# РАЗЛИЧИЯ ПОКОЛЕНИЙ:
# РЕЦЕПТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

«Поколение Альфа» — один из вариантов обозначения генерации, следующей после «центениалов». Термин предложен австралийским ученым Марком МакКриндлом. По его определению, «альфа» — это дети, родившиеся после 2010 года.

**В НАЧАЛЕ 90-Х ХОУВ И ШТРАУС СФОРМУЛИРОВАЛИ «ТЕОРИЮ ПОКОЛЕНИЙ»: ЛЮДИ БЛИЗКОЙ ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЫ, КОТОРЫЕ РОСЛИ В СХОДНЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ (СИТУАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ, ПОЛИТИКЕ, КРИЗИСЫ, ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА И ПР.), ВО МНОГОМ ПОХОЖИ СВОИМ МИРОВОЗЗРЕНИЕМ, НАБОРОМ ЦЕННОСТЕЙ, УБЕЖДЕНИЙ, ОТНОШЕНИЯ К ОКРУЖАЮЩИМ, ДЕНЬГАМ, ТРУДУ, РОСКОШИ, ПОДХОДУ К РЕШЕНИЮ ПРОБЛЕМ, СТИЛЕМ ПОТРЕБЛЕНИЯ.**

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

# Поколение «Х»

(условно рождённые с 1963 по 1983 г. )

**X** – поколение одиночек, нацеленных на упорную работу и постепенное достижение личного успеха. «Дети с ключом на шее».

Не очень охотно делятся информацией (распространена идея «меня никто не учил, я сам до всего дошёл»). Не склонны рассказывать о планах на будущее, слишком они привыкли к тому, что всё может резко измениться и жизнь внесёт коррективы.

Им досталось мало родительского внимания, поэтому они постарались компенсировать это со своими детьми (отсюда бум на раннее развитие детей и резкий скачок потребления «пусть хоть они ни в чём не нуждаются»). Обычно убеждают своих детей учить иностранные языки, так как когда для них открылся западный мир, знание языка часто способствовало успеху и открывало совершенно иные возможности.

Привыкли полагаться только на себя.

Здоровье для них – синоним работоспособности, при заболевании обычно просто снимают симптомы.

Они берут на себя ответственность за свою жизнь и не ждут, что о них позаботится правительство или руководство.

Зарабатывают всеми доступными способами, работают не по специальности, вчерашние инженеры продают на рынках, учатся лавировать, обеспечивать себя и близких в условиях неопределенности.

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

# Поколение «У»

(1984 – 1995)
Миллениалы — «поколение социальных сетей»

# ПОКОЛЕНИЕ «У»

Родители-«иксы» излишне опекают, встречают и провожают из школ, чрезмерно контролируют, чаще удаленно, поскольку они очень много работают.

«Иксы» не экономят на детях, пытаясь дать всё то, чего не было у них, продолжают поддерживать материально даже во взрослом возрасте.

«Игреки» выросли в тепличных условиях, привыкли получать желаемое и ожидать от мира «много и быстро», практически безгранично верить в себя.

Ребенку с самого детства внушали, что он – личность, с младенчества давали ему право выбора, поэтому «игреки» бескомпромиссно уверены в своей ценности.

В ответ на вопрос работодателя на собеседовании, а что готов делать соискатель в обмен на свои неслабые запросы, он уверенно отвечает: «Я готов всему научиться». Эта самоуверенность и раздражает больше всех постоянно сомневающихся в себе и стремящихся что-то доказывать «иксов».

Игрекам не нравится начинать профессиональный рост с низших ступеней, они хотят получать награды и высокие гонорары прямо сейчас.

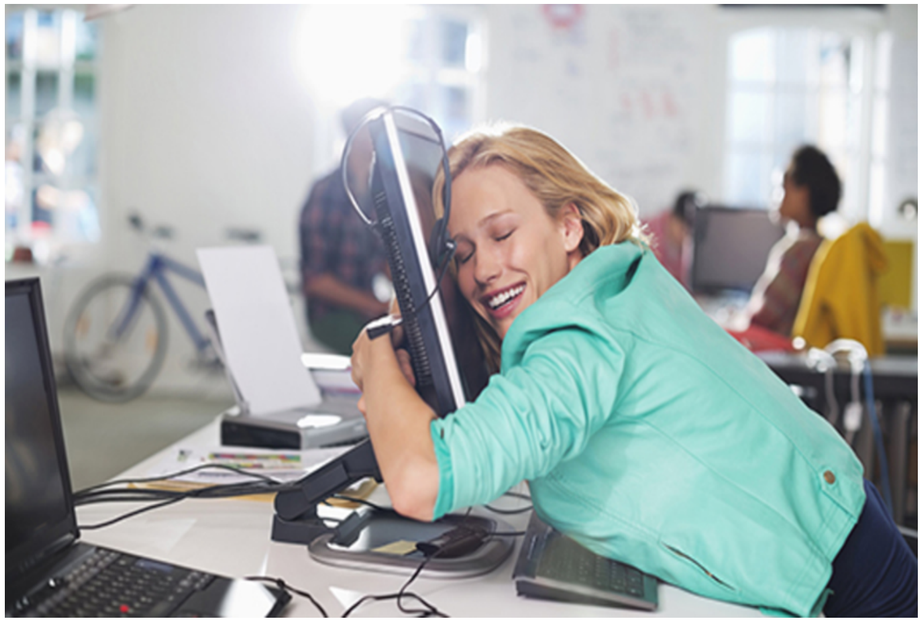
# ПОКОЛЕНИЕ «У»

Сфокусированы на обучении больше, чем на работе, стремятся уехать в мегаполисы и другие страны, имеют четкие требования к работодателям. Не хотят трудиться по принципу «так надо», им нужна заинтересованность.

Престижная работа и карьерный рост - не главное. Не нацелены изначально работать на одну компанию много лет. Для игреков важен комфорт. Они ценят свободу, их очень подавляют жесткие рамки. Хотят всего и сразу, и вряд ли согласятся на ненормированный рабочий день. Могут выкладываться по полной, если работа – это страсть.

Оформилось особое отношение к корпоративной культуре: стремятся подстроить условия работы под свою жизнь, предпочитают гибкий график, фриланс и т. п. Корпоративная культура многих компаний не подходит новому поколению и нуждается в адаптации.

Для управленцев «старой формации» такая ситуация некомфортна. Но логика поколения прозрачна: люди осознали, что жизнь прекрасна и многообразна, нужно делать то, что любишь.



# ПОКОЛЕНИЕ «У»

Понимают, что время движется быстро, не хотят быть узкими специалистами, развиваются в разных сферах одновременно.

У них огромная потребность учиться, но они не видят смысла в стандартном образовательном процессе. Они видели своих родителей с двумя высшими образованиями торгующими на рынке, и понимают, что институт не даёт никаких гарантий. Они не доверяют 70-летним преподавателям маркетинга в ВУЗах и старым методичкам. Они чувствуют, что профессии, которым их обучают, или уже невостребованы, или станут такими через десятилетие.

У них нет фундаментального образования и потребности в нём, как у «иксов», они предпочитают развиваться «в ширину», а не «в глубину». Их вариант: тренинги, семинары, короткие курсы. Эту тенденцию мы сейчас наблюдаем вообще в сфере образовательных услуг (английский за 3 месяца и т.д.) Сокращение образовательных циклов, разбивка на обучение конкретным навыкам взамен системным подходам с фундаментальной теоретической базой – реальность сегодняшнего дня (не надо «воды», сделайте «концентрат» или чистое «мясо»).

Они задают себе вопрос: как это усилит меня лично и поднимет мою ценность немедленно?

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

# Поколение «Z»

(после 1995)
“цифровое поколение»,
«домоседы» сегодняшние
школьники и студенты с верхней
границей около 23 лет

# ПОКОЛЕНИЕ «Z»

Их уже сейчас считают особенными. Они цифровые аборигены, «юзают» гаджеты раньше, чем учатся говорить.
Не помнят времени без Интернета и мобильных технологий.
Виртуальность для них – это неотъемлемая часть их реальности.
Для них заряд батареи и вай-фай – базовая потребность, смартфон – пульт от жизни.

«Поколение с пальцем на кнопке» и аккаунтом с малолетства.

Имеют встроенный иммунитет к рекламе. Но если сформирована их лояльность к бренду, становятся его «фанатами», что помогает сорвать пожизненный «джек-пот» (активно пользуются фэшн-бренды, «Эппл» и т.д.)

Семья для них всегда будет ценностью, для них это зона комфорта и безопасности. С родителями часто выстраиваются дружеские партнерские отношения.

Поколение Z не воспринимает иерархии. Отношения с высокими по званию людьми должны быть приятельскими или наставническими, никакого страха и преклонения.

# ПОКОЛЕНИЕ «Z»

Поколение «сделай сам». Лучший вариант научиться чему-либо – посмотреть обучающий ролик. И говорить им, что это не работает – вообще не вариант. «Зеты» тут же назовут вам кенийского атлета Джулиуса Йего – самоучку и чемпиона мира, чьим единственным тренером был Ютьюб.

Поколение Z на всё (ремонты, ремесленные навыки и пр.), да и на карьеру, смотрит сквозь призму этого принципа.

# ПОКОЛЕНИЕ «Z»

Ожидается, что будет меньше революционной и митинговой активности, чем у «иксов» и «игреков».

Для них будут важными коллективные ценности, интеграционные процессы (соцсети будут иметь важную роль).

Они будут много работать, но не как роботы, без конвейера, ценить возможность самореализации и причастность к чему-то глобальному. Если их предшественники в свободное время читали книги «запоем», то эти ребята будут уходить в виртуальные миры, компьютерные игры и т.п.

# ПОКОЛЕНИЕ «Z»

«Зеты» активно инвестируют время и средства в свое развитие и обучение, предпочитают посещать дорогие курсы и учиться у лучших тренеров (и не всегда в нашей стране) тому, чтобы планировать крупные покупки и покупать себе машины и квартиры.

Они являются представителями мира, в любой стране чувствуют себя комфортно и любят путешествовать.

# Как мотивировать сотрудника

# ПОКОЛЕНИЕ Х

1. «погоны и выслуга лет», поступательный вертикальный карьерный рост;
2. новые полномочия и расширение области ответственности, амбициозные задачи, максимум самостоятельности и пространства;
3. склонным к предпринимательству предложите работу над собственными проектами в рамках компании;
4. воодушевляют инструменты управления проектами, новые облачные сервисы, машинные возможности для обучения;
5. обучение и повышение квалификации;
6. персональные льготы, публичная благодарность (грамоты, Доски почёта), менторствои наставничество;
7. денежное вознаграждение;
8. корпоративное авто, льготные кредиты на строительство жилья, страхование.

1. свобода в управлении рабочим временем, «человекоориентированная» корпоративная культура;
2. вовлечение в принятие важных решений, участие в интересных инновационных проектах, для поддержки предпринимательских инициатив - проектная работа.
3. постоянное обучение в игровой и дистанционной форме;
4. геймификация рабочего процесса (снимает эффект рутины и создает дополнительные смыслы в работе, «персональные рекорды»);
5. предоставление ему возможности выбора необходимых для работы современных инструментов (наушники, ноутбуки и т.д.; можно ввести систему годовых бонусных баллов, которые он может обменивать на гаджеты);
6. понимание личных целей сотрудника, постоянное внимание к нему и одобрение, публичное «спасибо»;
7. привлечение к разработке персональных KPI и поощрение продуктивности;
8. деньги – не самоцель, а способ получения удовольствия и справедливое вознаграждение за продукт и достижение промежуточных компетенций;
9. не столь принципиальны руководящие должности

# Как мотивировать сотрудника

# ПОКОЛЕНИЕ Y

# Как мотивировать сотрудника

# ПОКОЛЕНИЕ Z

1. высокой целью: они хотят менять мир, мотивация через квесты , истории;
2. работа должна быть интересной, тогда готовы работать сверхурочно и не из за денег;
3. «лайки» в виде похвалы, небольших знаков внимания (билет в кино, подарочный сертификат);
4. незначительное повышение всегда предпочтет существенному неизвестно когда;
5. инвестиция в развитие и обучение как часть корпоративной культуры, рейтинговая оплата внешнего обучения (за стаж и заслуги);
6. корпоративные группы, СМИ и журналы, где у него есть возможность комфортно общаться и заявлять о себе;
7. деньги только бонус, позволяющий оплачивать путешествия и развлечения, но не цель, однако очень оценят премирование за личный вклад, бонусы за привлечение знакомых на вакансии внутри компании;
8. поддержка, отношение как к равному, апелляция к его уникальности, а не сравнение с другими;
9. система наставничества и менторства (сотрудник сам выбирает ментора на основе личного уважения);
10. легкая конкуренция, виджет со счетом в реальном времени ( баттлы , специальные бейджи и пр.)