

INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 5 kwietnia 2022 r.

**Pakmani, Olredzi, Praktikerzy, Łajfajowcy, Bibuzersi – persony rozwojowe zatrudnionych AD 2022**

***Jak szkolić współczesnych pracowników zgodnie z ich potrzebami?***

* ***Pakmani –*** *brak możliwości rozwoju i uczestniczenia w programach rozwojowych jest dla nich demotywujące i wpływa negatywnie na postrzeganie przez nich pracodawcy. Zgłaszają swoje potrzeby w obszarze rozwoju i potrafią przeorganizować swój dzień oraz obowiązki, aby wziąć udział w działaniach rozwojowych.*
* ***Olredzi –*** *oczekują, że pracodawca będzie dostarczał im gotowe rozwiązania i pozwoli na wygodne korzystanie z form rozwojowych.*
* ***Praktikerzy –*** *zależy im na bardzo dopasowanej tematyce programów rozwojowych. Demotywują ich przydługie wykłady i „nadęte formy”.*
* ***Łajfajowcy –*** *uwielbiają kontaktować się z ludźmi, na szkoleniach dyskutują, wprowadzają nowe wątki i tematy. Uwielbiają przerwy, bo dają im możliwość nawiązywania relacji.*
* ***Bibuzersi –*** *mają wystarczająco dużo zadań i sporo dzieje się „tu i teraz”, aby jeszcze zajmować się rzeczami, które niekoniecznie będą przydatne.*

**Powyższe krótkie opisy dotyczą przedstawicieli 5 grup, na które dzielą się obecnie pracownicy pod kątem rozwoju zawodowego, których można spotkać w procesach rozwojowych.**

**Pakmani, Olredzi, Praktikerzy, Łajfajowcy, Bibuzersi – to persony rozwojowe współczesnych pracowników, stworzone na bazie segmentacji zachowań i postaw wobec szkoleń, wyodrębnionych na podstawienie wyników badania „Kompetencje miękkie i potrzeba ich rozwoju – jak uczą się obecnie pracownicy?” przeprowadzonego przez firmę szkoleniową Nowe Motywacje oraz Mobile Institute.**

**Jakimi zachowaniami charakteryzują się przedstawiciele poszczególnych grup i co należy o nich wiedzieć, by móc skutecznie zachęcić ich do podnoszenia kwalifikacji zawodowych i dostarczać formy rozwojowe dopasowane do ich indywidualnych potrzeb?**

Obszar rozwoju pracowników i podnoszenia ich kwalifikacji w ostatnich dwóch latach zmienił się diametralnie, jak wiele innych obszarów życia. Wpływ na to miała nie tylko pandemia, która zamknęła w domach sporą część zatrudnionych, ale przede wszystkim wywołana nią zmiana potrzeb i zachowań. Pracownicy zaczęli inaczej patrzeć na kwestie własnego rozwoju i jego wpływ na ich sytuację na dynamicznie zmieniającym się rynku pracy, który w przeciwieństwie do wielu innych obszarów, uległ nie tylko błyskawicznej cyfryzacji, ale także globalizacji, dając zatrudnionym z różnych zakątków świata dostęp do pracy w firmach rozsianych po całym globie. Zmianie uległa również tematyka szkoleń, ale przede wszystkim formy przekazywania wiedzy, dostosowane do aktualnych możliwości osób biorących w nich udział. Obserwując sekwencję zdarzeń na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu miesięcy, warto przyjrzeć się obecnym postawą pracowników względem szkoleń, ich oczekiwaniom i potrzebom wynikającym nie tylko z ich cech osobowości, ale także charakteru wykonywanej przez nich pracy, by wiedzieć jakie formy rozwojowe należy im zaoferować. Co zatem charakteryzuje poszczególne persony rozwojowe zatrudnionych i czego potrzebują oraz oczekują w zakresie podnoszenia własnych kwalifikacji?

**Pakmani – jak wspierać pracowników nastawionych na rozwój?**

Pakmani to osoby niezwykle świadome znaczenia rozwoju we współczesnym świecie i uznające go za swój główny cel. Wiedzą, że bez podnoszenia własnych kwalifikacji i zdobywania wiedzy ich szanse na awans, odniesienie sukcesu oraz uzyskanie odpowiedniej efektywności i satysfakcji będą bliskie zeru. Pakmani samodzielnie poszukują możliwości rozwoju, a ich brak jest dla nich demotywujący i przekłada się negatywnie na ocenę pracodawcy. Sami zgłaszają swoje potrzeby w obszarze podnoszenia kwalifikacji, zaś by móc wziąć udział w szkoleniu, potrafią przeorganizować swój zawodowy kalendarz. Po szkoleniu wdrażają w swoje zawodowe życie zdobytą wiedzę i rozwiązania, które poznali, uznając takie działanie za konieczne oraz wpływające na efektywność. Dobrze czują się jako uczestnicy różnego rodzaju grupowych form rozwojowych, cenią wymianę doświadczeń i poszukają kontaktu z prowadzącymi. Interesują się tematyką związaną z komunikacją w zespole, zarządzaniem zmianą w organizacji i negocjacjami. Za przydatne obecnie kwalifikacje uznają natomiast: komunikację interpersonalną i wellbeing.

Pakmani to najczęściej mężczyźni - 61%, w przedziałach wiekowych 25-34 - 39%, 35-44 - 26% oraz 45-54 - 20%, żyjący w mniejszych (20-50 tysięcy) oraz dużych miastach (200-500 tysięcy) i raczej dobrze określający swoją sytuację materialną. To głównie osoby ze średnim i magisterskim wykształceniem - odpowiednio 37% i 30%, zajmujące najczęściej stanowiska handlowe/sprzedażowe, specjalistyczne/eksperckie oraz dyrektorskie. Pakmani pracują najczęściej w firmach zatrudniających do 250 oraz od 501 do 1000 osób. Cenią fachowość, eksperckość oraz jakość, są bardzo konkretni i poprawni, a dodatkowo uwielbiają planować.

*W przypadku Pakmanów najlepszym podejściem do podnoszenia ich kwalifikacji jest otwarcie im drogi do rozwoju na oczekiwanym przez nich poziomie. Dostarczanie im przez organizację takiej oferty szkoleń, by prowadzący mieli duże doświadczenie i szeroką wiedzę w danym obszarze. Warto także zapewnić im czas na rozwój, by nie kolidował z codziennymi obowiązkami, ale także zaoferować dofinansowanie oraz szeroki wachlarz form i tematyki.*

**Olredzi – jak rozwijać obowiązkowych pracowników?**

Olredzi podchodzą do szkoleń zadaniowo, jeśli pracodawca oczekuje udziału w szkoleniu oni są gotowi i obecni, uważając to za swój obowiązek. W trakcie szkoleń angażują się i lubią być dopytywani, chwaleni i dostrzeżeni przez prowadzących – co skupia ich uwagę. Lubią, gdy ktoś dostrzega ich potrzeby, dlatego oczekują, że pracodawca będzie dostarczał im gotowe rozwiązania i pozwoli na wygodne korzystanie z form rozwojowych. Chcą by sam ich udział w szkoleniu został doceniony. Potrzebują wsparcia we wdrażaniu umiejętności i zmianie nawyków. Motywują ich praktyczne szkolenia. Olredzi rzadko samodzielnie poszukują możliwości rozwoju. Za przydatne aktualnie kwalifikacje uważają: przywództwo oraz zarządzanie zmianą w organizacji, a najbardziej interesują się tematyką związaną z zarządzaniem projektami oraz zarządzaniem stresem.

Olredzi to w większości kobiety - 50%, w przedziałach wiekowych 25-34 - 40% oraz 35-44 - 32%, żyjące w dużych (o 200 do 500 tysięcy) i bardzo małych miastach (do 20 tysięcy), raczej dobrze określające swoją sytuację materialną. Najczęściej posiadają średnie i wyższe wykształcenie - odpowiednio 30% i 28%. Głównie zajmują stanowiska specjalistyczne/eksperckie oraz handlowe/sprzedażowe i najczęściej nie znają wielkości firmy, w której są zatrudnieni. To osoby konkretne i poprawne, dla których ważne są szczegóły. Cenią ekskluzywność i wrażenia.

*Olredzi do rozwoju potrzebują motywacji w postaci możliwości wyboru szkoleń dostosowanych do ich codziennych zawodowych obowiązków, ale także oddzielnego pomieszczenia w biurze, by mogli się uczyć w spokoju. Preferują naukę w miejscu pracy, poprzez fizyczny udział w szkoleniach. Cenią spotkania z mentorką/mentorem, a jako osoby obowiązkowe z odpowiednim wsparciem starają się wdrażać poznane rozwiązania, zdobytą wiedzę oraz nowe kwalifikacje. Lubią korzystać z wcześniej sprawdzonych form i potrzebują rzetelnych prowadzących, z którymi chcą móc wchodzić w interakcję Warto zatem zaoferować im szeroki katalog form rozwojowych, zbieżnych z ich zawodowymi obowiązkami, i dać możliwość uczestniczenia w nauce w biurze, poprzez fizyczny udział w szkoleniach.*

**Praktikerzy – jak rozwijać stawiających na praktykę?**

To osoby silnie ukierunkowane na praktykę, dobrze zorganizowane, które lubią i cenią szkolenia. Traktują je jako moment, w którym mogą oderwać się od codzienności i tempa pracy. Stawiają na bardzo dopasowaną tematyce programów rozwojowych. Unikają przydługich wykładów i „nadętych form”. Za najbardziej wartościowe uznają takie szkolenia, które mają realne przełożenie na ich codzienną pracę. Praktikerzy angażują się w treningi umiejętności, są otwarci na nowe formy i cenią szeroką dostępność działań rozwojowych. Wyzwaniem jest dla nich mierzenie się z niechęcią do poświęcania czasu na rozwój, choć doceniają praktyczne jego aspekty. Za przydatne kwalifikacje uważają: negocjacje oraz kreatywne myślenie i rozwiązywanie problemów. Najbardziej interesującą tematyką jest dla nich: efektywna sprzedaż, przywództwo oraz zarządzanie projektami.

Praktikerzy to głównie kobiety - 53%, w przedziałach wiekowych 25-34, 35-44 oraz 45-54 – odpowiednio 31%, 24%, 19%, żyjące w dużych (od 200 do 500 tysięcy) i małych miastach (od 20 do 50 tysięcy), raczej dobrze określające swoją sytuację materialną. Zwykle posiadają średnie i wyższe wykształcenie - odpowiednio 32% i 29%. Głównie zajmują stanowiska handlowe/sprzedażowe oraz menadżerskie/kierownicze i pracują w firmach zatrudniających do 250 osób, choć aż 34% osób z tej grupy nie zna wielkości organizacji, w której są zatrudnieni. Praktikerzy to osoby bardzo konkretne i poprawne, dla których liczą się szczegóły. Cenią fachowość, eksperckość oraz jakość.

*By zmotywować Praktikerów do rozwoju warto zapewnić im płatny dzień wolny oraz urlop szkoleniowy. Docenią oni również dostęp do różnego rodzaju książek, opracowań, raportów, a także do tematycznych nagrań wideo, zatem warto pomyśleć o tworzeniu specjalnych bibliotek. Ich ciekawość związaną z nowymi formami rozwojowymi warto zaspokajać poprzez udostępnianie im rozwiązań, które nie tylko pozwolą na przekazywanie im wiedzy w oczekiwany przez nich sposób, ale także na szybkie wdrożenie nowo zdobytych umiejętności. Najlepszym dla nich rozwiązaniem są praktyczne, dobrze zorganizowane i odpowiednio rozłożone w czasie formy rozwojowe, w których można uczestniczyć również w domu.*

**Łajfajowcy – jak rozwijać tych, dla których najważniejszy jest kontakt?**

Łajfajowcy uwielbiają komunikować się z innymi, dlatego możliwość obcowania w grupie stanowi dla nich skuteczny wabik do rozwoju. Do podnoszenia kwalifikacji podchodzą jednak sceptycznie i robią to tylko dlatego, że „każe im” pracodawca. Wierzą, że to jak pracują na co dzień działa, zatem po co mieliby cokolwiek zmieniać czy ulepszać? Na szkoleniach dyskutują, wprowadzają nowe wątki i tematy. Uwielbiają przerwy, bo dają im możliwość nawiązywania relacji. Oczekują indywidualnego podejścia, ale czasem również tematyki niezwiązanej z ich pracą i codziennymi zadaniami. Chcą mieć wpływ na wybór szkoleń, w których mają wziąć udział. Motywują ich spotkania grupowe oraz uznanie i zainteresowanie innych. Lubią czuć się potrzebni. Ważny jest dla nich indywidualny kontakt z prowadzącym szkolenie. By móc się rozwijać potrzebują wsparcia, pokazania korzyści z podnoszenia kwalifikacji i zadaniowego podejścia przy wdrażaniu nowych umiejętności. Najbardziej interesuje ich tematyka związana z komunikacją interpersonalną, rozwijaniem talentów, przywództwem, a za przydatne kwalifikacje uważają: efektywną sprzedaż oraz obsługę klienta.

Łajfajowcy to głównie kobiety - 71%, w przedziałach wiekowych 25-34 - 49% oraz 35-44 - 25%, żyjące w małych oraz średnich miastach i raczej dobrze określające swoją sytuację materialną. Zwykle posiadają średnie oraz wyższe wykształcenie - odpowiednio 39% i 24%. Łajfajowcy głównie zajmują stanowiska w zespołach wsparcia i administracji oraz handlowo/sprzedażowe i pracują w firmach zatrudniających do 250 pracowników oraz od 501 do 1000 osób. Cenią przyjazność, solidarność i tradycję.

*Łajfajowcom warto zaoferować indywidualny program rozwoju, ale jednocześnie w ramach zajęć odbywających się w grupie, ponieważ uwielbiają współpracę w zespole. Warto dać im dostęp do lubianych przez nich form rozwojowych. Do podnoszenia kwalifikacji motywuje ich urlop szkoleniowy. Łajfajowcy będą zadowoleni z uczestniczenia w szkoleniach, podczas których mogą komunikować się ze współuczestnikami oraz z prowadzącym i mieć z nim kontakt również po szkoleniu. Warto dać im również możliwość samodzielnego wyboru form rozwojowych oraz odpowiednich dla nich godzin do nauki.*

**Bibuzersi – jak podnosić kwalifikację tych, którzy nie lubią marnować czasu?**

Bibuzersi uważają się za fachowców i specjalistów w swoich obszarach. Do działań rozwojowych podchodzą sceptycznie, gdyż nie wierzą w ich przydatność. By chcieli się rozwijać potrzebują szerokiej oferty rozwojowej, ponieważ lubią w niej przebierać i samodzielnie decydować o tym, czego się nauczą. Przymus jest dla nich największym demotywatorem do rozwoju. Interesujący mógłby być dla nich indywidualny tok rozwojowy. Wyzwaniem jest natomiast przezwyciężenie niechęci do szkoleń oraz znalezienie sensu podnoszenia kwalifikacji. Do najbardziej interesujących ich tematów należą: współpraca w zespole, efektywna sprzedaż i obsługa klienta oraz przywództwo. Za przydatne uważają natomiast: współpracę w zespole, rozwijanie talentów, zarządzanie projektami.

Bibuzersi to głównie kobiety - 55%, w przedziale wiekowym 25-34 - 65%, żyjące w dużych miastach (od 200 do 500 tysięcy mieszkańców), raczej dobrze określające swoją sytuację materialną. Największa ich grupa posiada wykształcenie zasadnicze zawodowe oraz średnie – odpowiednio 31% i 30%. Bibuzersi głównie zajmują stanowiska handlowe/sprzedażowe oraz dyrektorskie i pracują w firmach zatrudniających do 250 pracowników oraz od 251 do 500 osób. Cenią fachowość, eksperckość oraz jakość.

*Bibuzersi potrzebują motywacji do podnoszenia kwalifikacji. W ich przypadku warto postawić na różnorodność form, by każdy przedstawiciel tej grupy znalazł coś dla siebie. By odpowiednio zmotywować ich do podnoszenia kwalifikacji należy zaoferować im przynajmniej płatny dzień szkoleniowy oraz bogatą ofertę form rozwojowych. Odpowiedzią na fachowość i potrzebę planowania tej grupy pracowników może okazać się również tworzenie dla nich długoterminowych programów rozwojowych, dopasowanych do ich indywidualnych potrzeb, w trakcie których prowadzący będą poświęcać im czas oraz uwagę, a także dzielić się fachową wiedzą z interesującego Bibuzersów obszaru.*

**Raport z wyników badania „Kompetencje miękkie i potrzeba ich rozwoju – jak uczą się obecnie pracownicy?” oraz opracowane persony rozwoju można pobrać poprzez wypełnienie formularza na stronie badania:** https://nowemotywacje.pl/kompetencje-miekkie-i-potrzeba-ich-rozwoju-jak-ucza-sie-obecnie-pracownicy/

\*\*\*

Badanie „Kompetencje miękkie i potrzeba ich rozwoju – jak uczą się obecnie pracownicy?” zostało zrealizowane na przełomie roku 2021/2022 roku przez [Mobile Institute](https://mobileinstitute.eu/) z wykorzystaniem metody CAWI (Computer-Assisted Web Interview) – responsywnych ankiet elektronicznych emitowanych na stronach oraz w wysyłce mailowej. W badaniu wykorzystany został system ankietowy opinie.mobi oraz widgety instapps.io. Badanie przeprowadzono na dwóch grupach respondentów w wieku 18+:

•pracownicy korporacji (z naciskiem na pracowników dużych korporacji) oraz

•pracownicy działu HR.

W badaniu udział wzięło 2275 respondentów, Pod uwagę wzięte zostały tylko kompletnie wypełnione ankiety. W badanej grupie kobiety stanowiły 47%, mężczyźni 51%, a 2% osób określiło swoją płeć jako inne. Respondenci byli w wieku od 18 do powyżej 54 lat, z czego największy udział stanowili pracownicy między 25 a 44 rokiem życia, łącznie 73% ankietowanych.

Raport z wyników badania oraz opracowane persony rozwoju można pobrać poprzez wypełnienie formularza na stronie badania: <https://nowemotywacje.pl/kompetencje-miekkie-i-potrzeba-ich-rozwoju-jak-ucza-sie-obecnie-pracownicy/>

Nowe Motywacje to firma szkoleniowa, która od niemal 25 lat projektuje i dostarcza rozwiązania rozwojowe w formie szkoleń, doradztwa trenerskiego oraz konsultingu. Firma od początku swojego istnienia w sposób pragmatyczny rozwiązuje problemy w organizacjach, za którymi stoją ludzie i procesy. Każdy projekt realizowany dla klienta musi mieć sens i nieść ze sobą realną zmianę. Firma posiada doświadczenie w realizacji kompleksowych projektów rozwojowych z wykorzystaniem zaplecza informatycznego oraz form zdalnych. Nowe Motywacje są częścią grupy Schouten Global, globalnego lidera szkoleniowego, który od 1997 roku jest udziałowcem i partnerem strategicznym firmy.

Od lipca 2020 Nowe Motywację są też przedstawicielem platformy Cross Knowledge w Polsce.

Więcej na [www.nowemotywacje.pl](http://www.nowemotywacje.pl)

Kontakt dla mediów:

Anna Skłucka

Grupa Nowe Motywacje

e-mail: anna.sklucka@nm.com.pl

tel. +48 606 323 804