Managementul generației cu internetul în buzunar

“Fac ce-mi spui dacă recunoști cine sunt”. Acesta pare să fie motto-ul după care se ghidează nouă generație de angajați. Cei născuți după 1980 și consacrați în literatura de business drept Generația Y, sau millenials, au trăit liberi de prejudecăți ierarhice și sunt motivați de recunoașterea muncii lor. În topul elementelor care îi motivează cel mai mult este stilul de management. Recunoașterea individuală a muncii lor îi definește ca persoane și în calitatea lor de contributori.

Obișnuiți ai tehnologiei, cei din generația millenials au așteptări de la manageri și își doresc ca feedback-ul pe care îl obțin de la aceștia să fie similar cu cel de la dispozitivele folosite: personalizat și instant, chiar în urma acțiunilor lor.

Stau foarte mult conectați și par să dezvolte comportamente ce îmbină nevoia de socializare și de distracție, cu nevoia de sens în ceea ce fac. Iar această nevoie de conectare și sens îi face neînțeleși pentru generația managerilor formați într-un alt context și într-o altă școală de gândire, pentru care a fi responsabil înseamnă a fi sobru și neinterogativ.

Millenials vorbesc la persoana întâi singular și la diateză activă, ceea ce-i face să pară desprinși dintr-un selfie la locul de muncă. De fapt, ei vor recunoaștere din partea managerilor, într-o lume monotonă a angajaților care fac în mod repetitiv aceeași activitate.

Pentru această generație, crearea unui mediu motivant de lucru este un aspect este foarte important. Prin urmare, pentru a crește coeficientul de motivație pentru Generația Y, managerii trebuie să-i provoace pe acești angajați, să-i implice în activități și proiecte cât mai diverse și să fie deschiși la

ideile și propunerile venite din partea lor.

Tinerii Generației Y sunt motivați de libertatea de a lucra după cum le place, având în permanență în vizor obiectivul fixat de manager. Ei nu vor un manager care să le sufle în ceafă și să le spună secundă de secundă ce au de făcut, ci preferă un feedback periodic, care să valideze că sunt pe direcția bună.

În versiunea lor, managerul direct este mai degrabă un antrenor de talente de la care vor să știe dacă au lucrat bine sau nu. Iar dacă se întâmplă ca managerul să nu fie mulțumit de calitatea muncii lor, acesta are libertatea să îi pregătească profesional și să-i motiveze să performeze la adevăratul lor potențial.

Din cauza capacității lor reduse de a se concentra, millenialii au nevoie să fie motivați și recompensați imediat.

Astfel, pentru o facilă integrare în companie și pentru asigurarea transferului de experiență, o soluție ar fi ca managerii să creeze rețele interne de mentorat. În acest fel, tinerii din Generația Y vor primi sfaturi și consiliere pentru a performa în noul mediu de lucru. În plus, prin mentorat, ei capătă o direcție care îi orientează către un scop al muncii pe care o fac. De aceea, un factor important în managementul relației cu tinerii din această generație este comunicarea eficientă. Dacă își extrag semnificație din munca pe care o prestează, atunci ei vor fi motivați și deschiși să fie ghidați de către mentori.

Este esențial ca managerii să înțeleagă că cei din Generația Y doresc să se educe continuu și să învețe de la colegii lor. Acești tineri caută sarcini provocatoare și au o dorință de a câștiga cunoștințe prin colaborarea cu cei din jur.

Autor: Alina Făniță, CEO, PKF Finconta

* * *

Despre PKF Finconta

De peste 23 de ani, PKF Finconta este una dintre principalele 10 firme de servicii profesionale din România. Ca membri ai PKF International Ltd. suntem parte dintr-o rețea internațională de firme independente din punct de vedere legal, care oferă consultanță și audit oriunde în lume.Grupul PKF Finconta este format din patru societăți cu capital românesc: PKF Finconta, PKF Finconta Consultanță, PKF Finconta HR și Finconta Consulting SPRL, membre ale organismelor profesionale naționale CECCAR, CAFR, CCFR și UNPIR. Prin intermediul acestora oferim servicii de audit financiar, analiză financiară corporativă, consultanță fiscală, întocmirea dosarului prețurilor de transfer, servicii de contabilitate, salarizare, resurse umane, insolvență, auditarea fondurilor nerambursabile și due diligence de achiziții.