



NLB d.d., Ljubljana

Marketinški fokus, 17.november 2005

**Prednosti objektiviziranega nagrajevanja za podjetje in  
zaposlene –izkušnje NLB**

Andrej Kunc



## Prednosti objektiviziranega nagrajevanja za podjetje in zaposlene –izkušnje NLB

**7 let**

**Razvoj spremljanja uspešnosti in nagrajevanja**

**Razvoj prodajnih timov**

**Uporaba motivacijskih prijemov v praksi**

**Poslovna mreža NLB-blizu 500 treningov**

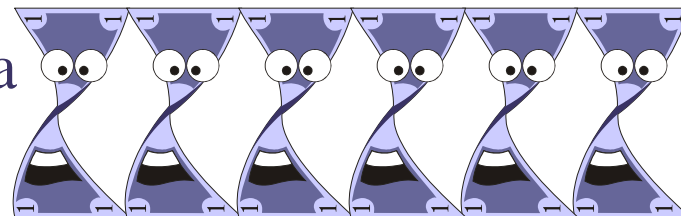


# Zgodovina

1. ni nagrajevanja



2. uravnilevka



3. % na plačo



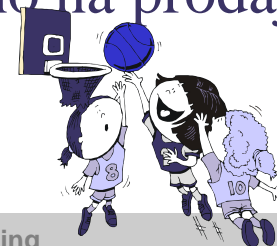
4. subjektivno



5. objektivizirano na posameznika



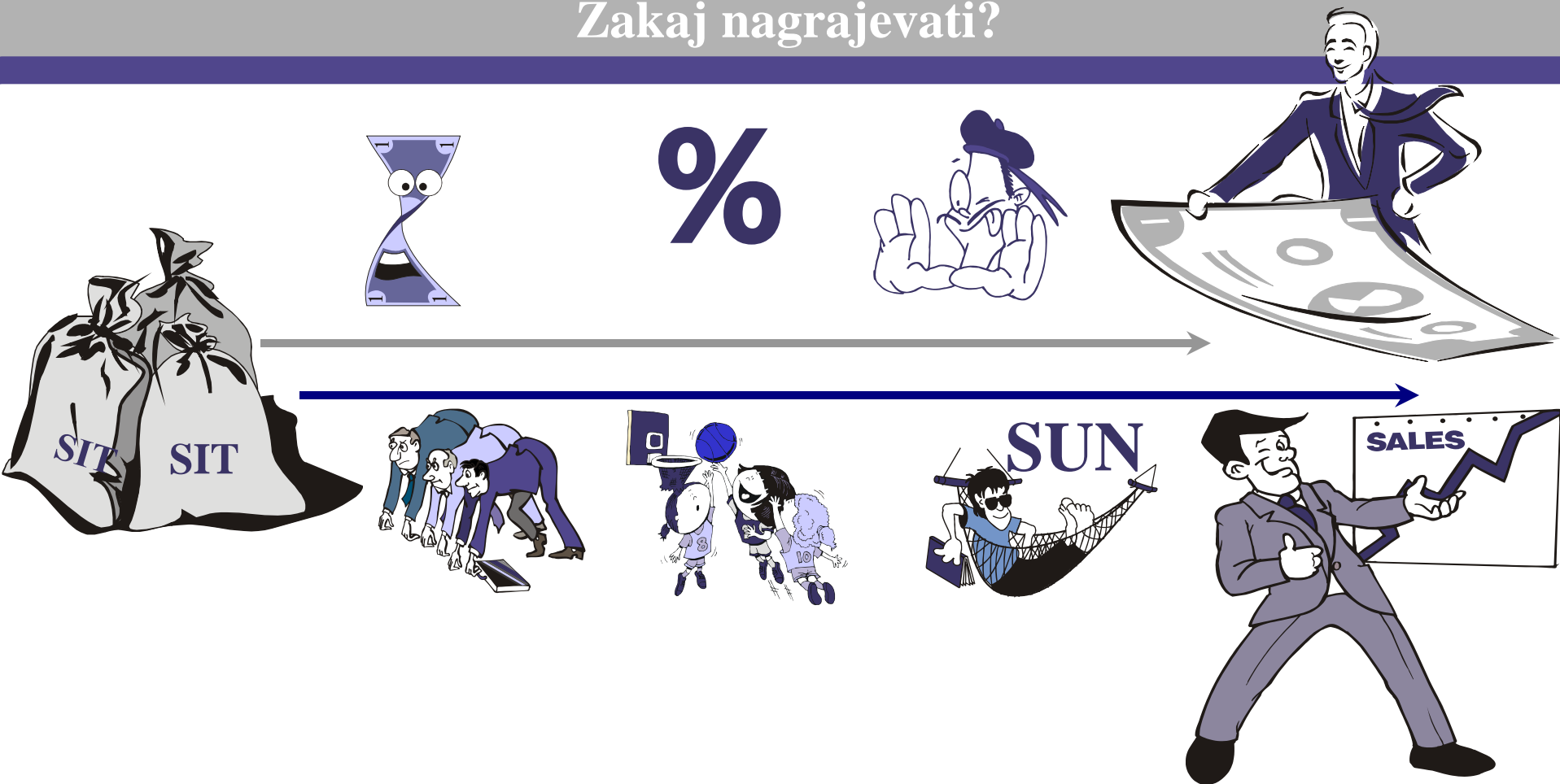
6. objektivizirano na prodajni tim



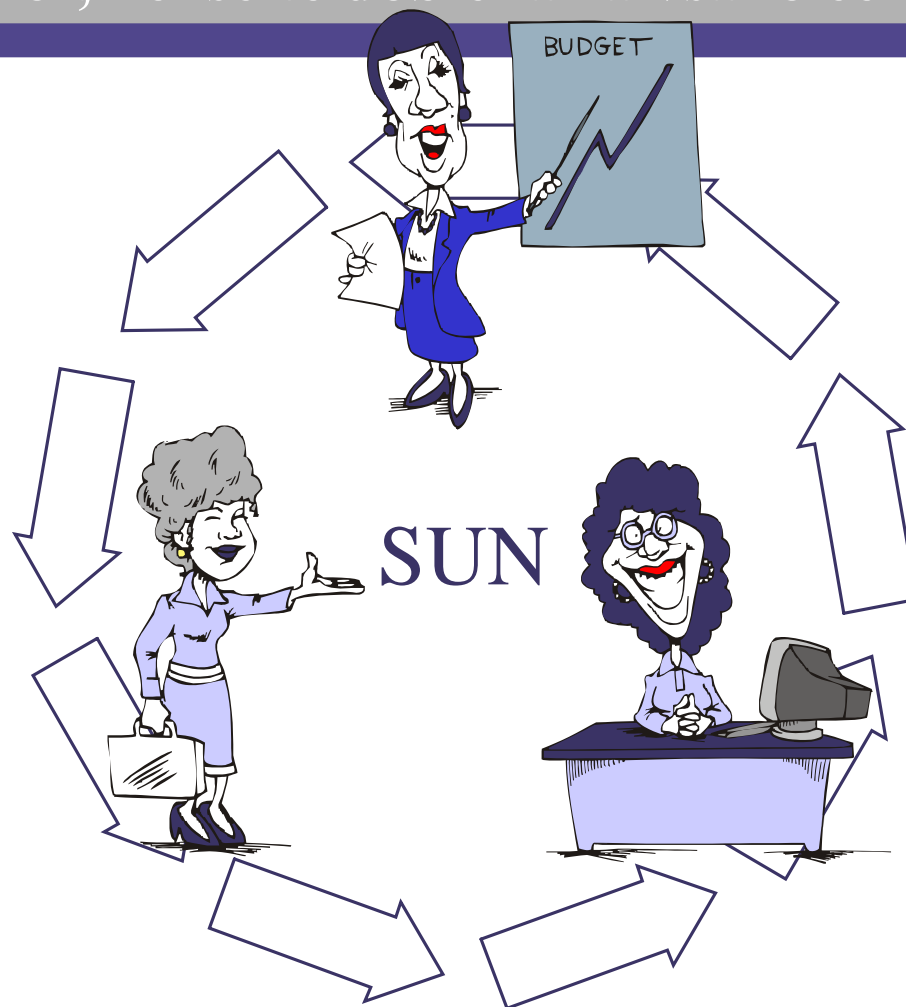
7. SUN



# Zakaj nagrajevati?



# Pozor, ne iščite dobička za vsako ceno



## Prednosti SUN-a za NLB

1. boljši rezultat



2. komunikacija vizije, strategije in poslovnih ciljev



3. možnost vplivanja na uspeh



4. preseganje kulture povprečnosti

# Prednosti SUN-a za zaposlene v poslovni mreži NLB

## 1. nagrada za rezultat



## 2. poznavanje ciljev, pričakovanj



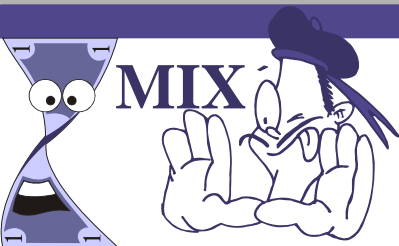
## 3. občutek dosežka



## 4. spremenjen stil vodenja



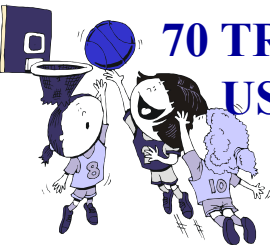
# Primer 2005



**9 MESECEV UVAJANJA  
PODRUŽNICA 200 ZAPOSLENIH**



# SUN



**70 TRENINGOV S PODROČJA SPREMLJANJA  
USPEŠNOSTI, NAGRAJEVANJA, MOTIVIRANJA, PRODAJE  
IN RAZLIČNIH VLOG (KAPETANI PRODAJNIH TIMOV)**



# REZULTAT

