

NAJBOLJŠA NALOŽBA PODJETJA? NAJTI PRAVEGA ČLOVEKA.

Deiric McCann, podpredsednik Profiles International, o tem, kako najti pravo osebo za pravo delovno mesto in kakšni so trendi v zaposlovanju najboljših ljudi. | Žiga Vavpotič

Podpredsednik mednarodne korporacije Profiles International Deiric McCann, ki ima 20-letno tradicijo, več kot 50.000 strank in deluje v 122 državah, od leta 2009 tudi pri nas, je Slovenijo obiskal maja, tokrat tretjič. Na dogodku Profiles Slovenija je slovenskim managerjem predstavil prakso na področju produktivnosti in dela z zaposlenimi, ki dviga produktivnost potenciala v podjetju kar za 60 odstotkov, svoje znanje pa je delil s svetovalci na srečanju, ki ga je izvedel Zavod Ypsilon. Deiric McCann opozarja na pomen osebne motivacije. »Ljudje pridejo v službo zaradi denarja in talenti bodo odšli hitreje, kot si mislimo, če njihova dodana vrednost v podjetju ne bo rasla hitreje kot njihova cena na trgu,« brez ovinkarjenja povzame McCann. Zato je največje bogastvo, če lahko delamo tisto, kar nas motivira. »Jaz osebno bi z veseljem predaval tudi brezplačno,« pravi priznani govorec, ki naravnost ljubi oder, pa tudi telovadnico, saj jo obišče štiri- ali petkrat na teden. Dober vodja mora pač skrbeti za svojo kondicijo.

Finančna kriza je vroča tema, vsi govorijo o njej, čeprav o njej ni več tako moderno razglabljati. Vendar če sediš s človekom, ki prihaja z Irske, je vprašanje neizogibno: Kako čutite in vidite krizo? (nasmeh) Če prihajaš z Irske in ne vidiš krize, si verjetno mrtev. Dotaknila se je vsega. Osebno sem nepopoljšljivi optimist, in ko vidiš, da taki, kot sem jaz, spreminjajo življenjske navade, veš, da kriza grize. Vsi jo vidijo, problem pa je, kako se odzivajo nanjo. Narobe je, če to delamo čustveno in brez logike. Življenje gre naprej, z zavedanjem, da je treba delati drugače. Če delaš danes to, kar si delal nekoč, ne pričakuj enakega rezultata.

Se strinjam, a vseeno, vsi iščejo krivce. Vsi se sprašujejo, kdo je kriv. Lahko kažemo s prsti, ampak krivi smo resnično vsi. Vsi smo želeli več, špekulirali smo, bili pohlepni. Zato je kriv vsak, ki je starejši od petnajst let in je kdaj kaj kupil. Za iskanje krivca pa je škoda časa. Iti je treba naprej.

Seveda, zato se tudi vedno pogosteje vprašamo, kako iz krize. Vi večkrat omenite, da je treba spremeniti logiko in dati pravega človeka na pravo mesto. Je to pravi recept?

Seveda, bolj kot prej. Pred časom sem se pogovarjal z gospo, ki je trdila, da z zaposlenimi nima več težav, ker ljudje ne zapuščajo več podjetja in ostajajo v službi. Zakaj, me je zanimalo. Gospa je s ponosom odgovorila, da je razlog preprost: ker ni služb. Zmrazilo me je, da je tak razlog, zakaj ljudje ostajajo v službah, pozitiven. Takšno razmišljanje je resnično problematično. Ljudje namreč še vedno odhajajo, razlika je v tem, da so prej odšli fizično, zdaj odhajajo čustveno. Niso glasni, po tihem pa si mislijo, da bodo odšli takoj, ko bo stanje boljše. Zato se prave vodje zavedajo, da podjetja, ki nimajo pravih ljudi, tudi nimajo rezultatov.

Vsi iščejo najuspešnejše delavce, še raje sodelavce. Kaj se skriva za najboljšimi?

Službe imajo več komponent, zato uradno izobrazbo dopolnjujejo mentalne, osebnostne lastnosti in seveda motivacija oziroma interes. Če povežemo vse, imamo zmagovalni recept. Na primer: imamo dva kandidata z enako izobrazbo, enakimi ocenami v šoli. Vendar se vprašajmo, kaj je za njuno izobrazbo, kaj je tisto, kar ju razlikuje. Recimo, da je eden redno študiral, delal, se učil vsak dan po dve uri, drug kandidat pa je vse obveznosti opravil teden pred izpitom, se kampanjsko učil. Je kdo od njiju zaradi tega slabši? Ne. Vprašanje, ki si ga moramo zastaviti, je, za katero delovno mesto je kateri primernejši. Prvi verjetno dolgo analizira podatke in o njih razmišlja, drugi zna z njimi ravnati hitro, jih sprejme veliko v kratkem času. Zato je pomembno vedeti, na katero delovno mesto gremo glede na svoje sposobnosti, saj imamo lahko potrebne kvalifikacije, vendar nas na koncu ubije stres. Ob tem je zanimivo, da številni kljub stresu ne odidejo. Ugasnejo in delajo manj, če ne celo nič. Ali še slabše: delajo naprej, dokler se ne zlomijo, izčrpajo. Vedno več ljudi se v službi zlomi.

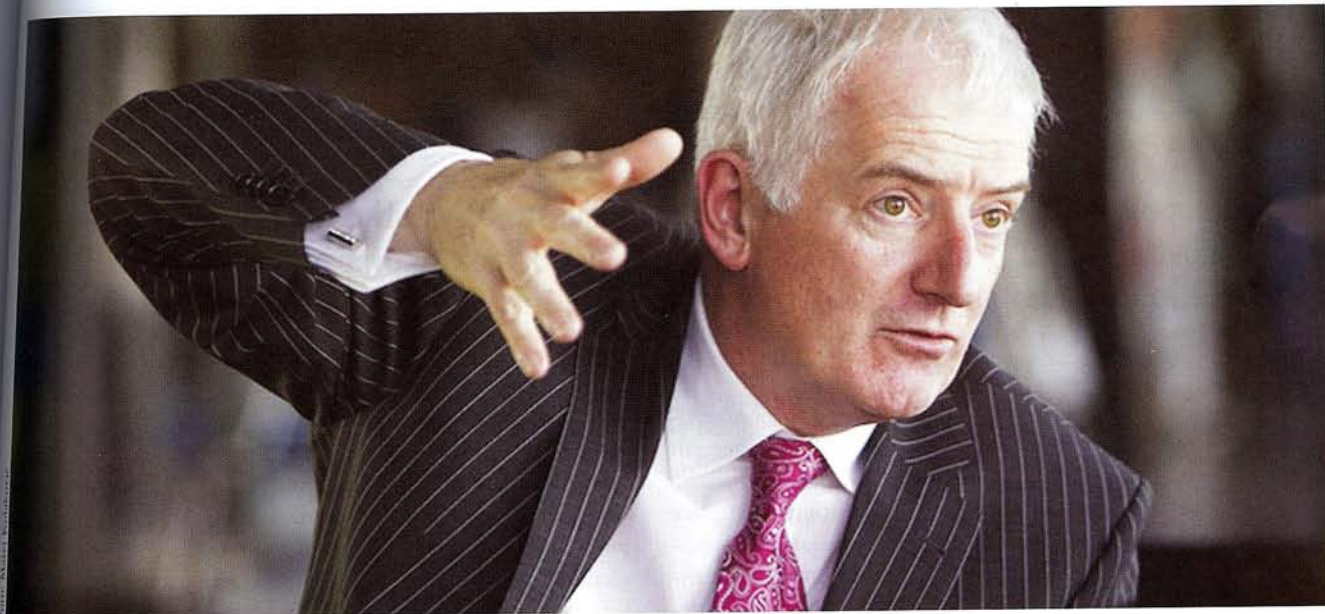
Verjetno vplivajo na uspešnost ljudi tudi njihove človeške lastnosti - kdo so, kaj delajo. Kako dobro podjetja to razumejo?

To je ključno. Vzemiva na primer vprašanje, kako socialen je kdo v družbi. Če imamo lestvico od ena do deset, je povprečen človek med štiri in pet. Tisti, ki so na lestvici desetke, obožujejo vstopiti v sobo s sto neznanimi ljudmi. Njihova sanjska služba je direktor prostočasnih dejavnosti na križarkah. Tisti na drugi strani lestvice hočejo mir. Pošljite jih na samotni otok in imeli bodo ravno prav družbe. Vprašanje pa je, ali znate pri osebi, ki pride na razgovor, presoditi, kje na lestvici je. Verjetno ne, ker so na razgovoru vsi vedno prijazni, se rokujejo, se delajo, da imajo radi ljudi, in hočejo narediti vtis, da so družabni. Mene ne poznate dolgo, kam bi me dali na tej lestvici?

Gotovo v drugo polovico, verjetno osem ali celo devet, glede na to, da sem vas gledal, kako navdušeni ste bili na odru.

Vidite, veliko ljudi misli, da sem celo deset. Ampak jaz na lestvici družabnosti dosegam štiri. Zame je pekel, če moram spoznati petdeset novih ljudi. Že res, ljubim oder, rad govorim množicam. V tem uživam, vendar to ni kazalnik tega, kako družaben sem. Ko sem na odru, sem sam, ne spoznavam novih ljudi in v tem uživam. Pekel se začne na koncu, ko pridejo ljudje do mene. Svoje najboljše prijatelje poznam že štiri-deset let. To so lastnosti, ki jih moramo vedeti, preden nekoga zaposlimo.

In še nekaj je zelo pomembno: osebna motivacija. Dejstvo je, da ljudje pridejo v službo zaradi denarja. Nihče ne ljubi dela, večina dela zaradi denarja, ker je treba plačati najemnino, stroške, hrano ... Zato je največje bogastvo, če ljudje delajo tisto, kar jih motivira. Jaz osebno bi z veseljem predaval tudi brezplačno.



Deiric McCann, podpredsednik Profiles International: Svoje najboljše prijatelje poznam že štirideset let. To je recimo lastnost, ki jih moramo vedeti, preden nekoga zaposlimo.

Brezposelnost globalno še raste. Kaj lahko naredimo kot posamezniki, organizacije, države?

Kam pelje dejstvo, da smo ob krizi začeli varčevati pri izobraževanju in usposabljanju? To je preprosto nelogično, če ne že neumno. Ravno zdaj je čas, da podjetja spoznajo svoje zaposlene, in če si spreten, to ne stane veliko. Zaposleni morajo imeti občutek, da so cenjeni. Kruto dejstvo je, da bodo talenti odšli hitreje, kot si mislimo, če njihova dodana vrednost v podjetju ne bo rasla hitreje kot njihova cena na trgu. Pri brezposelnih bi morali precej več truda vložiti v tiste, ki bi radi delali, vendar so trenutno brez dela. Moramo jim pomagati, da bolje spoznajo sami sebe in jim zato kasneje uspe v življenju.

V Sloveniji imate podjetje, s katerim sodelujete. Kaj opazate?

V primerjavi z Avstrijo in Nemčijo so Slovenci kar precej nezaupljivi. V velikih korporacijah, predvsem kjer je tuj kapital, je uporaba orodja, ki omogoča diagnosticiranje profilov in sistematičen razvoj zaposlenih, že tradicija. V Sloveniji je uvedba podobnih sistemov še velika priložnost za kadrovske službe, da pridobi strokovnost in ugled. Še vedno se v kadrovske službe ukvarjajo predvsem s pravilniki, pogodbami in odpuščanjem ljudi, za razvoj ljudi pa nimajo us-

posobljenih kadrov. So bolj pravna kot kadrovska služba. Velikokrat slišimo od kadrovikov, da njihovo vodstvo nima posluha za te stvari. Kjer ga ima, žanjejo velike uspehe in zadovoljne zaposlene. Kruto dejstvo je, da bodo talenti odšli hitreje, kot si mislimo, če njihova dodana vrednost v podjetju ne bo rasla hitreje kot njihova cena na trgu.

Zavedanje, kako pomembno je postaviti pravo osebo na pravo delovno mesto, je vedno večje. Ljudje želijo vedeti, kaj loči uspešne od manj uspešnih. Kako osebo usposobiti, da bo čim hitreje sposobna za samostojno delo? Kako skrbeti za njen razvoj? Kako razvijati njene prednosti in jih čim bolje uporabiti? Te informacije se skrivajo v človekovi osebnosti, v njegovih miselnih sposobnostih ter v poklicnih sidrih in jih ni možno videti s prostim očesom ali ugotoviti iz razgovora. S pomočjo našega in drugega orodja znamo odgovoriti na ta vprašanja.

V vašem podjetju s posebnimi testi analizirate ljudi in delovna mesta in potem z zanimivo metodo povežete najustreznejše kandidate. To je zanimiv pristop, vendar je vprašanje, zakaj ne analiziramo kar vseh ljudi in ustvarimo velikega bazena kadrov. To idejo bi morale podpreti vse države.

Tega ne bomo nikoli doživeli. Sam sem pred desetimi leti ponudil irski vladi našo metodo, v dveh jezikih, popolnoma brez dobička. To ni bilo altruistično dejanje, v interesu nam je bilo, da s celotno generacijo pokažemo, kako uspešen je naš pristop. Ni nam uspelo. Vladam tak projekt ni v interesu. Politični mandati so kratki, rezultati take odločitve pa se pokažejo šele čez deset let. Ravno zaradi te omejenosti politika enostavno ne sledi interesom trga.

No, v nekaterih zveznih državah Združenih držav Amerike so uporabili to metodo in vlagali v brezposelne, ki so jih kasneje najemala podjetja in to tudi plačala. Marsikateremu podjetju je jasno, da je najti pravega človeka najboljša naložba, saj veliko več stane, če imaš napačnega. ■

KDO JE DEIRIC MCCANN

- Deiric McCann, Irec po rodu, je podpredsednik mednarodne korporacije Profiles International.
- Na vodilnih položajih v različnih industrijah in panogah je pridobil 25 let izkušenj.
- Ljubi pisanje. Napisal in izdal je štiri svetovne knjižne uspešnice: The Customer Continuum, Winning Business Proposals, The Business Bathroom Bible in nazadnje Leadership Charisma. Je avtor več kot 1000 člankov.
- Njegov trenutni cilj je, da trikrat tedensko objavi članek na svoji spletni strani. Na dolgi rok želi objavljanje stopnjevati na pet člankov na teden.

Žiga Vavpotič je strokovni direktor Zavoda Ypsilon, pobudnik akcije Simbioz@ in avtor Moje sr(ę)čne knjige.