

Как коммуникации помогут повысить лояльность сотрудников к руководителю

В коронакризис статистика такова, что уровень заработных плат многих людей не просто упал, а практически обрушился. И даже если “все всё понимают”, то недовольство постепенно нарастает и иногда рискует достичь взрывоопасных высот. Как в таких условиях повысить лояльность сотрудников к работодателю и побудить их вкладывать в работу все силы?

На самом деле, в большинстве случаев помочь может грамотно выстроенная коммуникация между подчиненными и руководителем:

1. Сотрудники должны вас понимать

Работники не всегда видят и осознают, что руководство предпринимает что-то для выхода из кризиса и нормализации ситуации. То есть они просто не знают, что начальство что-то делает, а не просто сидит и ждёт, когда всё само пройдет.

Так что очень важно подробно обрисовывать сотрудникам все действия, которые компания предпринимает для выхода из сложной ситуации. Нужно рассказывать о достижениях и неудачах. Так сотрудник будет здраво оценивать положение дел, будет вовлечён в процесс борьбы с кризисом и сам будет осознавать причины многих управленческих решений, в том числе и причины урезания зарплаты.

2. Вы должны понимать своих сотрудников.

Ужесточение требований к работникам сейчас вполне понятный и осознанный шаг в политике многих компаний. Чтобы справиться с кризисом нужна отлаженная команда, работающая как часы и ни на что не отвлекающаяся.

Но тут проблема в том, что урезанная зарплата, удалённая работа, сокращения и другие издержки данного периода, заставляют многих рассеивать внимание на огромный ряд нерабочих задач: ребёнок дома вместо детского сада, жену сократили, нечем платить ипотеку и т.д.. И выходит, что превосходный сотрудник теряет эффективность или вовсе перегорает от постоянного стресса.

В этом случае закручивание гаек не решит ни проблем компании, ни сотрудника. Хорош тот руководитель, кто знает проблемы и переживания своих подчиненных и участвует в них хотя бы советом.

Чаще всего достаточно просто поговорить. Спросите как дела, как семья, какие проблемы сейчас у него на первом плане, предложите помощь, дайте отгул или просто подбодрите словами. В итоге человек чувствует, что не безразличен компании, ощущает поддержку и, как следствие, желание качественной работой ответить на позитивное человеческое отношение.

3. Чтобы просить лояльности, нужно быть лояльным.

Совершенно обязательно бросаться решать проблемы каждого члена коллектива.

Достаточно проявить немного внимания и, если это действительно нужно и возможно – как-то помочь.

Например, в такое финансово-трудное время, если работодатель даст подчиненному возможность дополнительно сэкономить, вернётся обратно “очками” лояльности. Комплексные бюджетные обеды в офис, чтобы не тратиться на дорогие бизнес-ланчи по кафешкам, возможность несколько дней в неделю работать из дома, чтобы сэкономить на проезде или организация обеденной зоны в офисе, чтобы попить чай и разогреть обед – вариантов масса, и работник видит заботу и безучастность руководства к его проблемам.

4. Быть в одной связке с сотрудником, быть сопричастным.

Когда урезанная зарплата заставляет человека экономить на том, что он кушает, показательное финансовое благополучие начальника, выставленное напоказ, серьёзно демотивирует. И даже если новая машина руководителя не имеет отношения к урезанию зарплат, само её наличие не добавляет лояльности и желания работать.

Постарайтесь не вселять в сотрудников мысль о том, что финансовые трудности только у них. Они должны видеть, что вы в одной связке. Фото в соцсетях из дорогих ресторанов, новые люксовые часы и гаджеты не принесут единения.

Правда, перегибать и неправдоподобно приbedняться, при этом, тоже не стоит.

Самое главное - помните, любой кризис подразумевает большое эмоциональное истощение у каждого, кого касается. В подобном состоянии много энергии тратится на поддержание морального духа, а значит, если вы возьмёте контроль над эмоциями подчинённых и погрузите их в спокойную, комфортную, безопасную среду, то их энергия будет идти на решение рабочих задач. И ключом к этому является простая человеческая коммуникация.

Катерина Жу