

Jak właściwie zaplanować wyjazd motywacyjny?

Wyjazdy motywacyjne nie są już żadnym novum dla polskich pracodawców – nie tylko dla dużych firm i korporacji. Pracownicy małych przedsiębiorstw coraz częściej mają także możliwość korzystania z dodatkowych bonusów, które tworzą więzi ze współpracownikami oraz budują lojalność wobec pracodawcy i poczucie tworzenia swego rodzaju wspólnoty.

Rynek wyjazdów motywacyjnych może pochwalić się znaczącym rozwojem w ostatnich latach. Kryzys na światowych rynkach skurczył nieco budżety firm, ale nie wchłonął dobrze już zadomowionej potrzeby nagradzania pracowników. Dzisiejszych działów HR nie trzeba już przekonywać o konieczności motywowania najlepszych i nie trzeba przypominać o późniejszej efektywności stosowania tego typu gratyfikacji. Najczęściej w wyjazdach typu incentive travel uczestniczą menedżerowie i handlowcy, ale nie tylko. Coraz częściej w podróżach motywacyjnych biorą udział pracownicy różnych szczebli. Temat wyjazdów motywacyjnych wydaje się zatem dobrze znany. Nie brakuje artykułów i porad na temat organizacji tego typu aktywności, jednak planując wyjazd dla swoich pracowników po raz pierwszy, łatwo zgubić się w gąszczu ofert i możliwości.

Poradzimy zatem, jak poruszać się w istnej dżungli agencji eventowych, touroperatorów i hoteli, oferujących obsługę wyjazdów dla firm.

Słowa klucze, czyli trochę teorii

Wyjazdy dla firm różnią się między sobą ze względu na rodzaj aktywności dominującej w trakcie imprezy. Najprościej możemy podzielić je na wyjazdy integracyjne (team buildingowe), motywacyjne (incentive travel) oraz szkoleniowe (lub konferencyjne). Coraz częściej pracodawcy decydują się jednak na połączenie wyjazdu motywacyjnego z innymi aktywnościami: szkoleniem lub konferencją czy integracją. Z tego względu granica między poszczególnymi rodzajami aktywności jest płynna, a typowo spodziewane efekty coraz częściej się przenikają. Czym jednak w teorii różnią się wymienione formy aktywności? 



► Po pierwsze: motywacja

Wyjazd motywacyjny (incentive travel) jest z jednej strony nagrodą dla pracownika, a z drugiej ma stanowić napęd do dalszej pracy. Jeśli ma to być jeden z pierwszych wyjazdów tego typu – paleta możliwości jest ogromna. Firmy, które co roku organizują pracownikom incentive travel, zazwyczaj szukają za każdym razem nowych programów i atrakcji, aby każdy wyjazd był niepowtarzalny. Cel jest jeden: nawet krótki wypad ma zapewnić pracownikom wspomnienia nie do zdobycia indywidualnie, które wręcz mają stać się przygodą życia!

Po drugie: integracja

Głównym celem wyjazdów integracyjnych, czyli team buildingowych, jest budowanie więzi w grupie osób. To najczęściej nowi pracownicy lub grupy pracowników, których efekty pracy zależą od wyników pracy zespołowej. Bardzo istotna jest dla nich zatem umiejętność współdziałania i widzenia przewagi działań w grupie ponad indywidualnymi wynikami. Wyjazdy tego typu będą się zatem skupiały według zadań i aktywności, w których uczestnicy będą mieli możliwość lepszego poznania siebie nawzajem, budowania zaufania do pozostałych członków grupy i współdziałania. Pomocne są

w tym celu proste zabawy i konkurencje, które rozwijają zdolności komunikacyjne między pracownikami, niejako „przy okazji”. Efekty takiego wyjazdu widać już w pierwszych dniach po powrocie do pracy, bo dobry team, to zgrany team.

Po trzecie: rozwój pracowników

Szkolenia i konferencje nie muszą być nudne. Pracodawcy dbający o rozwój pracowników często organizują szkolenia wyjazdowe w ciekawych miejscach. Najczęściej są to świetnie wyposażone centra konferencyjne i hotele w ciekawych miejscach. Dzięki temu szkolenie uprzyjemniają widoki, atrakcje okolicy oraz wiele udogodnień oferowanych przez miejsca spotkań. Wiele firm decyduje się na połączenie wyjazdów szkoleniowych z dodatkowymi aktywnościami, organizując kilkudniowe wypady.

Pomysł na wyjazd – od czego zacząć?

Zrozumienie potrzeby dodatkowej motywacji pracowników to pierwszy i najważniejszy krok pracodawcy. Kiedy decyzja zapada, należy czym prędzej określić priorytety i cele, które chcemy osiągnąć. Odpowiedź wydaje się banalna: motywacja to motywacja! Nie takie łatwe jest jednak ustalenie,

jaka forma nagrody będzie dla pracowników najbardziej atrakcyjna. Możliwością jest wbrew pozorom wiele. Oprócz wyjazdów motywacyjnych najczęstszymi sposobami nagradzania pracowników są bony zakupowe różnego typu, bilety na imprezy rozrywkowo-kulturalne lub najprostsze formy, czyli premie uznaniowe. Z rozmów z osobami planującymi działania motywacyjne dla pracowników wynika, że najlepszą nagrodą jest to, czego pracownicy nie mogą kupić sobie na własną rękę. Gratyfikacje finansowe lub różnego typu bony zakupowe na pewnym etapie nie są już atrakcyjną nagrodą. Wyjazd ze znajomymi z pracy w jakieś ciekawe miejsce, w którym czeka na przybyłych masa atrakcji – to strzał w dziesiątkę.

Strzał w dziesiątkę kontra strzał w kolano

Okazuje się, że organizacja wyjazdu motywacyjnego to nie lada wyzwanie. Liczy się każdy, najdrobniej-

szy nawet szczegół, zatem konieczne jest obranie odpowiedniej strategii. Możliwością dla wyjazdów motywacyjnych nie brakuje. Na wstępie należy jednak odpowiedzieć sobie na pytanie, co chcemy osiągnąć: czy wyjazd ma być po prostu nagrodą, czy chcemy wpłynąć na efektywność pracy zespołu czy przy okazji podnieść kwalifikacje naszych pracowników. Tu wracamy do punktu wyjścia, czyli ustalenia przewodniego charakteru wyjazdu.

Jeśli wyjazd ma być motywacją do dalszej pracy – wystarczy atrakcyjne miejsce i ciekawe zagospodarowanie czasu, czyli incentive travel. Jeśli z kolei integracja zespołu może podnieść skuteczność wykonywanych przez nich na co dzień zadań, warto zainwestować w konkurencje team buildingowe. Jeśli zaś chcemy upiec dwie pieczenie przy jednym ogniu, możemy zafundować pracownikom w trakcie wyjazdu ciekawe szkolenie, niekoniecznie bezpośrednio związane z branżą, np. ogólnorozwojowe (efektywne zarządzanie czasem, zarządzanie stresem, dress code itd.). Jedno jest pewne:



REKLAMA

HOTEL PREZYDENCKI

**NAJWIĘKSZE CENTRUM
HOTELOWO-KONGRESOWE W RZESZOWIE**

- 9 KOMPLEKSOWO WYPOSAŻONYCH SAL KONFERENCYJNYCH
- 3 KLIMATYCZNE RESTAURACJE
- 190 MIEJSC NOCLEGOWYCH
- PARKING STRZEŻONY I GARAŻ PODZIEMNY
- PROFESJONALNE ZAPLECZE TECHNICZNE

HOTEL PREZYDENCKI



Więcej zdjęć i informacji na naszej stronie internetowej:
hotelprezydencki.pl

**BIZNES WYMAGA ODPOWIEDNIEJ PRZESTRZENI
SPOTKAJMY SIĘ W PREZYDENCKIM!**



▶ jeśli mówimy o wyjeździe motywacyjnym, ważne jest przede wszystkim zadowolenie pracownika. Krótko mówiąc: musi być atrakcyjnie. W przeciwnym razie wyjazd nie przyniesie spodziewanych efektów.

Jak nie wiadomo, o co chodzi, to chodzi o...

Nie lubimy o nim wspominać i bywa drażliwym czy wręcz krępującym tematem. Tymczasem budżet, jaki przeznaczamy na wyjazd, jest kluczowym elementem przygotowań, który zdeterminuje większość dalszych ustaleń.

Dzięki większemu budżetowi można zaproponować pracownikom wygrane w postaci podróży zagranicznych – nie rzadko na inne kontynenty. Wówczas już możliwość znalezienia się na drugiej półkuli jest niezwykle przygodą, a i pomysłów na zagospodarowanie wolnego czasu organizatorom nie brakuje.

Z kolei w przypadku wyjazdów niskobudżetowych zazwyczaj pozostają wyjazdy krajowe, choć i w tym przypadku możliwości oferowane przez hotele i firmy eventowe są tak szerokie i zróżnicowane, że ostateczny rodzaj wybranych aktywności będzie także zależał od możliwości finansowych firmy.

Jak wybrać organizatora?

Oto punkt, od którego zależy sukces naszego przedsięwzięcia i zarazem jedno z trudniejszych zadań.

W przypadku wyjazdów zagranicznych wybór organizatora musi być oparty na kilku wyznacznikach. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na uprawnienia (koncesję organizatora wyjazdów turystycznych) oraz polisę organizatora (polisa wystawiona przez towarzystwo ubezpieczeniowe lub gwarancja bankowa). Przed podpisaniem umowy warto poprosić kontrahenta o kopie aktualnych dokumentów poświadczających uprawnienia do działalności w tym zakresie. Ponadto niezwykle istotne będzie doświadczenie touroperatorskie, zatem warto zapytać także o referencje od innych firm (choć należy tu także pamiętać, że niektóre koncerny z zasady takich referencji nie wystawiają lub nie zgadzają się na ich upublicznianie). Nie bez znaczenia będzie także opinia o organizatorze, której warto szukać u zaprzyjaźnionych firm.

Dlaczego tak wiele czynników składa się na wybór organizatora? Odpowiedź jest prosta: to od niego zależy, czy wyjazd zaliczy się do udanych, czy nie. W końcu nie można zapominać o tym, że liczy się tu dbałość o każdy szczegół, a wieloletnie doświadczenie i dobra opinia pozwala ten cel osiągnąć.

Jeśli decydujemy się na wyjazd krajowy, można bez obaw samodzielnie poszukać miejsca, w którym chcemy zorganizować nasz event. Wiele hoteli kompleksowo zajmuje się organizacją czasu wolnego swoim gościom. Ważna będzie tu zatem lokalizacja i charakter obiektu, wyróżniający go na tle konkurencji. Warto więc poszukać hoteli urządzonych nietuzinkowo, np. w stylu lat 70. lub mieszczących się w oryginalnych budynkach: zamkach czy pałacach.

Coraz więcej hotelarzy szczęśliwie stawia na oryginalność, rozumiejąc, że elegancki i surowy hotel biznesowy to już za mało w dzisiejszych realiach rynkowych.

Jeden z grzechów głównych: zgubne kryterium ceny

Kryterium ceny zawsze wiodło prym przy wyborze wyjazdów dla firm. Korzystanie z funduszy unijnych tylko utwierdza firmy w przekonaniu, że to najważniejszy wyznacznik, wedle którego zapadają decyzje. Szczególnie w dobie kryzysu (zarówno tego, który jest, oraz w obliczu tego, który dopiero złowiesz nadciąga) szukanie oszczędności to pierwsze przykazanie menedżera. Nie zapominajmy jednak, że nie warto przedkładać ilości nad jakość i lepiej wybrać czasem droższego, ale pewnego kontrahenta, aniżeli najtańszego, który może okazać się nieprofesjonalny. Pewne jest tylko jedno – pracownikowi bardziej zapadnie w pamięć krótszy, ale atrakcyjny i dobrze zorganizowany wyjazd, aniżeli dłuższy, ale nieodpowiednio przygotowany, pełen nerwowych sytuacji.

Kiedy zacząć planowanie wyjazdu

O ile w przypadku bliższych wyjazdów wcześniej rozpocząć organizację wyjazdu nie jest aż tak istotne, to w przypadku podróży lotniczych – jest ono wręcz konieczne. Miejsca w samolotach należy bookować z większym wyprzedzeniem, aby

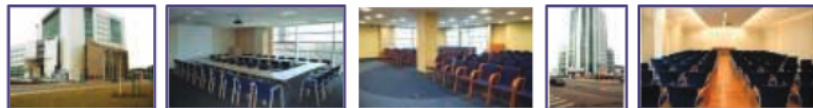
mieć szansę na niższą cenę. Trzeba także pamiętać o tym, że jeśli wyślemy nasze zapytanie do kilku organizatorów, najprawdopodobniej każdy z nich będzie rezerwować wstępnie dla nas miejsca w tych samych samolotach – siłą rzeczy w różnych cenach. W tym momencie stosowanie kryterium ceny jest bezcelowe i może być niezwykle mylące w ostatecznym wyborze kontrahenta. Lepiej wcześniej wybrać organizatora, kierując się jego rzetelnością oraz doświadczeniem, i oprzeć się na propozycjach jednej firmy. Jak to w życiu bywa: tanio nie znaczy dobrze, a chytry dwa razy traci.

Wyjazdy krajowe dobrze planować wcześniej, jeśli chcemy naszym pracownikom zafundować trudno dostępne atrakcje. W Polsce mamy jednak zawsze większe pole manewru w wyborze samego hotelu oraz imprez towarzyszących. Optymalnie jednak warto przygotowania do wyjazdu zacząć przynajmniej parę miesięcy wcześniej.

Hotel i lokalizacja – tajemnica sukcesu lub przyczyna porażki

Bez względu na to, czy zdecydujemy się na wyjazd krajowy, czy zagraniczny, niezmiennie niezwykle istotny będzie wybór miejsca i hotelu. Od niego w ogromnej mierze zależy, czy uczestnicy wrócą zadowoleni, czy ich wyjazd zamieni się w pasmo nieszczęść. Koniecznie należy pamiętać o tym, że standaryzacja hoteli nie jest jednolita i tożsama na całym świecie. O ile w Polsce od obiektu trzy-

REKLAMA



Organizujesz szkolenie lub konferencję i wymagasz odpowiedniego standardu?

Szukasz odpowiedniej sali ?

Zespół **kochtex** zapewnia :

- ▶ Doskonałe, w pełni wyposażone, klimatyzowane sale szkoleniowe oraz konferencyjne wraz z opieką asystenta w ścisłym Centrum Poznania.
- ▶ Catering dostosowany do Twoich indywidualnych potrzeb.
- ▶ Nocleg w eleganckich i wygodnych apartamentach.

Wejdz na stronę www.kochtex.pl
zadzwoń pod numer **697 105 585 / 609 227 700**
rezerwuj już dziś !

kochtex
dla wymagających



Nasze lokalizacje:





➤ gwiazdkowego możemy oczekiwać zadbanych wnętrz i dobrej obsługi, to w krajach arabskich (np. w Egipcie, Tunezji lub Turcji) tego samego standardu możemy oczekiwać dopiero wybierając hotel cztero- lub pięciogwiazdkowy.

Nie bez znaczenia będzie także wachlarz usług dodatkowych oraz infrastruktura hotelu. Jest to szczególnie istotne, jeśli zdecydujemy się na połączenie wyjazdu motywacyjnego z integracją wymagającą dodatkowego terenu, czy szkoleniem, w przypadku którego niezbędne będzie nowoczesne zaplecze konferencyjne. Skrupulatne porównanie ofert hoteli powinno być zatem punktem obowiązkowym w przygotowaniach do wyjazdu.

Ale to już było... – w poszukiwaniu idealnego programu wyjazdu

Pozornie najłatwiejszą sytuację mają firmy, które dopiero rozpoczynają przygodę z wyjazdami motywacyjnymi. Wszystko jest nowe i każdy program wydaje się równie atrakcyjny. Firmy, które od lat wysyłają pracowników na incentive, mają już bezcenne doświadczenia w organizacji, ale z drugiej strony siłą rzeczy są bardziej wymagające. Bez

względu jednak na to, który z kolei wyjazd organizujemy, musimy pamiętać o kilku ważnych czynnikach, mających bezpośredni wpływ na finalne zadowolenie naszych pracowników.

Zanim wyślemy zapytanie do wybranego kontrahenta, powinniśmy określić strukturę płci, wiek i choć szacunkowy zakres zainteresowań naszej grupy i do niego dostosować specyfikę wyjazdu oraz aktywności mające stanowić jego kluczowe atrakcje. Jeśli chcemy w czasie wolnym zorganizować uczestnikom np. zajęcia na poligonie wojskowym, musimy wziąć pod uwagę np. sprawność fizyczną pracowników.

Do wyboru, do koloru

Zagraniczne wyjazdy motywacyjne mają ten niezaprzeczalny atut, że już sama podróż w egzotyczne miejsce jest nagrodą samą w sobie. W tym przypadku czas wolny urozmaicają przede wszystkim uroczyste kolacje, wieczory tematyczne oraz poznanie atrakcji charakterystycznych dla danego kraju lub regionu i lokalne wycieczki.

Wyjazdy w Polsce opierają się z kolei na atutach hotelu, w którym zatrzymuje się grupa i dodatkowych atrakcjach, które są możliwe do zrealizowania na terenach zielonych obiektu oraz w jego bezpo-

średniej okolicy. Oczywiście i w krajowych programach nie zabraknie uroczystych spotkań i imprez tematycznych czy indywidualnych koncertów gwiazd. Dzień z kolei może być wypełniony całą masą atrakcji. Wiele możliwości może przywrócić o zawrót głowy.

Firmy eventowe prześcigają się w tworzeniu oryginalnych scenariuszy opartych na fabułach znanych filmów i gier, a także pozwalających we wcielenie się w rolę komandosa, agenta, poszukiwacza skarbu, detektywa... Lista możliwości wydaje się nie mieć końca. Do tego dochodzą chętnie wybierany paintball, łucznictwo i strzelectwo, parki linowe, liczne dynamiczne aktywności, takie jak off road, quady, buggy czy lotnictwo. Na ogrom gier team buildingowych można by poświęcić osobny artykuł.

Duży wybór? Właśnie dlatego tak istotnie jest ustalenie na wstępie celów i priorytetów oraz tego, jaki rodzaj zabawy będzie dla uczestników interesujący. W przygotowaniu wyjazdu motywacyjnego liczy się każdy szczegół: wybrany kontrahent, wyszukany

obiekt i jego zaplecze, lokalizacja i paleta dodatkowych atrakcji oraz wszystkie detale składające się na ostateczny program podróży. Pamiętajmy jednak, że incentive travel nie powinno stać się scenariuszem z niezwykle napiętym grafikiem. Wyjazd firmowy tworzą przede wszystkim ludzie. Jeśli stworzymy im przyjazną atmosferę, reszta pójdzie jak z płatka! ■

Agnieszka Lorenc

specjalista ds. marketingu i sprzedaży Hotelu Styl 70 w Piasku k. Pszczyny. Oprócz zadań związanych z marketingiem hotelu odpowiedzialna także za przygotowywanie ofert wyjazdów dla firm oraz kreatywne budowanie programów motywacyjnych, integracyjnych i szkoleniowych. Doświadczenia zawodowe zdobywała, pracując w jednym z biur touroperatorskich specjalizujących się w organizacji incentive travel oraz na uczelni wyższej, dzięki czemu tematykę MICE od lat obserwuje z różnych perspektyw.

REKLAMA



Kieruj się dobrym smakiem.... wybierz Tęczowy Młyn

Zapraszamy do nowo wybudowanej, najnowocześniejszej w Kielcach sali restauracyjno-konferencyjnej

- konferencje do 280 osób
- szkolenia
- bankiety
- uroczystości rodzinne i firmowe
- eventy



Hotel Tęczowy Młyn (vis a vis Targi Kielce)
Kielce, ul. Zakładowa 4
tel. +48 41 33 52 100
marketing@teczowy.com www.teczowy.com

Oferujemy:

- 5 sal konferencyjnych + salę VIP
- 100 pokoi (175 miejsc noclegowych)
- Restaurację i Lobby-Bar

Obiekt w pełni klimatyzowany

