мотивированы и полны энтузиазма сделать еще больше работы и выполнить еще больше заданий. Конфуций однажды сказал, что отличие превосходного лидера в том, что когда работа выполнена, люди говорят: «Мы сделали это сами». УПО — инструмент, который можно регулярно использовать для достижения всех этих целей управления. Конечно же, лучше использовать его в случае проверенной компетенции, как и метод управления по целям. Вы можете применить эту методику только тогда, когда сотрудники продемонстрировали способность делать работу последовательно и хорошо.

Удовлетворите две основные потребности

Чтобы люди работали с максимальной эффективностью, необходимо удовлетворить их две основные потребности. Первая называется «потребность в независимости» — человеку необходимо, чтобы его воспринимали и уважали как личность и выделяли задания для его личного исполнения. Это потребность в признании за личные достижения или потребность продемонстрировать свою особенность.

Вторая потребность, имеющаяся у любого работающего человека, это потребность в принадлежности. Люди хотят знать: они часть чего-то большего, чем они сами, они часть команды. Психолог Абрахам Маслоу* назвал эту потребностью в принадлежности, быть признанным и принятым в качестве составляющей в группе людей на рабочем месте.

Хорошие компании и руководители создают среду, в которой, с одной стороны, люди чувствуют себя независимыми и важными, а с другой — имеют потребность в зависимости. Она удовлетворяется тем, что сотрудники ощущают себя частью команды или организации. Структура поощрений в отличных компаниях направлена не только на самостоятельную, но и на командную работу.

Управление по целям и управление по отклонениям — два подхода, позволяющих сотрудникам удовлетворить потребность в независимости, мотивирующую их на достижение максимальной производительности.

Практическое применение

1. Ищите любую возможность применить технику управления по отклонениям. Дайте задание и скажите сотруднику, что он не обязан отчитываться перед вами, пока все идет по плану.
2. Не забудьте объяснить сотруднику, что он всегда может обратиться к вам за помощью и советом, если по любым причинам происходит нечто, выбивающее задание из графика.

* Абрахам Маслоу (1908–1962) — видный американский психолог, основатель гуманистической психологии. Широко известна так называемая «Пирамида Маслоу» — диаграмма, иерархически представляющая человеческие потребности. *Прим. пер.*

ГЛАВА 11

Применяйте принцип Парето

Одна из самых важных ваших обязанностей при мотивации персонала работать с максимальной эффективностью — помогать им удерживать фокус на начале и завершении их наиболее важных заданий. Выполнение важной задачи является основным источником энергии, энтузиазма и высокой самооценки.

Уоррен Баффет, третий в списке самых богатых людей в мире, обедал с Биллом Гейтсом, самым богатым человеком в мире, и его отцом Биллом Гейтсом-старшим. Они обсуждали основные составляющие успеха. Не сговариваясь, все трое согласились: «фокус, фокус, фокус» — ключ к высоким достижениям, особенно в бизнесе.

Мотивация очевидна, когда талантливые люди работают над важными задачами и завершают их одно за другим. Демотивация происходит, когда люди работают над малоценными заданиями, подразумевающими низкую степень мотивации. Даже по завершении этих заданий они не получают отдачи от вложенных средств.

Правило 80/20

Принцип Парето, также известный как правило 80/20, был открыт итальянским экономистом Вильфредо Парето

в 1895 году. После многих лет исследований он пришел к выводу: общество состоит из двух групп людей. Первая — *важное меньшинство* (верхние 20 процентов) и вторая — *тривиальное большинство* (нижние 80 процентов). Парето заметил: в каждом обществе верхние 20 процентов людей контролируют 80 процентов или больше общего благосостояния. А нижние 80 процентов людей делят между собой всего 20 процентов общего благосостояния.

На протяжении более ста лет правило 80/20 применялось практически к каждой области человеческой деятельности, и, кажется, почти ко всем видам коммерческой. На 20 процентов ваших клиентов придется 80 процентов прибыли. На 20 процентов ваших товаров придется 80 процентов продаж. 20 процентов ваших сотрудников обеспечат 80 процентов продаж и 80 процентов результатов. Принцип Парето также можно применить к вопросу о концентрации на важных задачах. Соответственно, 20 процентов вашей деятельности обеспечат 80 процентов общего результата, который вы получите. Это означает: в списке из десяти дел, которые вы должны сделать за день, два пункта будут стоить больше, чем все остальные вместе взятые.

Правило Трех

В моей работе с предпринимателями, руководителями и сотрудниками компаний, как больших, так и маленьких, я открыл Правило Трех, практически полностью применимое к трудовой деятельности. Правило Трех гласит: если вы составите список всего, что делали в течение недели или месяца — для среднего человека это может быть двадцать-тридцать занятий, — то обнаружите: всего

на *три* занятия приходится почти 90 процентов ценности всего сделанного.

В этом контексте самое важное слово в деловой среде — вклад. Независимо от должности в часы работы каждый сотрудник должен делать максимально возможный вклад в деятельность компании. И только на три занятия придется 90 процентов общего вклада человека.

Как определить эти три занятия или вида деятельности? Просто. Задайте себе три «волшебных вопроса».

Определите наиболее важный вид своей деятельности

Первый вопрос звучит как: «Если бы вы могли весь день заниматься только *одним* делом, какое из всех ваших занятий внесло бы наибольший вклад в ваш бизнес или компанию?»

Посмотрев на перечень дел в течение недели или месяца, вы, вероятно, отметите занятия, имеющие максимальную важность. Если у вас есть сомнения, что из сделанного вами самое важное, выясните это немедленно. Обратитесь к руководителю за помощью. Спросите коллег. Спросите себя. Но вы абсолютно точно должны знать, что самое важное и ценное из всего, что вы делаете.

Затем задайте тот же вопрос вторично, но несколько по-иному: «Если бы я мог делать только *две* вещи в течение всего дня, какое занятие стало бы вторым по важности?» Как правило, ответ приходит через пару минут размышлений. А затем спросите в третий раз: «Если бы я мог делать только *три* вещи, какое занятие, исходя из ценности его вклада, окажется номером три?»

Определив свою «большую тройку», можете сосредоточить все свое время и внимание на ней — утром в начале

работы вы займетесь ими в первую очередь и в конце дня оставите их последними.

Вот как звучит правило максимального вклада: *делай меньше, но более важное, уделяй больше времени и достигай лучших результатов* в каждом деле.

Научите других Правилу Трех

Едва ли не самое ценное, что вы можете сделать как руководитель, это усадить своих сотрудников и помочь им определить три наиболее важные задачи (результата), за которые они несут ответственность. Устройте совещание, на котором каждый смог бы обсудить первостепенные обязанности любого другого сотрудника. «Давление коллектива» — мощный мотивационный фактор в бизнесе. Когда каждый знает, что должны делать все остальные коллеги и в каком порядке важности, возникает естественное давление внутри компании, которое стимулирует удерживать фокус на задачах первоочередной важности. В конце концов каждый может достаточно легко понять, действительно ли другие члены команды работают над самыми важными задачами, которые они могут выполнить, чтобы помочь команде и компании двигаться вперед.

Еще раз о Правиле 80/20

Чтобы люди могли наслаждаться максимальной мотивацией и максимальным выполнением задач на работе, вы должны убедиться: ваши подчиненные работают над 20 процентами задач, приносящих 80 процентов ценности вклада. Постоянно повторяйте и повторно подтверждайте это правило для своего персонала. Установите четкие

приоритеты для сотрудников, чтобы они всегда работали над задачами, подразумевающими наиболее ценное использование времени.

Одна из ваших задач как руководителя — научить персонал всегда анализировать свою работу и расставлять приоритеты, удерживая в уме принцип Парето и Правило Трех. Помните: люди только тогда чувствуют оптимизм и мотивацию, когда работают над задачами высокой ценности, существенно улучшающими ситуацию, и завершают их, а деятельность исполнителей признается ценным вкладом в работу компании.

Не отвлекайтесь

Сегодня самым большим врагом высокой производительности на работе является отвлечение. Люди испытывают слишком много отвлекающих воздействий: уведомления о только что пришедших электронных письмах, звонящий мобильный, приходящие сообщения и особенно коллеги, также живущие и работающие в мире отвлекающих факторов.

Ваша задача — максимально увеличить производительность ваших самых важных и дорогих активов, то есть персонала. Вы должны постоянно повторять, что подчиненные — высшая ценность, если работают над выполнением наиболее важных задач и могут дисциплинировать себя, чтобы выполнить задания в срок, не превышая бюджет.

Практическое применение

1. Составьте список всего, что делаете в течение месяца, а затем задайте себе три волшебных вопроса

об этом списке. Вы должны абсолютно точно представлять себе три наиболее важных дела, которые вы делаете в течение дня, недели, месяца.

2. Соберите подчиненных и попросите, чтобы каждый пришел на собрание со своим списком занятий. Помогите каждому точно определить три наиболее важные для него вещи, вносящие наиболее ценный вклад. С этого момента поощряйте людей начинать и доводить до конца наиболее важные задачи, перед тем как приступить к чему-то другому.

ГЛАВА 12

Будьте учителем

Я часто начинаю семинары с интригующего вопроса: «Какой ваш самый ценный финансовый актив?»

После паузы, во время которой слушатели задумываются над ответом, я говорю: «Ваш самый ценный финансовый актив — это ваша *способность зарабатывать*. Это ваша *способность получать результаты*, за которые вам заплатят».

Из всех активов в компании только ценность людей может увеличиваться. Остальные активы и ресурсы со временем обесцениваются. Уделяя время росту ваших сотрудников, вы можете действительно увеличить их ценность — способность вносить вклад — и ценность их работы для компании.

Одна из ваших главнейших задач в качестве руководителя — научить и подготовить людей, работающих на вас, как именно выполнять работу и делать ее наилучшим образом. Выступая как учитель, вы помогаете подчиненным ощущать себя более ценными и способными вносить постоянно увеличивающийся вклад в компанию, что также является мощным средством мотивации.

Ваша работа — научить

Когда я начинал как руководитель, я нанял людей на различные должности. Они частенько приходили ко мне

и просили дать им указания, как выполнить задание, которое я считал достаточно простым. Или я был уверен, что они уже знают, как его делать. Частые вопросы сотрудников отвлекали меня, становились источником постоянного раздражения. И затем в один прекрасный день на меня снизошло озарение: обучение сотрудников — это не второстепенная проблема или отвлечение от работы. Наоборот, это часть моей работы. Причина, по которой я стал руководителем, в том, что я уже справился со всеми задачами, поэтому могу сконцентрироваться на более общих и важных проблемах. Причина, по которой сотрудники находятся в моем подчинении, в том, что они еще не знают, как выполнять эти задачи. Но они могут научиться.

Даже выпускникам МВА нужны указания

Несколько лет назад я нанял выпускника МВА, только что окончившего курс. Он был уверенным и искренним, он даже бегал марафоны. Он явно не боялся тяжелой работы и был хорошо организован и дисциплинирован. На второй день его работы я вызвал его и попросил, чтобы он скомпоновал проформу для текущего проекта по недвижимости. Он кивнул и вернулся в свой кабинет, чтобы начать работу. Через пару дней я спросил его, как идут дела. Он страдальчески посмотрел на меня и сказал: «Честно говоря, я не знаю, что такое проформа». Для меня проформа — это простая оценка целесообразности проекта или инвестиций. Она начинается с определения возможных доходов от проекта за вычетом всех затрат и расходов, что в итоге дает приблизительную сумму выгоды. Затем эта сумма делится на сумму стоимости всего

проекта — в первую очередь чтобы определить ожидаемый уровень рентабельности. На основании ожидаемого уровня, рассчитанного с запасом, вы можете определить, будет ли выбранный проект удачной инвестицией в сравнении с другими. Проформа — базовый этап всех экономических расчетов.

И вот я сталкиваюсь с выпускником курса MBA, который понятия не имеет о том, как составить проформу или финансовый отчет для сделки или части сделки. Я ошибочно полагал, что если в план его обучения входило изучение этого процесса, то он умеет его выполнять. Это была моя ошибка.

Никогда не будьте уверены в знаниях других людей

Никогда не будьте уверены, что ваши сотрудники знают, как выполнять сложные или многокомпонентные задания. В первую очередь потому, что если бы они знали, то не работали бы на вас. Скорее, в сфере вашей ответственности входит определить их уровень знаний и опыта. Если у них есть пробелы в определенной области, вашей задачей станет научить их лично или дать им возможность пройти обучение у других людей, посетив семинары или практикумы.

Найдите время, чтобы проинструктировать, ответить на вопросы и дать свои комментарии. Одной из ваших самых важных обязанностей является обучение и «взрачивание» следующего поколения руководителей. Кроме того, обучая других выполнять задания, уже освоенные вами, вы освобождаете себя от необходимости делать их лично.

Обучение — важная сторона деятельности руководителя. Вы создаете компетентность и уверенность персонала и преумножаете свою способность получить наиболее важные результаты, ожидаемые от вас в вашей работе. Ваши уроки мотивируют и вдохновляют людей: они начинают понимать, что становятся все более ценными и важными для компании, а также увеличивают свою способность зарабатывать в долгосрочной перспективе.

Практическое применение

1. Определите важные задачи, которые на сегодняшний день можете выполнять только вы. Затем посмотрите вокруг себя и найдите людей, которых можете обучить выполнять эти задачи, чтобы в итоге они перестали быть частью вашей работы.
2. Найдите время, чтобы узнать у подчиненных, какими особыми навыками они хотели бы овладеть, чтобы иметь возможность сделать более ценный вклад в развитие компании. Ищите любую возможность, чтобы учить, тренировать и развивать людей, дабы они могли работать больше и лучше.

ГЛАВА 13

Обучайте и тренируйте непрерывно

Ключ к мотивации персонала — создание среды, работая в которой, люди чувствовали бы себя счастливыми. Чем они счастливее, тем лучше работают, тем лучше они взаимодействуют друг с другом, тем более творческими становятся и тем более положительная рабочая среда будет вас окружать.

Эрл Найтингейл* однажды написал: «Счастье — это постепенное движение к достойной цели или идеалу».

Всякий раз, когда люди считают, что растут лично, становятся лучше, движутся в сторону своего максимального развития, они счастливы и мотивированы. И ничто не может генерировать эти чувства более последовательно, чем ваша преданность как руководителя процессу постоянного обучения, тренировки и развития своих людей.

Непрерывное обучение — ключ к высокой производительности, мотивации, энтузиазму и преданности. Люди будут страдать от низкой самооценки, если не знают, как

* Эрл Найтингейл (1924–1989) — американский оратор-мотиватор, автор книги «Удивительный секрет», признанной одной из величайших книг о мотивации. *Прим. пер.*

выполнить свои задачи. Именно поэтому обучение сотрудников — это ваша работа, как мы говорили в главе 12. Идея этой главы, однако, не только в обучении персонала тому, что он должен уметь, а еще и в том, что ваши сотрудники должны постоянно осваивать новые навыки в новых сферах и постоянно повышать свои знания и умения, тем самым открывая пути личностного и профессионального роста в будущем.

Правильный вопрос

Некоторые руководители не уверены, что им стоит обучать сотрудников: «А что если мы их научим, а они уйдут?» Это неправильный вопрос. Правильный вопрос: «А что если мы их не научим, а они останутся?»

Такие компании, как IBM и AT&T, с большим энтузиазмом относятся к регулярному обучению сотрудников. Сотрудник IBM после нескольких месяцев обучения до начала работы обязан ежегодно посвящать от 40 до 80 часов учебе. Это минимальное требование для продолжения работы. Сотрудники подходят к обучению очень серьезно.

Лучшие компании тратят сотни миллионов долларов каждый год на обучение своих людей, потому что они знают, что надлежащая подготовка имеет невероятно высокую отдачу. Согласно данным журнала *Human Resource Executive Magazine*, правильное обучение людей ключевым навыкам их работы может дать прибыль, в десять, двадцать и даже тридцать раз превышающую стоимость обучения по итогам последующих лет. Каждый доллар, потраченный компанией на обучение, окупится сторицей.

Люди дороже всего

Помимо стоимости проданных товаров операционные расходы среднестатистической компании составляют около 85 процентов заработной платы и премий, и только 15 процентов тратится на все остальное, включая аренду и коммунальные услуги. Даже с учетом производственных затрат средняя компания тратит около 65 процентов своих валовых доходов на зарплаты, вознаграждения и связанные с этим расходы.

По данным исследования, проведенного Американским обществом по обучению и развитию, компании в среднем тратят около одного процента или меньше своих валовых доходов на обучение людей, создающих этот валовой доход. Согласно этому же исследованию, 20 процентов компаний, занимающих ведущие позиции по доходности в каждой отрасли, тратят 3 процента или больше от своих валовых доходов на обучение своего персонала. Компании, тратящие 5–10 процентов валового дохода на обучение, постоянно достигают максимального темпа роста и имеют максимальный уровень рентабельности в своей отрасли.

В условиях высокой конкуренции рынка автомобильных деталей компания Dana Corporation славилась тем, что один день в неделю в ней посвящали обучению сотрудников важнейшим навыкам, необходимым для выполнения своей работы наилучшим образом. И постепенно компания обогнала и превзошла своих конкурентов, у которых персонал работал пять дней в неделю, а на обучение выделялось мало или совсем не выделялось времени.

Обучение и мотивация

Существует прямая связь между непрерывным обучением (и развитием и ощущением личностного роста) и повышением самооценки, испытываемыми людьми. Всякий раз, когда люди получают новую информацию и понимают, что они используют все большую часть своего потенциала, их самооценка растет. Их представление о самих себе улучшается. Они чувствуют себя счастливее и более уверены в своих силах. Одной из задач руководства является разработка плана обучения для каждого сотрудника. Сядьте с человеком и определите, какие навыки кроме существующих ему понадобятся, чтобы иметь возможность вносить более ценный вклад в бизнес.

Если вы работаете в крупной компании, вы можете организовать обучение внутри нее. Если вы работаете в небольшой компании, к вашим услугам тысячи организаций, предлагающих профессиональное обучение. Они придут к вам и обучат всему необходимому конкретно ваших сотрудников и ваш бизнес. Иногда одна обучающая программа может полностью преобразить работу всего отдела или даже всей компании.

Непрерывный личностный и профессиональный рост является наиболее надежным мотиватором для людей, движущим их в сторону более высоких уровней компетентности и эффективности в работе. Обучение ваших людей является абсолютно необходимым условием для создания победной корпоративной атмосферы.

Обучение дает конкурентное преимущество

Один из руководителей сказал мне: «Наше единственное конкурентное преимущество — это способность учиться и применять новые идеи быстрее, чем наши конкуренты».

Так же как спортивные команды высшего ранга имеют строгую и непрерывную программу тренировок, то же самое должны делать и компании высшего уровня. Правило гласит, что «ваша жизнь становится лучше только тогда, когда вы становитесь лучше». Подобным же образом, персонал становится лучше, если становится лучше их руководитель. Компания становится лучше, когда становятся лучше ее сотрудники. Пэт Райли*, баскетбольный тренер, писал: «Если вы не становитесь лучше, вы становитесь хуже». Поскольку сегодня наблюдается невероятная скорость изменения и конкуренции в любой сфере, то если ваши подчиненные и компания не развиваются, не становятся лучше и лучше, значит, они опускаются ниже уровня компаний, в которых обучают сотрудников, поднимая их на более высокий уровень.

Непрерывное обучение и развитие — не выбор. Не опциональное условие. Это обязательная деятельность, необходимая, чтобы выжить на рынке сегодня и завтра.

Практическое применение

1. Поговорите лично с каждым из подчиненных с целью определить один навык, который они хотели бы

* Пэт Райли — бывший американский баскетболист, тренер, президент команды «Майами Хит». Известен как один из самых талантливых тренеров НБА за всю ее историю. *Прим. пер.*

приобрести или улучшить с помощью обучения и развития, чтобы делать более ценный вклад в компанию. Затем предоставьте время и деньги, необходимые каждому сотруднику для развития этого навыка.

2. Определите для себя один навык, который поможет вам делать свою работу еще лучше. Составьте персональное расписание обучения, включающее чтение, прослушивание аудиопрограмм, посещение семинаров и практикумов, и *применяйте* новые знания на рабочем месте. Ваш пример послужит мотивацией и вдохновит других сотрудников.

ГЛАВА 14

Настаивайте на принципе бездефектности

Девяносто процентов успеха в бизнесе прежде всего будут определяться вашей способностью производить отличный продукт. Исследовательская программа PIMS* (влияние рыночной стратегии на прибыль), проведенная в Гарварде, занявшая многие годы и задействовавшая сотни компаний, показала: существует прямая связь между воспринимаемым качеством вашего продукта и рентабельностью вашей компании.

Самые рентабельные компании — ставящие максимальные цены и получающие максимальную прибыль, — всегда воспринимаются как поставщики высшего качества в своих сферах.

То же и с людьми. Если вы хотите, чтобы люди чувствовали себя победителями, необходимо создать среду, воодушевляющую их на победу. И победа в деловой сфере в значительной степени означает выполнение работы наивысшего качества и получение признания за эту работу.

* PIMS (Profit Impact of Marketing Strategy) — влияние рыночной стратегии на прибыль. *Прим. пер.*

Качество — бесплатно

Филипп Кросби* в своем Колледже качества и книге «Качество — бесплатно» (Quality Is Free) дает такое определение качеству: «Качество означает, что продукт или услуга, которые вы продаете, неизменно предоставляют покупателю именно то, что вы обещаете в момент покупки. Ваша оценка качества определяется временем, в течение которого ваш продукт продолжает выполнять обещанные функции».

Самая высокая оценка качества называется «ноль дефектов». Это означает, что ваш продукт или услуга *всегда* делают то, что, по вашим обещаниям клиенту в момент их продажи, они должны делать. Подобным же образом люди могут получить оценку *личного качества*. Если люди всегда выполняют свою работу наилучшим образом в течение 100 процентов времени, изо дня в день, они также получают свою оценку «ноль дефектов».

С помощью принципа бездефектности вы призываете всех сконцентрироваться на качественном выполнении работы и производстве качественных продуктов и услуг. Если вы руководитель компании, именно от вас исходит приверженность всей компании к отличной работе. С вашей подачи каждый сотрудник будет постоянно думать с точки зрения отличного выполнения работы, каждый раз.

Установите высокие стандарты качества

Внедряя концепцию бездефектности, вы устанавливаете стандарт стопроцентного качества. Это означает полное

* Филипп Кросби — один из признанных в мире американских специалистов в области качества. *Прим. пер.*

отсутствие ошибок и дефектов. Вы хотите придать большое значение качественной работе каждого сотрудника. Выражайте признательность, поощряйте, признавайте и поддерживайте качество, каждый раз, когда вы видите качественную работу.

Говорят, что люди обычно проявляют себя лучшим образом, работая на крайне требовательных начальников. Руководитель задает тон для всей компании. Вот почему отношение руководителя к качеству и совершенству устанавливает стандарт для всех остальных.

Верните его

Существует известная история, рассказывающая о Генри Киссинджере* в то время, когда он занимал пост государственного секретаря. Он попросил подчиненного подготовить доклад по важному государственному вопросу. Тот принес ему доклад, и Киссинджер сказал, что посмотрит его и обсудит с подчиненным на следующий день.

Когда автор доклада пришел на следующий день, Киссинджер вернул ему документ и сказал, что он недостаточно хорошо подготовлен и подчиненный может подготовить его намного лучше, если уделит чуть больше времени, чтобы подправить его и довести до совершенства. Подчиненный ушел и работал над докладом еще два-три дня.

Когда он принес доклад Киссинджеру в следующий раз, тот снова сказал, что посмотрит его вечером. На следующий день история повторилась — подчиненный должен

* Генри Альфред Киссинджер — американский государственный деятель, дипломат и эксперт в области международных отношений. Советник по национальной безопасности США в 1969–1975 годах и государственный секретарь США с 1973 по 1977 год. *Прим. пер.*

был поработать еще усерднее, чтобы улучшить доклад и привести его к надлежащему качеству. И снова подчиненный взял доклад и поработал над ним еще два-три дня.

Наконец, он пришел к Киссинджеру с докладом, на этот раз сказав, что этот доклад — лучший из возможных. И если Киссинджеру не понравится этот доработанный вариант, то, по словам подчиненного, с ним нельзя сделать ничего такого, что сделало бы доклад еще лучше.

На это Киссинджер ответил: «Хорошо, если вы полностью уверены, что доклад уже не может быть лучше, я прочту его в первый раз».

Покажите хороший пример

Кроме высокой требовательности к качеству работы каждого сотрудника вы должны самостоятельно показывать пример качественной работы. Вы впереди. Вы пример для подражания. Делая отличную работу, с очевидностью показывающую, что вы «совершили все возможное», вы устанавливаете стандарт для каждого, кто работает с вами и на вас.

Каждый раз, когда человек выполняет работу на отлично, его самооценка растет. Каждый раз, когда человек делает работу посредственно, а другие принимают ее, это никак не сказывается на самооценке. Но когда человек делает работу плохо, он чувствует себя немного ущербным, он чувствует себя неудачником в деловой среде.

Когда кто-то выполняет работу на отлично и это вознаграждается и ценится, человек чувствует себя победителем. Но мало кто сможет сделать действительно отличную работу, пока кто-то не установит стандарт высшего качества, а затем не потребует выполнения этого стандарта. Бездефектность — это отличная цель, и к ней нужно стремиться.

Ценность качественной работы

Возвращаясь к нашей предыдущей дискуссии о ценностях (в главе 8), заметим: для вас важно объяснить сотрудникам, что выживание и успех бизнеса зависят от качества работы. Поощряйте их стремиться всегда делать работу на отлично. Даже в таких мелких делах, как написание письма, сообщения или рекламного текста, мелочи имеют большое значение. Настаивая на том, чтобы каждая часть переписки или переговоров от представителя компании была безупречной, тщательно проверенной и отредактированной, без ошибок, вы устанавливаете стандарт высшего качества, распространяющийся по всей компании.

Точность, аккуратность и совершенство необходимы, когда вы оформляете предложение для клиента или заполняете форму заказа при покупке или продаже. Когда люди получают любую письменную корреспонденцию, они сразу же выносят суждение о качестве всей компании — включая ее продукцию, услуги и персонал, — исходя из аккуратности и отсутствия ошибок в документе.

Если кто-то из ваших сотрудников делает что-то наилучшего качества, уделите этому особое внимание. Помните, вы получите больше всего угодно, что вы признали, поощрили или поддержали. Если вы постоянно напоминаете людям о важности выполнения работы с максимальным качеством, вы устанавливаете идеал, к которому будет стремиться все больше ваших сотрудников. А если они будут стремиться к все более высоким идеалам качества работы, их представление о себе будет улучшаться, а самооценка пойдет вверх. Они станут даже более мотивированными работать еще лучше в будущем.

Практическое применение

1. Установите стандарты высокой производительности для любого вида работы, продукции или услуг, предоставляемых клиентам, и убедитесь, что каждый из сотрудников точно знает, какие они.
2. Покажите пример, самостоятельно делая качественную работу в каждой области, постоянно стремясь стать еще лучше в самых важных своих занятиях.

ГЛАВА 15

Организуйте кружки контроля качества и группы обеспечения качества

Все работы выполняются командами. Успех руководителя — это успех команды. Чем более эффективно и результативно будет работать команда, тем выше качество и количество продукции и тем лучше руководитель будет выглядеть в глазах каждого, особенно высшего руководства.

Кружки контроля качества — японский метод управления, разработанный в 1960–1970-х гг. Эдвардом Демингом, превратившим Японию в признанного мирового лидера по качеству продукции. Организовывая людей в кружки качества и группы по контролю качества, вы поощряете и мотивируете их брать на себя больше ответственности за улучшение качества всего, чем они занимаются. Кружки контроля качества и группы обеспечения качества, однако, работают только тогда, когда получают искреннюю поддержку со стороны высшего руководства. Их нельзя использовать как трюк или инструмент для мотивации людей, пока руководство не поможет полностью

уяснить, что каждая инициатива, направленная на поддержку качества, является чрезвычайно важной деятельностью для компании, для уровня продаж и для ее рентабельности в будущем.

Только сотрудники

Группы обеспечения качества организуются руководством, но состоят исключительно из сотрудников. Каждая группа состоит из равноправных коллег, и они сами выбирают лидера группы. Работа членов группы в том, чтобы раз в неделю в рабочее время собираться вместе и обсуждать способы улучшения работы и способы выполнить ее в своей зоне ответственности.

Следует поощрять регулярные собрания группы обеспечения качества в рабочее время для решения конкретных вопросов и проблем, требующих конкретных, практических ответов. Группы обеспечения качества разных отделов также должны собираться вместе для проведения мозгового штурма идей о том, как улучшить качество продукции, обработки и выполнения заказов, инвентаризации и другие вопросы, влияющие на клиентов и репутацию компании.

Американский аналог премии Деминга за качество — высшей награды, которую может получить компания в Японии, — это премия Болдриджа. Эта награда была учреждена во время правления президента Рональда Рейгана и названа в честь его тогдашнего министра торговли Малкольма Болдриджа.

Каждый год американские компании стремятся заработать премию Болдриджа. Чтобы попасть в список претендентов, они должны заполнить анкету объемом

в пятьдесят-шестьдесят страниц, описывая каждую деталь своей текущей деятельности. Если жюри премии Болдриджа, обычно состоящее из высших руководителей компаний, которые получили премию в предыдущие годы, признает анкету компании удовлетворительной, она подвергается строгой проверке качества.

Управление на основе оценки и измерений

На протяжении многих лет премия Болдриджа присуждалась за так называемое «управление на основе оценки и измерений». Каждому виду деятельности компании присваивается оценка, затем он тщательно измеряется и сравнивается с предыдущими и текущими показателями деятельности, а также с работой других компаний в этой же области. Цель в том, чтобы постоянно улучшать оценки, знаменующие качество в конкретной области деятельности.

Когда у людей есть четкие целевые показатели для улучшения, они внутренне мотивированы, чтобы найти способы, благодаря которым они смогут лучше, быстрее, проще и более творчески выполнять свою работу в каждой отрасли. Организовывая группы обеспечения качества и кружки контроля качества, сконцентрированные на постоянном улучшении, руководство тем самым создает внутреннее давление, направленное на высшую производительность. Оно мотивирует и высвобождает потенциал сотрудников, вовлеченных в процесс. В лучших компаниях каждый сотрудник любого уровня состоит в какой-то группе обеспечения качества. Любая деятельность, влияющая на продажи, прибыльность и удовлетворенность клиентов,

постоянно изучается и тщательно исследуется с целью найти способы сделать ее еще лучше.

После того как группа обеспечения качества разработала идеи и рекомендации по улучшению качества, лидер группы в письменной форме подает отчет руководству компании, где изложены эти рекомендации.

Еще раз о факторе «Икс»

Когда у членов группы постоянно спрашивают их мнение о том, как улучшить качество работы, они чувствуют себя более ценными и важными. Тогда они более мотивированы работать еще лучше в будущем.

Вспомним фактор «Икс». Представление сотрудников о себе в значительной степени зависит от того, как о них заботятся их непосредственные руководители и руководство компании. Если лидеры компании уважают подчиненных, они будут лучше думать о себе и, как результат, лучше работать. Участие в группе обеспечения качества или кружке контроля качества — реальный показатель того, что организация ценит их вклад. Когда сотрудники знают, что компания готова услышать их и уважает их мнение, они относятся к своей работе и к качеству своей работы более серьезно.

Группы обеспечения качества также являются эффективными мотиваторами, потому что удовлетворяют две основные потребности человека (см. главу 10) — в самостоятельности и принадлежности. Мы подвижны одновременно и стремлением к независимости, и воодушевлением от причастности к группе. Группы обеспечения качества основаны на самоуправлении, позволяющем сотрудникам встречаться друг с другом и разрабатывать

новые идеи и инициативы для улучшения качества продукции и услуг, предоставляемых компанией. Члены групп обеспечения качества и кружков контроля качества наслаждаются свободой, так как в состав входят только члены персонала, и мотивированностью участников.

Практическое применение

1. Выберите одну область в вашей сфере ответственности, влияющую на уровень удовлетворенности клиентов, и организуйте группу обеспечения качества, которая смогла бы разработать рекомендации по улучшению деятельности компании в этой сфере.
2. Установите конкретные показатели качества в каждой важной области деятельности компании, а затем ищите способы для постоянного и непрекращающегося улучшения в каждой из этих областей.

ГЛАВА 16

Регулярно проводите мозговые штурмы

Мозговой штурм — один из самых быстрых способов высвободить творческое мышление и создать мотивацию. Это один из самых действенных инструментов, который вы как руководитель можете использовать для решения проблем, преодоления препятствий, достижения бизнес-целей и создания мощной команды людей, преданных своему делу. Процесс мозгового штурма впервые был описан Алексом Осборном, копирайтером рекламного агентства, в 1946 году. На протяжении многих лет этот способ развивался и дорабатывался, и в настоящее время он регулярно применяется во всех быстрорастущих, конкурентоспособных организациях. Если на сегодняшний день вы еще не используете мозговой штурм для продвижения бизнеса, это легко исправить.

Целью мозгового штурма является высвобождение творческих задатков каждого сотрудника вашей компании. И зачастую вы будете приятно удивлены. Иногда не особо общительные и разговорчивые сотрудники предлагают невероятные идеи, способные оказать существенное влияние на результаты деятельности вашей компании.

Упражнение на мозговой штурм

Несколько лет назад компания IBM попросила меня провести по всей стране ряд семинаров, обучающих методам решения проблем и принятия решений. Это заняло около года. Программа такого однодневного семинара включала в себя упражнение, помогавшее овладеть методом мозгового штурма. Участники семинара, человек шесть-семь, садились за круглый стол. Затем я выдавал им задания, и они выполняли их, взаимодействия друг с другом.

Во время упражнения на мозговой штурм участники должны были придумать как можно больше идей для решения конкретной проблемы. В предложенном мною задании проблема заключалась в том, что кирпичный завод произвел избыточное количество — несколько тысяч — кирпичей и не смог продать их на текущем рынке. Завод искал различные способы использования кирпичей, за исключением обычного. У участников было двадцать минут, чтобы придумать как можно больше идей. Они соревновались друг с другом в *наибольшем количестве* идей или ответов.

За каждым столом был человек, которому было поручено записывать идеи по мере их возникновения. За каждым столом сидели люди, занимающие примерно одинаковые должности и позиции в компании. За некоторыми столами сидели исключительно менеджеры или руководители, за другими — технические специалисты. За одним столом, насколько я помню, сидело семь женщин-секретарей.

Количество против качества

Я путешествовал по всей стране, проводя семинары для компании IBM, и среднее число ответов, придуманных сидящими за одним столом во время упражнения на мозговой штурм, составляло 70–80. Но именно в этом семинаре стол, за которым сидели только секретари, выдал более 200 идей о том, как избавиться от избытка кирпичей. За двадцать минут они придумали столько идей! Три женщины из семи записывали ответы. Они оказались намного более творческими, чем руководители высших рангов.

Смысл в том, что вы никогда не должны недооценивать творческий потенциал ваших сотрудников. Иногда у одного человека, чей потенциал вы раскроете, может возникнуть идея или представление, способные изменить направление всего бизнеса.

Семь составляющих процесса мозгового штурма

1. *Выберите оптимальный размер группы.* Идеальный размер группы для мозгового штурма — четыре-семь человек. Меньше четырех и больше семи либо не дают достаточного количества идей, либо не дают возможности каждому участнику внести свой вклад.
2. *Выберите лидера группы и регистратора.* Работой лидера является поддержание процесса, он должен следить за тем, чтобы каждый участник имел возможность высказаться и чтобы никто не доминировал в разговоре. Регистратор должен записывать все идеи по мере их появления. Проследите, чтобы

- участники группы сделали свой выбор до того, как начнется сессия мозгового штурма.
3. *Установите конкретный срок для сессии мозгового штурма.* Рекомендуется давать на обсуждение 15–25 минут. Вовремя начинайте и заканчивайте сессию. Когда люди ограничены во времени, они обычно гораздо быстрее сосредоточиваются и предлагают более удачные идеи и в большем количестве.
 4. *Сформулируйте конкретную проблему или вопрос, требующий практического ответа.* Вопрос «Как мы можем ускорить обратную связь с клиентами?» сформулирован намного удачнее, чем вопрос «Как мы можем сделать клиентов счастливее?».
 5. *Сосредоточьтесь на количестве идей, а не на их качестве.* Представьте это задание в виде игры или соревнования — придумать как можно больше идей и как можно быстрее, в течение срока, выделенного для мозгового штурма.
 6. *Не допускайте критики.* Сконцентрируйтесь на генерации идей, и точка. Не высмеивайте, не комментируйте и не оценивайте любые идеи во время мозгового штурма. Поощряйте дикие идеи, юмор и мышление «за рамками». Отталкивайтесь от идей других участников. Добавляйте свои мысли к идеям других. Комбинируйте идеи, чтобы получить еще больше идей. Если участники не смеются и не веселятся во время сессии, значит что-то идет не так.
 7. *Соберите все сгенерированные идеи и отложите их рассмотрение на некоторое время.* Этот шаг гарантирует, что в оценку идей не будет вмешиваться ваше эго и желание, чтобы ваши идеи победили.

Как работает мозговой штурм

После того как каждая группа придумает от пятидесяти до восьмидесяти идей в ответ на конкретный вопрос, прекратите упражнение и сделайте перерыв. После перерыва попросите каждого регистратора передать перечень идей своей группы лидеру соседней группы. Затем лидер приводит упражнение для обсуждения и оценки качества каждой из идей, предложенной другой группой.

Такой подход также не допускает *вмешательство* эго участников, потому что никто из группы не был причастен к обсуждаемым идеям. В конце сессии каждая группа представляет лучшие идеи, определенные по общему согласию, всем участникам сессии.

Я применяю этот формат, даже когда в мозговом штурме принимают участие восемь или больше человек. Затем вы можете поделить этих людей на две и больше групп и попросить их оценить идеи, предложенные другими группами.

Преимущества мозгового штурма

У мозгового штурма много преимуществ. Он создает вовлеченность, приверженность и энтузиазм. Участие в сессиях стимулирует и высвобождает творческие таланты людей. Мозговой штурм также повышает самооценку, потому что людей просят принять участие и высказать свои идеи.

С помощью мозгового штурма вы можете создать более благоприятную атмосферу для сотрудничества и совместной работы. Вы способствуете установлению более

крепких дружеских связей и общения. Самая крупная награда — то, что вы получаете множество хороших идей и некоторые из них могут изменить направление деятельности компании. На своем опыте я видел, как упражнения на мозговой штурм привели к появлению серии первоклассных идей об увеличении продаж и рентабельности компании.

Систематическое проведение мозговых штурмов является основной обязанностью руководителей. Если вы сейчас не делаете этого, вы пренебрегаете чрезвычайно мощным инструментом управления и напрасно тратите нераскрытый умственный потенциал самых ценных ресурсов компании.

Если регулярно проводить сессии мозговых штурмов, например раз в неделю, вы будете удивлены количеством хороших идей, предложенных среднестатистическим сотрудником. Они смогут помочь в работе и вам, и компании.

Практическое применение

1. Проведите сегодня согласно рекомендациям из этой главы один мозговой штурм. Выпишите инструкции на лист бумаги, чтобы каждый точно знал, что и как делать.
2. Отныне, когда у вас возникнет вопрос или проблема, связанные с деятельностью компании, быстро соберите команду для мозгового штурма и выделите 15–25 минут, чтобы сосредоточиться и сконцентрироваться на разработке наибольшего количества любых идей, способных решить проблему. Вы можете быть приятно удивлены результатами.

ГЛАВА 17

Станьте наставником

Никто не добивается успеха в одиночку. Сегодня человек успешен благодаря идеям, участию, мудрости и руководству людей, которых он повстречал на протяжении своей карьеры. Иногда наставничество происходит *напрямую* — встречи с глазу на глаз, помогающие человеку определить области улучшения и реализовать новые идеи и навыки.

Иногда наставничество происходит *косвенно*, во время работы со старшими, обладающими мудростью и опытом. Получайте знания от них, наблюдая, как они работают и выполняют обязанности. Лучший наставник, когда-либо бывший у меня, — руководитель высшего ранга, который никогда меня не учил. Вместо этого он позволял мне присутствовать на совещаниях, слушать обсуждение значимых вопросов и видеть, как принимаются важные решения. То, чему я научился, наблюдая за ним, до сих пор влияет на меня.

Проявляйте искренний интерес

Для вас одним из самых мощных мотивационных факторов в сфере труда является искренняя заинтересованность в карьерном росте ваших подчиненных. Из-за занятости

у вас, вероятно, не хватает времени, чтобы вести долгие разговоры с младшими сотрудниками. Вместо этого вы можете быть наставником, используя короткие встречи: нужно всего несколько минут, чтобы дать небольшой совет и направить сотрудников в нужное русло.

Если вы серьезно настроены стать наставником, не торопясь выберите одного или двух человек в вашей компании, а затем станьте для них гидом, другом, тренером и советником. Это могут быть ваши подчиненные или коллеги либо даже сотрудники других отделов. Одна из ваших ключевых обязанностей в качестве руководителя — способствовать развитию молодых, талантливых и амбициозных людей, помогая им и направляя их карьеру.

Замечательное свойство наставничества заключается в том, что внимание со стороны уважаемого старшего человека может усилить самооценку и уверенность в себе младшего сотрудника. Человек, имеющий наставника, ощутит себя более важным и ценным и будет более преданным и приверженным работе в компании. Внимание к младшему сотруднику со стороны руководителя — важный мотиватор личного роста и производительности.

Обратить внимание — значит подчеркнуть важность

Существует основное правило, что всякий раз, когда мы обращаем внимание на кого-то, мы также подчеркиваем важность этого человека. Мы помогаем поднять самооценку другого человека и даем ему возможность почувствовать себя более значимым. Когда вы уделяете внимание младшим сотрудникам, проявляя искренний интерес

к их жизни и будущему, они становятся более преданными и приверженными вам и лучше выполняют свою работу.

Сегодня многие успешные руководители часто повторяют: только интерес, проявленный другим руководителем к их развитию, изменил их жизнь и карьеру. То же самое можно сказать и о вас.

Одно из лучших доказательств вашего успеха как руководителя — число людей, говорящих, что именно вы тот человек, благодаря которому они добились всего, что имеют сегодня. Многие топ-менеджеры считают, что получают наибольшее удовольствие в жизни, наблюдая за развитием тех, чьими наставниками были многие годы.

Ключевые особенности наставничества

Наставничество, однако, это не просто выбор младших сотрудников и регулярные советы им о карьере. Первая особенность наставничества всегда заключается в совместности, или химии. Для взаимоотношений «наставник — подопечный» в работе оба должны чувствовать себя спокойно и комфортно друг с другом.

В прошлом я выискивал наставников и на первой встрече понимал, что мы не подходим друг другу. Нам было сложно найти общий язык. И постепенно мы оба понимали, что у нас не получится установить хорошие отношения «наставник — подопечный».

Раньше люди также обращались ко мне с просьбой стать их наставником. В некоторых случаях я был наставником для этих людей в течение многих месяцев и даже лет. В других случаях после первой встречи становилось

ясно, что между нами нет взаимопонимания и что наставничество не будет успешным.

Не спешите

Если вы ищете отношений «наставник — подопечный» с человеком, превосходящим вас по должности, начните с чашки кофе и объясните ему: вы были бы очень благодарны, если бы он смог иногда давать вам советы и указания, способствующие вашей карьере. Если собеседник открыт для этой идеи и вы совместимы друг с другом, убедитесь, что не забираете у него слишком много времени. Пусть ваше общение не превышает десяти минут.

Перед встречей подготовьте перечень вопросов, проблем или наблюдений, которые хотели бы обсудить. Обязательно подготовьте копию перечня для наставника. Если он рекомендует вам прочитать какую-то книгу или пройти какой-то курс, как можно скорее воспользуйтесь рекомендацией. Сообщите наставнику, что вы сделали и что узнали. Вы должны укрепить его уверенность в том, что время, проведенное с вами, — это хорошие инвестиции в будущее.

Обучайте своего подопечного

Когда наставником становитесь вы сами, объясните эти общие правила и указания другому человеку. Научите подопечного приходить к вам с заранее подготовленным перечнем вопросов в письменном виде. Выделяйте на встречи десять минут или больше, если у вас есть время. Определите время начала и завершения встречи. Не опаздывайте на встречи и заканчивайте их в оговоренное время.

Закон Паркинсона гласит: «Работа заполняет время, отведенное на нее». Если вы выделите десять или пятнадцать минут для наставнической сессии и ваш подопечный осознает это, вы будете приятно удивлены тем, как быстро пройдетесь по всем вопросам из перечня за короткий промежуток времени.

Обе роли — наставника и подопечного — могут значительно обогатить опытом вашу жизнь. Будучи наставником для младших сотрудников, вы часто можете оказать на них влияние, которое будет длиться в течение многих лет, если не всю их жизнь.

Практическое применение

1. Выберите одного человека в команде, демонстрирующего отличный потенциал, и выделите время, чтобы встречаться с ним еженедельно на десять минут. Предложите ему помощь в карьерном росте в любой возможной форме.
2. Оглянитесь вокруг и выберите того, кто вам нравится, кем вы восхищаетесь и кого вы считаете более опытным и осведомленным в сфере вашей деятельности. Встретьтесь с этим человеком за чашкой кофе и спросите его, можете ли вы обращаться к нему за советом раз или пару раз в месяц. Это может стать началом прекрасной дружбы.

ГЛАВА 18

Подавайте личный пример

Подавать личный пример и быть образцом для подражания — одна из важнейших обязанностей руководителей. Это помогает подчиненным сформировать идеальное представление о том, какой человек вызывает восхищение и уважение.

Личный пример — абсолютное требование в управлении, необходимое условие лидерства. Характер и производительность сотрудников компании никогда не будут выше или лучше, чем поведение, стандарты и честность руководителей, то есть ваши.

Моральное состояние в коллективе основывается на характере и личности руководителя. Вы как лидер можете подать пример, подняв дух подчиненных. Слова и действия руководителя задают настрой всего отдела, не важно, положительный или отрицательный, продуктивный или нет.

Важнейший вопрос

Вот один из важнейших вопросов, которые вы можете задать себе: «Какой стала бы моя компания, если бы все в ней вели себя как я?»

В бизнесе принято считать, что сотрудники относятся к клиентам так, как к ним относится руководство. Всякий раз, когда вы как клиент получаете отличное обслуживание, вы знаете: за кулисами стоит отличный руководитель, заботливый к подчиненным. И всякий раз, сталкиваясь с плохим обслуживанием, можете быть уверены: эти работники подчиняются плохому руководителю. Так как они не могут отплатить ему тем же негативом, то переносят негатив на клиентов. Вы сталкиваетесь с этим постоянно.

Для вас очень важно окружить своих людей теплой, дружеской и поддерживающей атмосферой. Будучи приятным, жизнерадостным и уверенным в себе человеком, вы создаете положительный климат в компании.

На работе руководитель (и все, что руководитель делает) имеет чрезвычайное влияние на мысли, чувства, отношения и поведение персонала. Доброе или подбадривающее слово руководителя может сделать человека более счастливым и более продуктивным в течение всего дня. С другой стороны, негативный комментарий или хмурый взгляд начальника может вызвать беспокойство и ощущение опасности у человека и, в общем, снизить его эффективность на остаток дня. То, что вы делаете и говорите как руководитель, оказывает существенное влияние на других людей.

У всех на виду

Все постоянно наблюдают за руководителем, украдкой следят за вами. Что бы вы ни сказали, все быстро передается остальным. И все знают обо всем. В бизнесе или в компании не существует секретов. Если вы отзоветесь

о ком-то положительно или отрицательно, даже случайно, этот человек узнает о ваших словах быстрее, чем вы можете себе представить и, как правило, в искаженном виде.

На собраниях вы находитесь в центре внимания. Каждый смотрит на вас. Люди знают обо всем, что вы делаете или говорите, даже о том, чем вы пренебрегаете.

Один из лучших способов руководить с помощью личного примера — всегда быть позитивным. Всегда отзывайтесь положительно или приподнято о любом сотруднике, когда вы говорите о нем другому сотруднику. Всякий раз, когда вы похвалите других людей за их спиной, они очень быстро узнают об этом, и произойдет желаемый вами эффект — их самооценка повысится, а представление о себе улучшится.

Время испытаний

Самое главное — подать личный пример, когда что-то идет не так: вы находитесь под давлением, есть серьезная проблема, неудача или сбой в работе компании. Это называется «время испытаний», и вы показываете свой настоящий характер. И тогда вы можете показать всем, какой вы на самом деле.

В 2010 году мне поставили диагноз — рак гортани. Эта новость оказалась настоящим шоком — меня поймут те, кто строил компании с десятками сотрудников, профессионально выступал, вел семинары, делал видео-аудио-записи. В то же время я понимал: весь мой персонал попадает под влияние моего диагноза, особенно их беспокоит вопрос, сохранят ли они работу. Люди всегда думают о своих доходах.

К счастью, у меня были прекрасные врачи и рак того вида, который хорошо поддается лечению. Мои врачи

определили его на начальной стадии, и хотя мне пришлось пройти через химиотерапию, операцию и облучение, опасности для жизни не было.

Как только я понял всю серьезность моей ситуации (или, наоборот, несерьезность), то завел себе привычку еженедельно приезжать в офис и разговаривать с каждым из сотрудников. Я оставался позитивным, оптимистичным и жизнерадостным. Я рассказывал им, что происходит, как проходит лечение, что я, вероятнее всего, потеряю голос, как долго не смогу говорить и другие подробности.

В результате, хотя люди были обеспокоены, они продолжали быть позитивными и выполняли свою работу, как будто бы в компании все вполне нормально.

Возможность показать характер

Всякий раз, когда у вас возникает проблема или кризисная ситуация, помните, что вы находитесь в центре внимания. И это возможность для вас продемонстрировать качества и характер лидера. Ваша работа в том, чтобы не допустить негативной реакции или проявления любого вида паники в сложных ситуациях, а, наоборот, реагировать спокойно и эффективно, следя за тем, чтобы все сосредоточилось на решении проблемы и хорошо делали свою работу.

Если вы как лидер хотите, чтобы подчиненные были эффективными, продуктивными и пунктуальными, вы сами должны быть эффективным, продуктивным и пунктуальным. Правильно распоряжайтесь своим временем. Установите четкие приоритеты, работайте над наиболее важными задачами и демонстрируйте всем усердие

и трудолюбие в работе. Вы не можете ожидать, что другие люди будут работать лучше, чем день за днем работаете вы.

Кроме того, как руководитель вы должны быть мужественным и решительным. Будьте готовы занять принципиальные позиции, постоять за ваших сотрудников и принимать твердые решения. А также будьте в состоянии объяснить причины любых ваших действий. Не забывайте: каждый день, в любой ситуации ваши сотрудники наблюдают за вами и формируют свое собственное поведение, основываясь на том, как поступаете вы. Показывайте хороший пример всем своим сотрудникам, так чтобы каждый сотрудник вел себя так же, как вы, и тогда компания станет потрясающим местом для работы.

Практическое применение

1. Выберите одну черту поведения, которой всем было бы полезно обладать (например, пунктуальность), и выработайте ее в себе, чтобы продемонстрировать ваши качества и характер руководителя.
2. Решите сегодня оставаться спокойным, позитивным и жизнерадостным, даже если что-то пойдет не так, помня, что вы в центре внимания.

ГЛАВА 19

Слушайте свой персонал

Лидеры — это слушатели. Лучшие лидеры слушают вдвое больше, чем говорят. У них очень высокий показатель соотношения вопросов и монологов. Они задают большое количество вопросов и дают подчиненным возможность регулярно, честно и открыто высказывать свое мнение.

Вы можете определить качество отношений между руководителем и подчиненными по тому, насколько свободно сотрудники выражают свои идеи и мысли, не опасаясь подвергнуться критике или быть проигнорированными.

В ежегодных исследованиях www.greatplacetowork.com одна из важнейших характеристик лучших компаний — высокий уровень *доверительности*. Это значит: «Я могу свободно высказать свое мнение руководителю, не боясь подвергнуться критике или потерять работу».

Умение слушать — большая сила

Умение слушать называют «белой магией», потому что оно имеет почти волшебное воздействие на людей, благодаря чему они чувствуют себя потрясающе. Когда вы слушаете других, то подчеркиваете их ценность и даете им возможность почувствовать себя более важными

и стоящими. В среднем руководители тратят около 60 процентов своего времени на встречи и совещания с подчиненными и вышестоящим руководством. Чем больше и лучше вы слушаете, тем точнее будете знать, что происходит в компании, тем быстрее заметите решаемые проблемы или трудности и тем более расслабленными и уверенными будут сотрудники в вашем присутствии.

Четыре ключа к эффективному слушанию

Вот четыре ключевых навыка, о которых вы узнаете в этой главе: 1) слушайте внимательно; 2) делайте паузы; 3) задавайте уточняющие вопросы; 4) перефразируйте.

Слушайте внимательно

Немного наклонитесь вперед и внимательно прислушайтесь к тому, что говорит другой человек. Отложите в сторону все отвлекающие предметы. Отложите телефон и отключите звук на компьютере. Когда вы сидите и разговариваете с сотрудником, обращайтесь с человеком так, будто он самый важный человек на свете.

Говорят, что «пристальное внимание — высшая форма лести». Когда вы крайне внимательно слушаете человека, это производит на него физическое воздействие. У собеседника повышается пульс, увеличивается кожно-гальваническая реакция*, повышается кровяное давление. Когда

* Кожно-гальваническая реакция (КГР) — биоэлектрическая активность, фиксируемая на поверхности кожи и обусловленная деятельностью потовых желез. Служит для анализа состояний человека, его эмоционально-волевых и интеллектуальных процессов. Является индикатором эмоционального состояния человека. КГР измеряется при прохождении теста на полиграфе. *Прим. пер.*

вы внимательно слушаете людей, благодаря чему они чувствуют себя более значимыми и ценными, их самооценка и уверенность в себе растут.

Слегка наклонитесь вперед, пристально смотрите в лицо человеку и перемещайте взгляд, чтобы периодически перехватывать взгляд собеседника. Кивайте, улыбайтесь и будьте активным слушателем. Дайте человеку почувствовать, что то, что он говорит, важно для вас и что вы уделяете пристальное внимание его словам.

И прежде всего не прерывайте и даже не пытайтесь прервать. Большинство людей настолько озабочены своим следующим замечанием, что практически не слушают друг друга. Они просто ждут возможности влезть в разговор, пока говорящий делает вдох.

Сделайте паузу, прежде чем ответить

Когда ваш собеседник завершает речь, вместо того чтобы сразу же высказывать свои комментарии, позвольте тишине воцариться в разговоре. Короткое молчание, не более трех-пяти секунд, дает вам три преимущества.

1. Делая паузу, вы показываете человеку, что внимательно думаете над тем, что он только что сказал, и это дает ему возможность почувствовать себя более ценным и уважаемым.
2. С помощью паузы вы избежите риска прервать вашего собеседника, если он просто перестраивает мысли, чтобы продолжить свою речь.
3. Во время паузы вы на самом деле начинаете глубже понимать смысл слов другого человека. Помните:

не только то, что сказал человек, но и то, чего он не сказал, имеет большое значение для переданного им сообщения.

Самые лучшие слушатели применяют «искусство паузы» в каждом разговоре. Это дает им огромное преимущество как для понимания других людей, так и для понимания их другими.

Уточняющие вопросы

Никогда не будьте уверены, что люди действительно имеют в виду то, что они говорят. Вместо этого, если возникает неясность, просто спросите: «Что вы хотите этим сказать?» Это самый мощный вопрос для управления разговором.

С раннего детства люди усвоили, что на любой вопрос нужно отвечать. Когда вы спрашиваете: «Что вы хотите этим сказать?» — люди практически неизменно ответят вам, расширяя свои предыдущие комментарии, давая вам больше информации, чтобы вы могли четко понимать, что они в действительности хотят сказать.

Помните, что *человек, задающий вопросы, управляет ситуацией*. Человек, отвечающий на вопросы, управляет тем, кто их задает. Чем больше вопросов вы зададите, тем в большей степени будете контролировать и направлять разговор. Чем больше вопросов вы зададите, тем больше узнаете, а чем больше информации получите, тем больше возможности у вас будет принять более удачные решения и быть лучшим руководителем.

Перефразируйте слова собеседника

Повторите сказанное собеседником, изложив суть своими словами. Это лакмусовая бумажка слушателя. Таким образом вы показываете, что вы *действительно* внимательно слушаете, что говорит другой человек, а не просто вежливо улыбаетесь, думая о своем.

Вы можете сказать что-то вроде: «Позвольте мне убедиться, что я правильно вас понял...», а затем перескажите своими словами то, что только что сказал ваш собеседник. Когда он подтвердит, что вы действительно верно его поняли, можно высказать собственные комментарии или наблюдения.

Умение слушать создает доверие

Вопросы — ключ к лидерству и хорошим взаимоотношениям с людьми. Задавая вопросы, вы получаете возможность выслушать ответы. А слушать — значит вызвать доверие. Доверие между двумя людьми — основа максимальной производительности. Еще важнее, что это создает характер. Чем больше вы слушаете других людей и искренне пытаетесь понять и проникнуться их словами, тем больше развиваете себя. Слушать — значит обладать огромной дисциплиной, особенно если вы умеете слушать не прерывая. Практикуйтесь терпеливо, не спеша и в расслабленном состоянии. Слушайте так, будто в вашем распоряжении все время в мире. Помните, что некоторым

людям надо больше времени, чтобы дойти до сути, чем другим.

Руководитель, сотрудники которого могут говорить открыто и смело, будучи уверенными, что он сосредоточит все свое внимание, чтобы понять их, показывает подчиненным, что заботится о них и считает их важными. Уметь внимательно слушать других людей — мощный мотивационный инструмент, который не только придает подчиненным сил, но также укрепляет вашу позицию, помогая вам стать глубоко информированным руководителем.

Практическое применение

1. Решите сегодня, что когда кто-то захочет поговорить с вами, вы закроете дверь, отключите свой мобильный и устранили любые отвлекающие предметы, чтобы вы смогли полностью сосредоточиться на вашем собеседнике.
2. Учитесь задавать больше вопросов, а затем внимательно слушать ответы, не комментируя и не прерывая. Внимательно слушать другого человека — значит получить лучший способ для установления доверия между вами, а доверие — основа морального духа и пиковой производительности на рабочем месте.

ГЛАВА 20

Помните о факторе дружбы

Когда сотрудников попросили описать характеры лучших руководителей, которые у них когда-либо были, практически всегда звучал ответ: «Я постоянно чувствую, что босс заботится обо мне как о личности, а не просто как о члене коллектива».

Фактор дружбы — важное качество отношений, дающее людям возможность проявлять себя самым лучшим образом. Сегодня установление действительно дружеских отношений между сотрудниками и руководителем — ключ к успеху в бизнесе. Качество взаимодействия между работодателем и работником жизненно важно, поскольку определяет мотивацию и производительность в любой компании. Наличие или отсутствие фактора дружбы обусловит желание сотрудников помогать другим и действовать в коллективе, когда им надо будет работать на вас, с вами и с другими членами команды.

В более широком смысле можно с уверенностью сказать, что успех в бизнесе пропорционален числу и качеству дружеских связей, установленных на протяжении вашей карьеры. Это не просто количество людей, вам знакомых, это количество людей, знающих вас с положительной стороны. Чем больше людей знают вас и *симпатизируют* вам, тем охотнее они помогут вам в вашей жизни и работе.

Фактор дружбы имеет огромное влияние на то, будут ли ваши сотрудники работать, придерживаясь высших уровней качества, станут ли стремиться к совершенству и ощущают ли себя особенными, работая с вами.

Ваши инструменты — ясность и внимание

Итак, выясняется, что хорошие руководители могут поддерживать баланс двух важных качеств: ясности и внимания. Они проявляют заботу и сочувствие к работникам, заботясь о них как о членах корпоративной семьи и помогая им чувствовать себя счастливо и безопасно на работе. В то же время они имеют абсолютно ясное представление о задачах, ожидаемых результатах и обязанностях каждого. Все подчиненные точно знают, что должны сделать, чтобы работа выполнялась качественно.

Фактор дружбы основывается на внимании, заботе и вежливости. Это нормальное поведение хороших руководителей по отношению к своим подчиненным.

Вы проявляете *внимание* к своим сотрудникам, интересуясь их делами, особенно семьей и личной жизнью. Когда вы демонстрируете интерес к тому, чем они занимаются вне работы, вы даете понять, что цените их по-человечески, уважая их жизнь вне работы. От этого они чувствуют себя более ценными и в результате еще больше уважают вас и симпатизируют вам.

Заботьтесь о сотрудниках

Вы проявляете *заботу* о сотрудниках, если в момент, когда они приходят к вам с проблемой, немедленно

прекращаете свои дела и предпринимаете попытку хоть как-то помочь решить проблему.

Например, я всегда говорю своим сотрудникам: «Дети на первом месте». Этим я даю понять, что если с их детьми возникла любая проблема, сотрудники могут немедленно покинуть рабочее место, чтобы позаботиться о ребенке, не боясь вычетов из зарплаты или требования отработать пропущенное время. Это один из лучших способов для работодателя показать молодым мамам, что вы действительно заботитесь о них и о самой важной части их жизни.

Когда вы спрашиваете сотрудников о семьях и личной жизни, а также сочувствуете, если они сталкиваются с трудностями, то показываете, что ваша забота настоящая. Вы также проявляете заботу и внимание, высказывая благодарность и говоря комплименты по поводу их приобретений, внешнего вида и личных достижений.

Применяйте Золотое правило менеджмента

Вы проявляете *вежливость*, когда демонстрируете личное расположение и уважение к каждому человеку. Когда вы вежливы — особенно в условиях стресса, когда что-то идет не так или когда у сотрудника возникает проблема, — то укрепляете ощущения безопасности и комфорта, которые испытывает сотрудник на своем рабочем месте. Если вы вежливы с людьми, это приводит к улучшению морального духа и усилению мотивации.

Для вас ключ к фактору дружбы — применение на практике того, что называется Золотое правило менеджмента. Относитесь к другим людям так, как бы вы хотели, чтобы ваши руководители относились к вам. Заботьтесь о своих

подчиненных так, будто они партнеры или клиенты, — как к важным и ценным составляющим предприятия.

Когда Джек Уэлч был CEO* компании General Electric, он призвал всех руководителей относиться к сотрудникам так, будто они станут их руководителями в следующем году. Из-за конкурентной внутренней среды General Electric и быстрого продвижения высококомпетентных людей такие ситуации не были редкими — сотрудники частенько становились подчиненными тех, кем не так давно руководили сами.

Лучшее время вашей трудовой жизни

Лучшее время в вашей трудовой жизни — когда у вас устанавливаются отличные отношения с начальником. Худшее время в вашей трудовой жизни — когда у вас возникают трудности или проблемы с начальником. Ваша обязанность как руководителя — установить хорошие отношения со всеми сотрудниками и сделать так, чтобы они ладили с вами.

Применять Золотое правило по отношению к персоналу просто. Задайте себе несколько ключевых вопросов, например:

Что помогает мне чувствовать себя наилучшим образом, когда я на работе? Что делает меня счастливым, воодушевленным, полным энтузиазма и удовольствия на рабочем месте?

Кто был лучшим руководителем из всех, которые у меня когда-либо были, и что он делал или говорил такого,

* CEO (Chief Executive Officer, англ.) — высшая исполнительная должность в компании, аналогичная должности генерального директора в России. *Прим. пер.*

отчего я чувствовал себя счастливым? Как я могу вызвать такое же ощущение счастья у моих подчиненных?

Каковы идеальные взаимоотношения, которые я хотел бы построить с коллегами?

Независимо от того, что вы ответите, используйте вопросы как руководство по заботе о персонале. Делайте и говорите другим людям то, чего бы хотели получить и слышать от них, если бы вы поменялись должностями.

Практическое применение

1. Ежедневно, здороваясь с сотрудниками, интересуйтесь, как дела у них, в их семьях. Внимательно слушайте ответы, улыбайтесь, кивайте и высказывайте интерес и сопереживание. Только после этого можете приступать к разговору о работе.
2. Всегда применяйте Золотое правило менеджмента. Говоря с сотрудником, представьте, что он вскоре окажется вашим боссом и только вы знаете об этом.

ГЛАВА 21

Сотворите МОТИВАЦИОННОЕ ЧУДО

Ваш успех как руководителя будет определяться способностью побудить обычных людей работать с необычной эффективностью. Ваша цель в том, чтобы создать команду победителей, состоящую из высокомотивированных людей, которые прилагают все усилия для достижения целей компании.

Существует семь принципов поведения, которые вы можете практиковать каждый день, тем самым мотивируя своих людей работать наилучшим образом, раскрывая в них 50 процентов неиспользованного потенциала, которые большинство приносит с собой на работу и неизрасходованными забирает домой в конце дня (каждый из принципов более подробно описан в моей книге Full Engagement («Полная вовлеченность»)).

1. *Улыбайтесь.* Когда вы впервые за день встречаете человека, улыбнитесь. Посмотрите ему прямо в лицо, сделайте паузу и улыбнитесь, давая понять, что вы рады его видеть. Когда вы улыбаетесь, то задействуете всего 13 мышц, а когда хмуритесь — 112. Так что улыбаться людям каждый день при встрече намного проще. Это также помогает им быть более счастливыми и мотивированными.
2. *Задавайте людям вопросы.* Говорите с ними, спрашивайте, как у них дела сегодня и вообще. Когда вы

проявляете неподдельный интерес к другим, они чувствуют себя ценными, уважаемыми и значимыми и хотят отблагодарить вас, хорошо выполняя свою работу.

3. *Слушайте их.* Если вы внимательно, не прерывая, слушаете человека, это дает ему возможность ощущать себя более ценным и повышает его самооценку благодаря выработке эндорфинов. Когда слушаете, не забывайте кивать, улыбаться и пристально смотреть собеседнику в лицо. Покажите, что все, что он говорит, вам чрезвычайно важно и интересно. Активное слушание займет у вас всего несколько минут в день, но оно имеет мощное позитивное влияние на то, как люди выполняют свою работу.
4. *Будьте вежливы.* Всегда будьте вежливы, учтивы и почтительны, когда говорите со своими сотрудниками. Относитесь к ним так, будто они талантливы, умны и опыты. Немного наклонитесь вперед и повернитесь прямо к ним, как будто сейчас в мире нет ничего важнее для вас, чем общение с ними.
5. *Говорите «спасибо».* Благодарите людей за все — большое и малое, — что они делают. Благодарите за то, что они вовремя пришли на совещание, за завершение задания, за предоставление информации и за все, что они делают в рамках своих должностных обязанностей. Выражение признательности по отношению к другим людям, благодарность за то, что они сказали или сделали, — еще один способ сделать их счастливее, дать им возможность почувствовать себя более ценными и важными.

6. *Держите людей в курсе дел.* Полностью информируйте подчиненных обо всем, что происходит в компании, бизнесе, и особенно о том, что может сказаться на их работе или их занятости. Наиболее удовлетворенные сотрудники в каждой компании говорят: они ощущают себя инсайдерами, они в курсе происходящего, информированы обо всем, что может хоть как-то повлиять на них или их работу.
7. *Поощряйте непрерывное совершенствование.* Призывайте людей придумывать способы делать свою работу лучше или усовершенствовать компанию любым возможным способом. После Второй мировой войны японцы перестроили свою экономику на основе системы кайзен*, которая базировалась на идее «непрерывного улучшения». Они призвали работников на всех уровнях искать возможности для небольших и крупных улучшений, которые те могут сделать в своей области.

Когда вы начнете применять эти идеи и пользоваться ими как руководством к тому, как относиться к коллегам, вы поразитесь, насколько эффективнее вы станете и насколько усилится желание вашей команды достигать лучших результатов.

Ваша способность мотивировать, вдохновлять и раскрывать самые лучшие качества подчиненных больше, чем любой другой фактор, определит ваш успех как руководителя.

Удачи!

* Кайзен — с японского дословно «улучшение» — подход к организации производства, заключающийся в пошаговом улучшении качества.
Прим. пер.

ОБ АВТОРЕ



Брайан Трейси — один из самых популярных спикеров в мире.

Он родился в 1944 году в Канаде и был одним из четырех детей в небогатой семье. Трейси бросил школу и в начале пути был рабочим на фабрике, менял одну низкооплачиваемую работу на другую и даже был моряком, объехав немало стран.

Настоящая карьера Брайана Трейси началась в двадцать с небольшим, когда он стал торговым агентом. С этого момента Трейси начал изучать техники продаж и опыт лучших продавцов, пытаясь понять, что делало их таковыми. Полученные знания он применял на практике и уже через несколько лет добился впечатляющих результатов, получив должность директора по операционной деятельности в девелоперской компании с капиталом в двести шестьдесят пять миллионов долларов.

С 1981 года Брайан Трейси начал вести семинары по психологии успеха. Его цель — помочь людям достичь поставленных целей.

За годы карьеры профессионального лектора аудитория Трейси составила несколько миллионов человек. Он работал с Motorola, Hewlett Packard, «Сбербанком», Coca-Cola и другими лидерами.

Трейси говорит на четырех языках, он посетил с выступлениями больше восьмидесяти стран, несколько раз был в России.

Его книги (а на сегодняшний день их больше сорока) переведены на несколько десятков языков.

Брайан Трейси женат, у него четверо детей.