U SUSRET KONFERENCIJI SUPERPRODAVAČ 2017.

5 generacija zajedno na poslu – (NE)MOGUĆA MISIJA!

SUPERPRODAVAČ

«Ovi mladi su nesposobni. Nemaju osjećaj odgovornosti, lijeni su i neuredni», gotovo svakodnevno čujem istu rečenicu. S druge strane, spomenuti mladi kažu: *«Ove starce je fakat pregazilo vrijeme. Ništa ne kuže i samo zauzimaju mjesta pa mladi ne mogu napredovati.»*. Ne želeći polemizirati što je točno, iako sam mišljenja da je istina uvijek negdje na sredini, činjenica je da se dešava susret generacija. Većina taj susret zove sraz ili sukob generacija, no bolje je to smatrati običnim jazom, jer je isti moguće prijeći ukoliko osvijestimo generacijske razlike i pokušamo ih sve iskoristiti za postizanje uspjeha.

Budući da zakon sve više produžava obvezni radni vijek, trenutno dolazi do miješanja čak četiri generacije na tržištu rada – tradicionalista, *baby boomersa*, tzv. generacije X i *millenialsa*, odnosno generacije Y. Treba dodati i da je generacija Z na pragu zapošljavanja, dapače, neki predstavnici koji su završili stručne škole upravo traže ili su dobili prve poslove. Brojna istraživanja potvrđuju razlike među generacijama. Zaposleni predstavnici generacije Y imaju znatno niže rezultate kad je riječ o tradicionalnim karakteristikama vodstva kao što su odlučnost, uvjeravanje i strateško razmišljanje. Međutim, donose sasvim drugačiji skup vještina na radno mjesto koje su relevantne za današnje poslovne potrebe.

Na primjer, *baby boomersi*, odnosno rođeni između 1946. i 1964., u istraživanjima se pokazuju generacijom koja ima jake tradicionalne *managerske* vještine poput upravljanja i to za čak 34% više od generacije Y, odlučnosti čak 26% više od generacije Y, motiviranosti, uvjerljivosti i strateškog razmišljanja. Generacija X, odnosno rođeni između 1965. i 1979. slovi za društveno progresivnu generaciju, orijentiranu promjenama, samouvjerenu i kulturno osjetljivu. Istraživanja pokazuju da su im ambicije u prosjeku 13% više nego predstavnicima generacije *baby boomersa* i 12% više strateškog pristupa. Međutim, *millenialsi* su najbolji u apstraktnom i konceptualnom razmišljanju, društveno samouvjereni i umreženi. Osim toga su i izrazito ambiciozni, čak 32% više nego generacija *baby boomersa* te 27% više orijentirani ljudima i odnosima nego isti.

Razlike i sličnosti

Digitalno doba je također doprinijelo razlikama u poslovanju, posebno u načinu komuniciranja što uvelike doprinosi generacijskom jazu. *Tradicionalisti* još uvijek vjeruju pismima, dopisima i susretima u živo, *baby boomersi* najviše koriste telefon za razgovore, *generacija X* komunicira elektroničkom poštom i kratkim tekstualnim porukama, *millenialsi* društvenim mrežama i mrežnim čavrljanjem dok se za *Z generaciju* vjeruje da će komunicirati uređajima pripojenim uz ruku ili čak integriranim u odjeću.

Osim u tehničkom načinu komunikacije, promjena se dogodila u shvaćanju brzine pa se kroz godine smanjivala granica tolerancije na odgodu povratne informacije. Osim što generacija *baby boomersa* nije imala razloga koristiti akronime tipa *ASAP* (eng. *as soon as possible*), shvaćanje tog termina «što je prije moguće» se uvelike promijenila. Za starije generacije je ona poznata ceduljica «vraćam se odmah» na lokalnom dućanu značila da potrošač doista pričeka ispred vrata da se prodavač vrati, dok za mlađe generacije riječ odmah ima doslovno značenje.

Komunikacija je višekanalna i višestrana, dokumenti potrebni nalaze se u *oblaku* i dohvatljivi su odmah te nema više razloga za odgodom povratne informacije. Dapače, odgoda se smatra nepristojnom i neposlovnom!

Generacija Y je prva generacija za koju se smatra da su urođeno digitalna generacija pa je logično i da su promijenili shvaćanje zapošljavanja pa su uglavnom digitalni poduzetnici, koji s tvrtkama, a ne za njih, a glavna aspiracija im je sloboda i fleksibilnost u poslu i životu. *Generacija Z* je potpuno tehnokratska i ovisna o IT te limitirano shvaća alternative, a od njih se očekuje da će imati nekoliko karijera i da će se neprimjetno smjestiti između organizacija i «*pop up*» biznisa.

Postoji još cijeli niz promjena koje su se desile i dešavaju se u društvu, a posljedica su društvenih utjecaja i iskustva koje članovi istog proživljavaju. Za potrebe ovog teksta navedimo još samo autoritet. Nekada se autoritet podrazumijevao već samim time što je netko stariji, a onda i ukoliko je po poziciji u poduzeću i/ili društvu više rangiran. Novije generacije autoritet nikako ne povezuju s te dvije stvari, utjecajnost se broji lajkovima i brojem pratitelja na društvenim mrežama, a ne godinama života ili staža. Svaki autoritet je podložan propitivanju i izazovu.

Imajući u vidu sve navedeno, jasno je da se u timovima gdje se susreće nekoliko generacija, način upravljanja istima treba uvelike promijeniti. Nekadašnje organizacije duboke hijerarhije i velikih autoriteta pripadaju prošlosti. Suvremeni pristupi vodstvu navode pristup temeljen na osobinama, pristup temeljen na vještinama, pristup temeljen na stilu, situacijski pristup i timsko vodstvo kao moguće modele vodstva, a miks pet generacija zapravo propituje sve dosadašnje i traži neku novu izvedenicu s pojedinim karakteristikama svakog od navedenih pristupa. Moguća rješenja predstavit ću na ovogodišnjem Superprodavaču pa se nadam da se vidimo u velikom broju.

Ivana Nobilo

08-68 PS_145.indd 42 14.07.2017. 13:13:46