

obiektywne (w przeciwieństwie np. do metod określania motywacji polegających na obserwacji kierowniczej) oraz porównane są do „norm”, czyli wyników średnich uzyskanych przez „populację”. To z kolei pozwala zrozumieć w jaki sposób motywatory respondenta wyróżniają go, pozwala w dużym stopniu przewidzieć jego postawę życiową oraz pomaga tłumaczyć postępowanie.

Reiss Motivation Profile – w Polsce

Reiss Motivation Profile znajduje zastosowanie wszędzie tam, gdzie znajomość zaawansowanych procesów motywacyjnych jest kluczowym czynnikiem sukcesu.

W Polsce metoda jest obecna od ubiegłego roku. Niedawno wybrane punkty dealerskie wiodącej marki motoryzacyjnej wzięły udział w programie coachingowym opartym o metodykę profesora Stevena Reissa. Funkcjonowanie zespołów handlowych w branży motoryzacyjnej wiąże się z koniecznością pracy w warunkach silnej konkurencji cenowej, pracy pod rygiem standardów jakościowych i proceduralnych importera, pracy związanej z przetwarzaniem dużej ilości szybko zmieniającej się informacji na temat oferty produktowej i finansowej. Dodatkową presję wytwarzają klienci, którzy jak na każdym rynku, mają nieustannie rosnące wymagania. Program został wprowadzony po to, aby pomóc pracownikom zespołów handlowych lepiej komunikować się w tym dynamicznym środowisku, a szefom zespołów sprzedażowych świadomie

kształtować politykę motywacyjną.

W jednym z punktów dealerskich wartością charakterystyczną okazał się „honor”. Osoby mające wysoką wartość tego motywatora bardziej niż przeciętnie cenią sobie życie zgodnie z zasadami, moralność, dotrzymywanie obietnic oraz postępowanie zgodnie z regułami, nawet kosztem osiągnięcia osobistego celu. Są również bardziej niż przeciętnie wrażliwe na argumentację dotyczącą zaufania czy bycia lojalnym.

Szef działu sprzedaży postanowił budować politykę jakościową w oparciu o tę wartość. „What we promise is what you get (otrzymasz to, co Ci obiecamy), niby stary i nieco wyświechtany slogan, ale gdy rzeczywiście odzwierciedla wartości zespołu, nabiera blasku, motywuje i wyróżnia” - mówi Emil Skonieczka, Dyrektor Sprzedaży punktu dealerskiego Bednarek.

„Program motywacyjny oparty o metodę profesora Reissa doskonale wpisał się w filozofię naszej marki, której jedną z kluczowych wartości jest innowacyjność. Cieszę się, że poszukujemy coraz to nowych sposobów, żeby wyróżniać się na nietatym rynku. Gdy tylko ustyszałem, że Reiss Profile wykorzystywany był przez takich szefów zespołów jak Jürgen Klopp czy Mirko Šlómka z piłkarskiej Budneśligi, to już byłem ciekawy, na czym to wszystko polega. Teraz udało mi się jeszcze lepiej poznać mój zespół. To zadziwiające czasami, jak mało wiemy o osobach, z którymi pracujemy od lat. Reiss Motivation Profile to

Profesor Steven Reiss - autor RMP®

Profesor Steven Reiss studiował na prestiżowych uczelniach Dartmouth College, Yale University oraz Harvard Medical School. Do 2009 r. był profesorem w katedrze Psychologii i Psychiatrii na Uniwersytecie Stanowym w Ohio oraz dyrektorem w Centrum im. Herschela W. Nisonger'a. Jego prace z dziedziny psychologii i psychiatrii były wielokrotnie nagradzane przez amerykańskie stowarzyszenia branżowe. Obecnie, jak wynika z Social Science Citation Index jest jednym najczęściej cytowanych psychologów w Stanach Zjednoczonych. Jego prace przetłumaczone zostały na większość języków europejskich, a obecnie popularność zyskują w Azji. Jest autorem Reiss Motivation Profile® - metody indywidualnego profilowania motywacyjnego, która wykorzystywana jest przez międzynarodową sieć konsultantów. W Polsce metodyka popularyzowana jest przez ID Reiss Motivation Profile Polska. www.reissprofile.pl

Katarzyna Janas

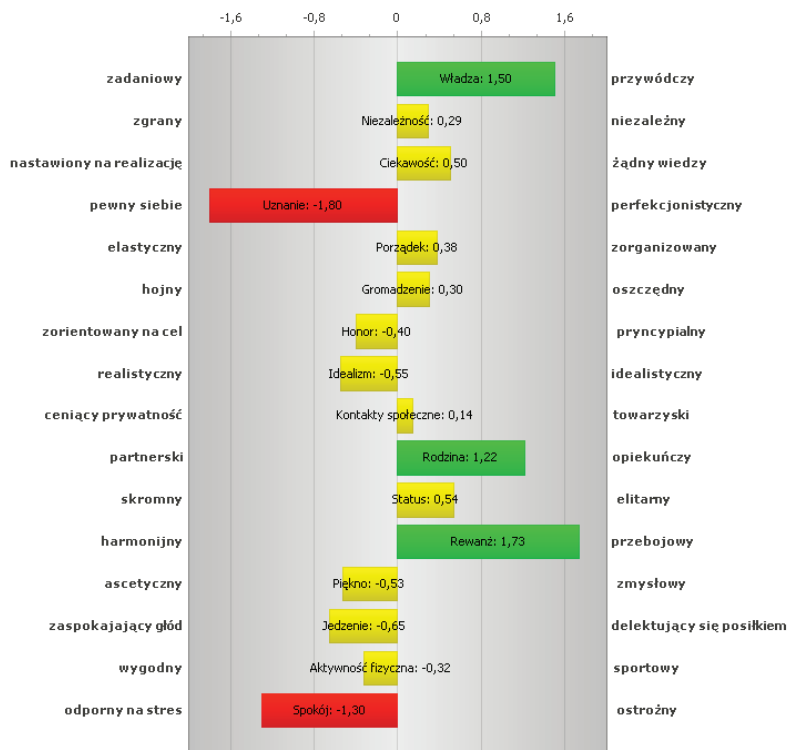
Coach, trener biznesu, Reiss Profile Master. Współzałożycielka Instytutu Reiss Motivation Profile Polska. Prowadziła projekty coachingowe i doradcze dla niemieckich marek motoryzacyjnych. Współwłaścicielka firmy informatycznej VOWOS.

narzędzie do świadomego zarządzania i motywowania” – kontynuuje Emil Skonieczka.

Reiss Motivation Profile – w zespołach projektowych

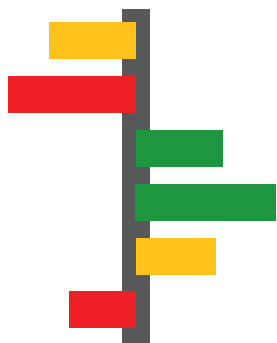
Rola kierownika projektu często polega na koordynacji pracy interdyscyplinarnych zespołów. Jedną z kluczowych trudności jest to, że mamy do czynienia z osobami, które bezpośrednio nam nie podlegają. Odpada więc środek „motywacyjny” w postaci wydawania „poleceń służbowych”, a gdy raz lub drugi poskarżymy się do sponsora projektu na naszego kooperanta to mamy gotową „wojenkę” i wewnętrzne wroga. Motywujemy zatem ludzi, którzy mogą, ale nie muszą nam pomóc. Dzięki profilowi motywacyjnemu Reissa możemy poznać motywację głównych interesariuszy projektu oraz dowiedzieć się na jaką argumentację będą otwarci i co zrobić, żeby pozyskać ich „serca” dla projektu.

A może zamiast kolejnego wypadu na kręgle czy paintball warto poświęcić trochę czasu i lepiej poznać siebie i ludzi z którymi pracujesz... ■■■



REISS MOTIVATION PROFILE (RMP) Marcin M.

Przykładowy profil motywacyjny.
(Kolorystyka w profilu jest umowna. Kolor zielony oznacza wysoką wartość motywatora, a czerwony niską. Kolor żółty przewidziany jest dla neutralnych wartości.)



REISS MOTIVATION PROFILE®

Dowiedz się,
co motywuje Ciebie
i Twój zespół

Zaawansowane podejście do motywowania, znane ze środowiska profesjonalnego sportu i biznesu jest już dostępne w Polsce.

- Rozwój kadry kierowniczej
- Komunikacja wewnętrzna
- Komunikacja marketingowa
- Teambuilding
- Rekrutacja i dobór współpracowników

www.reissprofile.pl
rmp@reissprofile.pl

ID RMP Polska Sp. z o.o.
ul. Ordynacka14/10
00-358 Warszawa