

# Wywczas z turbodopaleniem

**MOTYWOWANIE** Nagroda od firmy ma inną wartość niż prywatny wyjazd



Mirosław Konkel

m.konkel@pb.pl ☎ 022-333-98-55

**Wyjazdowe szkolenia, konferencje, integracje... Brr, jaka nuda! Chyba że chodzi o incentive travel.**

Kto nie marzy o korporacyjnym wyjeździe, którego celem jest coś więcej niż tylko liźnięcie fachowej wiedzy czy usprawnienie komunikacji w zespole? Setki kilometrów od Polski, w jakimś egzotycz-

nym zakątku, czeka na pracowników przygoda.

Sprzedawcy z polskiego oddziału Electroluksa odwiedzili zamkniętą bazę lotniczą koło Los Angeles i latali myśliwcami. Handlowcy Samsunga uczestniczyli w imprezie „American Dream”, w ramach której jeździli po Dzikim Zachodzie mustangami cabrio. A Mateuszowi Iwańczukowi, szefowi działu IT w jednym z warszawskich banków, szefowie zafundowali rok temu naukę nurkowania w Morzu Czerwonym. Mówi, że nie zamieniłby tego dwutygodniowego wyjaz-

du na jeszcze lepszy samochód służbowy, rozszerzony pakiet medyczny czy premię kwartalną.

— Stać mnie na wykupienie zagranicznej wycieczki. Ale zupełnie inną wartość ma atrakcyjna podróż, która jest nagrodą od pracodawcy — podkreśla menedżer.

Przyznaje, że po podróży złapał wiatr w żagle. Jeśli wcześniej pracował za dwóch, to teraz za trzech.

— Może to wdzięczność dla firmy albo świadomość, że zostałem doceniony? A może podświadoma chęć zasłużenia na podobne wyróżnienie w bli-

skiej przyszłości? — zastanawia się Mateusz Iwańczuk.

## Okoliczności przyrody

Gdy słyszymy hasło „incentive travel”, oczami wyobraźni widzimy dorzecze Amazonki, Wielki Kanion czy Saharę. Ale — jak podkreśla psycholog biznesu i trener Mirosław Słowikowski — taką turystykę można uprawiać także w Polsce.

— Od budżetu ważniejszy jest scenariusz. Na Syberii czy w Borach Tucholskich — wszędzie można przeżyć przygodę a'la Indiana Jones czy James Bond — twierdzi szkoleniowiec.

A mamy szansę stać się potęgą w dziedzinie wyjazdów motywacyjnych. Tak uważa Sławomir Wróblewski, sekretarz generalny Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy

w Polsce i członek rady Polskiej Organizacji Turystycznej kadencji 2009-2011.

— Skomplikowane dzieje, bogactwo wydarzeń, mieszanka kulturowa, walory przyrodnicze — to argumenty dla przygotowywania niebanalnych programów incentive w naszym kraju — przekonuje Sławomir Wróblewski.

Z jego obserwacji wynika, że na ten rodzaj turystyki biznesowej stawiają zarówno właściciele czy zarządcy terenów zielonych, rekreacyjnych i obiektów zabytkowych, jak i wielkie aglomeracje miejskie.

## Menedżer w zbroi

Niszę na rynku incentive próbuje znaleźć Przemysław Okrój, doradca personalny i członek bractwa rycerskiego. Właśnie przymierza się do za-

łożenia agencji turystycznej, która będzie oferowała polskim i zagranicznym firmom zwiedzanie zamków krzyżackich i słynnych pól bitewnych.

— Uczestnicy zobaczą takie miejsca jak Malbork czy Grunwald, nauczą się walczyć mieczem i jeździć konno. A potem wezmą udział w prawdziwym turnieju rycerskim — rozmawia się Przemysław Okrój.

Czy jego „krzyżackich” planów nie pokrzyżuje spowolnienie gospodarcze? W żadnym razie — odpowiada. I wskazuje, że na Zachodzie niespodziewana ekspansja turystyki motywacyjnej nastąpiła w latach 70., czyli w okresie kryzysu ekonomicznego. Bo w takich imprezach chodzi przecież o wzrost efektywności i podniesienie morale pracowników.

## DKIEM EKSPERTA

Jacek Santorski  
psycholog biznesu

## Uwzględnij temperament uczestników

► Organizatorzy incentive travel nie zawsze wiedzą, że każdy uczestnik ma inne zapotrzebowanie na bodźce, wrażenia, nowości, adrenalinę. W efekcie pracownicy skaczą na bungee lub walczą z chorobą morską na statku Wikingów, choć woleliby tawić ryby w jeziorze. Na szczęście są także programy budowane według zasady „dla każdego coś dobrego”.



Prezes pewnego banku zaprosił mnie i dwunastu swoich ważnych klientów na Mały Matterhorn, na otwarcie ubiegłorocznego sezonu narciarskiego. Był z nami góral z Zakopanego, który wchodzi na wszystkie ściany. Cztery osoby wybrały się z nim na ekstremalną wspinaczkę. Ja doskonalilem umiejętności narciarskie pod okiem instruktora Szwajcara. Inni woleli zwiedzać okolicę. Wieczorami

zapraszano nas do knajpki, by celebrować, że jesteśmy razem. Mądry organizator wy czuł, że jedyna sensowna zasada brzmi: odpoczywaj, uwzględniając swój profil psychologiczny.

Introwertyczny księgowy na hucznej imprezie firmowej zapewne będzie się męczył. A hiperaktywny menedżer wy nudzi się podczas podróży kaktusami. Zapotrzebowanie na większą lub mniejszą stymulację jest wrodzone i ma związek z temperamentem. Jestem przekonany, że właśnie nasz temperament najtrafniej podpowiada, jakie metody relaksu są dla nas odpowiednie. [MK]