

Бенефиты и льготы

Кроме системы вознаграждения для менеджеров по продажам (а в большинстве российских компаний - для всех сотрудников), применяются бенефиты или льготы, которые повышают приверженность сотрудников компании, снижают процент их текучести, а значит и затраты компании на подбор и обучение кандидатов.



Ниже список применяемых льгот, исходя из опыта как российских, так и зарубежных компаний:

- оплата представительских расходов на определенную сумму;
- оплата такси или бензина при поездках на встречи с клиентом;
- фирменный значок или вымпел с надписью - «Лучшему менеджеру по продажам»;
- статья в газете компании или на вебсайте;
- обучение за счет компании;
- участие в выставках, в том числе международных;
- участие в конференциях;
- карты со скидками для шоппинга;
- подарочные сертификаты на определенную сумму для шоппинга на выбор от разных фирменных сетей;
- карьерный рост оптимизация клиентской базы (убираем невыгодных клиентов);
- лучший кабинет или место в офисе;
- обед с генеральным директором;
- более престижный титул, название должности («ведущий менеджер»);
- оплаченная компанией парковка;
- повышение класса обслуживания в поездах и самолетах (бизнес –класс, СВ);
- оплата членства в клубе (гольф, элитный фитнес-клуб);
- оплата подписки на периодические издания;
- покупка домашней техники (телевизор, холодильник и т.д.);
- оплата домработницы для уборки дома или сервисных услуг по ремонту;
- оплата няни по уходу за ребенком;
- медицинская страховка;
- страховка личного автомобиля;

- подарочные сертификаты на различные виды услуг (массаж, салон красоты, косметология и т.д.);
- оплат ужина с семьей в самом престижном ресторане города;
- туристическая поездка для одного или для всей семьи;
- баланс работы и личной жизни;
- свободный график работы;
- билеты на спортивные события, Олимпиаду;
- билеты на концерты звезд, театр;
- подарок-автомобиль.

Конечно, нужно учесть потребности сотрудника, поскольку если для него предоставляемая ему льгота не ценна, то мы получаем не рост лояльности сотрудника, в пустую трату денег для компании.

Поэтому, хотя бы раз в год, нужно проводить опрос (анкетирование) сотрудников и выяснять их мотивационные факторы и потребности, а потом уже определяться в выборе бенефитов. Можно применять пакеты «кафетерия» или «шведский стол», в которых менеджер может выбрать самые приоритетные для него льготы. Рекомендую ввести условие получения льгот, например - выполнение плана по продажам за год не менее чем на 95%. Можно также использовать дифференциацию (это позволяет сделать как план «кафетерия», так и «шведский стол»), то есть ввести условие: чем выше результативность менеджера, тем больше стоимость пакета льгот. Или разработать уровень мастерства, при котором менеджер по продажам получает максимальный пакет льгот.

В таком случае система льгот будет способствовать не только удержанию менеджеров по продажам, но и росту их результативности.

Хочется также отметить, что внедрение «шведского стола» при правильной разработке и применении станет конкурентным преимуществом вашей компании, поскольку пока только единицы российских компаний применяют данный метод.