

Zážitek je k nezaplacení

Sedm, červen 2009

Peníze jsou pro zaměstnance firmy důležitým motivačním faktorem. Vedle dalších benefitů jako stravenky, poukaz na kulturu či do fitcenter se však prosazují i odměny ve formě zážitků. Tento trend se rozšířil v posledních pěti letech. Podřízení dostanou od šéfů možnost vyzkoušet si něco, k čemu by se neodhodlali. Ať již z finančních důvodů, nebo ze strachu z nadměry adrenalinu.

V českých podmínkách vedení firmy zřejmě nenapadne, aby zaměstnancům například zajistilo kněze přímo na pracovišti, jako je tomu v USA. Mezi nejčastější odměny u nás patří kursy vaření. "Může jít třeba o přípravu sushi, nebo setkání se špičkovým kuchařem z vyhlášené restaurace," potvrzuje Jiří Holub z agentury Allegria, která se zabývá prodejem zážitků pro soukromé osoby i společnosti. Zatímco jednotlivci pokryjí 60 % zakázek těchto agentur, na podniky připadá zbývajících čtyřicet. Svým pracovníkům dopřávají třeba komplexní návštěvu kosmetických studií, jízdu na terénních čtyřkolkách, nebo zorbování (kutálení se ve velké vzchudem nafouknuté kouli ze svahu rychlostí až 40km/h - pozn. red.). "Mákokdy však požadují konkrétní činnost. Spíše předají odměněným lidem katalog, aby se rozhodli sami," dodává Jiří Holub. Omezením ve výběru může být jen horní hranice ceny, za kterou by neměl dotyčný jít. Není totiž problém objednat si i let do stratosféry bojovou stíhačkou za několik set tisíc korun.