

Waarom mensen opstaan op maandagochtend

Drie elementen voor duurzame motivatie ontdekten de leden van VOV - Lerend Netwerk. Een jaar lang gingen ze op zoek naar een aantal fundamentele elementen voor motivatie in het werk. Zij doken in de literatuur en bezochten een 50-tal organisaties.



Mensen staan op maandagochtend niet alleen op om brood op de plank te krijgen. Ze staan ook op om dingen te realiseren. Vanuit hun eigen individuele drijfveren, maar ook in samenwerking met collega's, klanten en zakenpartners. Bovenal staan veel mensen ook op om elke dag iets nieuws te leren.

1. Passie

Individuele drijfveren zijn van groot belang voor mensen. Als mensen in het werk hun passie kunnen beleven, gaat het al snel erg goed met de motivatie. In veel reclameboodschappen, slogans of vacatures, wordt 'passie' gebruikt als een verkoopsargument. Een slagerij biedt 'passie voor fijnkost' aan, een organisatie werft met de vraag 'Heb jij passie voor ICT?'. VOV - Lerend Netwerk schuift een aantal principes naar voor die organisaties kunnen helpen passie niet alleen in marketing te gebruiken, maar passie ook de nodige ruimte te geven in de organisatie.

2. Arbeidsorganisatie

Motivatie in het werk is afhankelijk van de manier waarop de organisatie wordt ontworpen, hoe arbeid wordt georganiseerd. Een fel gestructureerde, hiërarchische omgeving heeft een ander effect op motivatie dan een omgeving die veel nadruk legt op autonomie van medewerkers. Om motivatie aan te wakkeren stelt VOV - Lerend Netwerk alvast voor om meer aandacht te besteden aan autonomie. Naast autonomie zijn er echter nog een aantal andere organisatieprincipes van belang; een samenhangend takenpakket, juiste informatie, teamwerk, ...

3. Waarden

Het derde element voor duurzame motivatie ligt in de organisatiewaarden. Het is erg belangrijk voor huidige en toekomstige medewerkers dat ze zich kunnen verbinden met een groter geheel. Er wordt erg veel gesproken over employer branding, en terecht. De komende krapte op de arbeidsmarkt zal de aandacht voor het aantrekken van talent alleen maar verhogen. Een goede employer branding start echter met de medewerkers die reeds verbonden zijn aan de organisatie. Door duidelijke waarden aan te bieden aan medewerkers, zullen zij meer loyaal zijn ten opzichte van de organisatie en zullen zij effectiever kunnen communiceren naar klanten en contacten. Op termijn kan dit met andere woorden leiden tot betere prestaties.

Bron: 6minutes.be
Datum: 9 november 2010