

Sedlak & Sedlak

wynagrodzenia.pl

Poradnik negocjowania

Jak negocjować wynagrodzenie?

11 wskazówek dla pracowników.

Sedlak & Sedlak

ul. Królowej Jadwigi 189 B
30-220 Kraków
tel. (12) 423 00 42

sedlak.pl
wynagrodzenia.pl
rynekpracy.pl
raportyplacowe.pl
badaniaHR.pl
wskaznikiHR.pl

Poradnik negocjowania. Jak negocjować wynagrodzenie?

11 wskazówek dla pracowników.

Wskazówka 1. Nie musisz być wojownikiem!

„W biznesie podobnie jak w życiu: nie dostajesz tego, na co zasługujesz, dostajesz to, co wynegocjujesz”. To popularny cytat (autorstwa Chestera Karrassa), którego celem jest ukazać jak ważnym elementem biznesu są negocjacje. Jeżeli wyjść z założeń cytatu, trzeba by przyznać, że bez negocjowania nie można w biznesie nic osiągnąć. Mało tego: że nigdy nie dostajemy tego, na co zasługujemy. Zapewne jednak każdy z czytelników jest w stanie przypomnieć sobie niejedną sytuację, gdzie po prostu bez większego dopraszania się i negocjacji otrzymał to, na co zasłużył, to, co wypracował. A idąc dalej: czy są osoby, którym nieznana może być idea negocjacji rozumianych jako walka i dochodzenie swoich interesów? Otóż, jak głosi pewien dowcip: „Co robi Japończyk, kiedy chce podwyżkę? Pracuje jeszcze lepiej niż dotychczas. A co robi Polak? Strajkuje.” O tym, że nie jest to tylko dowcip, niech świadczą artykuły o wymownych tytułach: „Ślasy związkowcy uczą Japończyków jak strajkować” (Pustłuka, 2011 w Polska Times), czy „Japońscy kolejarze uczyli się strajkować od górników z Wujka” (Kozieł, 2011, w Gazeta.pl). Artykuły opisują przyjazd do Polski grupy japońskich kolejarzy, którzy za własne pieniądze, w czasie urlopu, odwiedzili związkowców i górników z kopalni „Wujek”, między innymi w celu odzwierciedlonym właśnie w tytułach artykułów.

O tym, która strategia jest bardziej opłacalna: strajkować czy udowodnić pracodawcy, że zasługuje się na więcej, nie trzeba zbyt dużo pisać.

Celem niniejszego poradnika nie jest zachęta do rezygnacji z negocjowania – w żadnym razie. Poradnik wskazuje na proste sposoby, które mają z założenia doprowadzać do współpracy i zadowolenia obu stron, przy jednoczesnym osiągnięciu swoich zamierzeń.

Jest to ważne zwłaszcza w przypadku negocjacji wynagrodzeń, gdzie strony łączy zazwyczaj dłuższa perspektywa wzajemnego obcowania (np. stosunek pracy), a czasem nawet „bycie skazanym na siebie”. To nie to samo co negocjacje handlowe, np. zakup auta w salonie. Sprzedawca i kupujący pewnie już więcej się nie zobaczą, albo najwcześniej za kilka, kilkanaście lat, w ciągu których zdążą o sobie zapomnieć. Tymczasem z naszym pracodawcą widzimy się na co dzień. Następne negocjacje mogą mieć miejsce już za miesiąc przy okazji kwestii kolejnej premii, podwyżki, urlopu, wakacji czy po prostu ustalania stawki kolejnego zlecenia.

Warto o tym pamiętać i przy obecnych negocjacjach myśleć już o tych wszystkich następnych.

Nie są do tego potrzebne specjalne techniki i wymyślne skomplikowane metody negocjacji. Dobre rozwiązania, to proste rozwiązania.

Wskazówka 2. Pokaż, że jesteś niezastąpiony!

Budujesz swoją pozycję negocjacyjną długo i cały czas przed negocjacjami zasadniczymi. Dobra pozycja może sprawić, że negocjacje wcale nie są potrzebne, bo szef dobrze zna Twoją wartość i nie chce Cię stracić. Opcje, którymi on będzie dysponował podczas negocjacji, możesz zredukować poprzez wykonywanie swojej pracy tak dobrze, że staniesz się trudno zastępowalny. I nie musi to dotyczyć wszystkiego, czym się zajmujesz, może to być tylko część Twoich obowiązków, a nawet jedna rzecz. Kilka przykładów podaje Roger Dawson (2006):

- Bądź tym lekarzem na oddziale, który nigdy nie frustruje się – bez względu jak silna jest presja i nerwowa sytuacja.
- Bądź tym policjantem, który posiada niesamowitą zdolność do uspokajania rozwścieczonych i gniewnych ludzi.
- Bądź tym nauczycielem, który sprawia, że matematyka jest ekscytująca nawet dla najbardziej leniwych, opornych i niechętnych uczniów.
- Bądź tym managerem, który ma wyjątkowy talent do wykrywania nowych trendów i trafnej oceny ich rokowań.
- Bądź tym sprzedawcą lub recepcjonistką, którzy jak nikt inny potrafi ze spokojem obsługiwać nawet najtrudniejszych klientów i pozytywnie rozpatrzeć każdą skargę.

Kiedy szefostwo spotka się, by ocenić Twoją osobę (wynagrodzenie, awans bądź zwolnienie) solidnym argumentem będzie: „No cóż, może nie jest perfekcyjny we wszystkim co robi, ale gdy przychodzi do – nie ma nikogo, kto zrobiłby to lepiej. I raczej nie uda nam się znaleźć szybko kogoś, kto mógłby go zastąpić”.

Wskazówka 3. Nie bądź egoistą! (Jest to w Twoim egoistycznym interesie).

Dominującą w umysłach ludzi perspektywą jest postrzeganie szeroko rozumianego konfliktu (np. kwestii negocjacji wynagrodzenia) jako gry o sumie zerowej lub tak zwanej zero-jedynkowej, czyli takiej, która oparta jest na założeniu, że rywalizujemy o ograniczone dobra, zasoby, a korzyść jednej ze stron oznacza pociąganie za sobą straty drugiej. Tymczasem tak być wcale nie musi. Wygrana i zysk obu stron są możliwe nawet jeżeli mamy do czynienia z zasobami, które są ograniczone. Tak jest również z kwestią wynagrodzeń.

Bo czy pieniądze związane z wynagrodzeniami są ograniczone? Naturalnie nasuwającą się odpowiedzią jest: „tak”. Przecież jeżeli pracownik otrzyma więcej pieniędzy, to firma (tudzież szef) będzie miała ich mniej. I na odwrót: jeżeli pracownik otrzyma mniej pieniędzy, to więcej ich zostanie u szefa, w firmie – na inne wydatki, inwestycje. W tym, notabene

zdroworozsądkowym rozumowaniu, jest jednak jedna pułapka: postrzeganie pieniędzy tylko i wyłącznie przez ich... nazwijmy to „pieniężny” wymiar, wymiar zasobów materialnych i fizycznych. Pracodawca dający podwyżkę pracownikowi nie postrzega tak „straconych” pieniędzy jako własnej inwestycji, jako kupowania pracowitości, lojalności, pozytywnych emocji i dobrego nastawienia – które przekładają się na produktywność pracownika ergo na większą jego wydajność i większe w związku z tym zyski dla firmy. Pracownik, posądzający szefa o skąpstwo i chciwość, nie postrzega tak „zagrabionych” mu pieniędzy jako środków, które są przeznaczane na utrzymanie firmy (w związku z tym na utrzymanie również jego stanowiska pracy) i jej rozwój (co może przełożyć się na lepsze warunki pracy, więcej kontrahentów i w związku z tym wyższe wynagrodzenie w przyszłości). Obie strony postrzegają siebie jako wrogów i konkurentów w walce o ograniczone zasoby. Obie strony są nieprzychylnie względem firmy, myśląc tylko i wyłącznie o swoich interesach.

Ludzie zdają się nie wiedzieć, że nie ma czegoś takiego jak „firma” – taki byt nie jest osobą, taki byt sam nie istnieje. Firma to nie „ja”. Firma to my wszyscy. Od szefa, przez kierowników, managerów, po każdego z pracowników. Jeżeli myślę tylko i wyłącznie o swoim interesie – działam na szkodę firmy. To bardzo krótkowzroczne działanie.

Pociąga ono za sobą znaczne koszty, które na pierwszy rzut oka są mniej widoczne. Dla pracodawcy taka postawa generuje koszty selekcji, rekrutacji (i poświęconego na to wszystko czasu) nowych pracowników, bo poprzedni zrezygnowali ze względu na zbyt niskie wynagrodzenie, a także koszty emocjonalne nisko wynagradzanych pracowników, którzy są mniej efektywni i produktywni. Z kolei jeżeli pracownik przyjmuje egoistyczne nastawienie, firma również poniesie tego koszty. Sukces z „przyciśnięcia” szefa jest ulotny, gdyż „przyciśnięty szef” to zjawisko tymczasowe. Tak więc tymczasowo nieadekwatnie wysokie wynagrodzenie pracownika oznacza przeważnie cięcie innych kosztów (na sprawy pracownicze, na rozwój firmy). W efekcie tego przy najbliższej możliwości pracownik nieadekwatnie wysoko wynagradzany straci posadę, bo groźby negatywnych perturbacji wynikających z szantażu znikną, albo po prostu z tego powodu, że firma upadnie... bo pracownicy mieli się „świetnie” i firma nie poradziła sobie z innymi wydatkami, nie inwestowała w pozyskiwanie nowych klientów.

Wskazówka 4. Pracowniku – pokaż, ile firma zarobi dzięki Tobie i uświadom to pracodawcy.

Firma musi zarobić na Tobie więcej pieniędzy niż Ci zapłaci. Uwydatnij to. Przelicz, ile zarobią dzięki Twojej pracy. Pracodawca uwielbia usłyszeć od pracownika: „Jeżeli zapłacisz mi 4 000 złotych na miesiąc, to jestem tego wart, bo miesięcznie zarobię dla Ciebie średnio 10 tys. złotych, i oboje będziemy szczęśliwi. Pomówmy, jak mogę to dla Ciebie zrobić.”

Wskazówka 5. Nie bądź chciwy, myśl przyszłościowo!

Pewien trener potrafił przeważnie wynegocjować sobie wysoką (ponad rynkową) stawkę. Z pewną firmą współpracował dość regularnie. Znał ich od podszewki. Kiedy pewnego razu zwrócono się do niego z prośbą o realizację szkolenia wiedział, że w związku z ograniczeniami terminowymi oraz wymaganiami jest jedyną osobą, która może zrealizować zlecenie. Z punktu widzenia negocjacyjnego: idealna sytuacja – to on rozdaje karty. Tak też się stało. Wiedział, że nie mają wyjścia i zgodzili się na jego stawkę. Była monstrualnie zawyżona (na granicy możliwości osiągnięcia zysku przez firmę), ale oczywiście cieszył się z „sukcesu negocjacyjnego”. To było jednak jego ostatnie zlecenie dla tej firmy. Później już więcej propozycji nie otrzymał. Oczywiście ich poczucie bycia złupionym było uzasadnione. Jego „sukces” w tych jednych negocjacjach i wyższe zyski przy tym jednym zleceniu, skutkowały stratą kontaktu z firmą, która rocznie dawała mu 4-5 zleceń. Strat z tych potencjalnych zleceń, których już nigdy nie otrzymał, na przestrzeni lat nie sposób zliczyć. To przykład „sukcesu” negocjacyjnego pracownika.

Teraz przykład z drugiej strony. Pewien manager w firmie, w której pracował, dał się poznać jako świetny negocjator. Został w związku z tym przydzielony do zadania negocjacji wynagrodzeń. Był w tym tak dobry, że z czasem sam szef tejże firmy zaczął się dziwić: „Jak to możliwe, że nakłaniasz ludzi do pracy za tak niskie pieniądze?”. Wydawałoby się: negocjacyjny sukces. Firma (pracodawca) zatrudniała ludzi za bardzo niskie (zdecydowanie poniżej rynkowych) stawki, więc w związku z tym jej zyski były większe. Jednak z czasem zaczęły się problemy. Po pierwsze: znaczna część osób, która dała się namówić zbyt niskie stawki rezygnowała po jakimś czasie. To z kolei generowało straty finansowe związane z koniecznością ponownej rekrutacji, nie wspominając o stratach wynikających z tytułu perturbacji powstałych w skutek zakłóceń lub niedokończenia rozpoczętych projektów. Mało tego: firma jako pracodawca zyskała tak negatywną opinię (pogłoski o „złym traktowaniu pracowników”), że miała problem, żeby w ogóle kogokolwiek zatrudnić – nawet już po zreflektowaniu się i oferowaniu stawek w normie rynkowej (a nawet lekko ponad). Nie dość tego: zakłócenia związane z opóźnieniami realizacji dla klientów sprawiły, że również wśród tychże, firma pogorszyła opinię co do jakości (a przede wszystkim terminowości) swoich usług, co doprowadziło do zmniejszenia liczby klientów.

Wnioski praktyczne nasuwają się same:

Myśl przyszłościowo i próbuj przewidzieć rezultaty swoich „sukcesów” negocjacyjnych. Nie dąż za wszelką cenę do klasycznego „zwycięstwa”, które jest niekorzystne dla drugiej strony. Pamiętaj, że prawdziwy sukces nie jest liczony tylko i wyłącznie Twoją korzyścią – prawdziwy sukces to korzyści dla obu stron. Postawisz się w dobrym świetle jeżeli zadbasz o drugą stronę – zaprocentuje to dobrymi relacjami i długofalową współpracą w przyszłości – co oczywiście będzie miało dla Ciebie wymierne korzyści, znacznie większe aniżeli pojedyncze „złupienie” partnera.

Obie historie mają wspólny mianownik: krótkowzroczność i zapomnienie, że firma dla której pracuję to nie jest mój przeciwnik, z którym trzeba „wygrać negocjacje”. Ta firma to my, ta firma to moje „ja”. I warto myśleć o przyszłości. A jak przełożyć to myślenie na zwiększenie wynagrodzenia?

Wskazówka 6. Zaplanuj zwiększenie swojego wynagrodzenia poprzez awans!

Rozmowy o wynagrodzeniu nie powinny sprowadzać się tylko do kwestii pieniędzy i innych materialnych form. Wynagrodzenie związane jest z pełnionymi przez nas obowiązkami i zajmowanym stanowiskiem. Powinniśmy więc mieć plan podwyższenia swoich zarobków na przykład poprzez podwyższenie naszego statusu w firmie za sprawą na przykład awansu na wyższe stanowisko (co w domyśle doprowadzi do upragnionego przez nas podwyższenia wynagrodzenia pieniężnego). Naszym planem rozwoju i awansu w firmie powinniśmy podzielić się z szefem. Roger Dawson (2006) podaje następujący przykład:

- Załóżmy, że jesteś sprzedawcą.
- W ciągu 18 miesięcy chcesz awansować na stanowisko managera okręgu (bądź na jakieś stanowisko kierownicze, np. kierownika sklepu).
- W kolejnych dwóch latach chcesz zostać managerem regionalnym.
- W ciągu następnych dwóch lat – managerem w skali kraju (większego regionu).

Przegadaj to ze swoim szefem i zobacz, czy jest to realistyczne. Zapytaj co musisz robić na każdej z pozycji, by móc awansować dalej. Szef będzie zadowolony, że ma tak zmotywowanego i ambitnego pracownika. A ty będziesz miał plan na zwiększenie swojego wynagrodzenia.

Wskazówka 7. Nastaw się pozytywnie – „Załatw przeciwnika” uprzejmością!

Firma MD realizowała w partnerstwie z firmą PG duży projekt szkoleniowy. W pewnym momencie między firmami zaczęło zgrzytać. Pojawiły się wzajemne podejrzania i oskarżenia o utrudnianie współpracy. Większej przyczyny zapewne nie było, po prostu na początku jakieś drobne zdarzenie zostało źle zinterpretowane przez którąś ze stron i lawina wzajemnych oskarżeń ruszyła. Kiedy sytuacja była już bardzo zła firma MD wydelegowała do kontaktu z firmą PG specjalistę, który na co dzień zajmował się szkoleniami z zakresu komunikacji i umiejętności interpersonalnych. Z drugiej strony kontaktem zajmowała się Pani Bogusława. Po pierwszych rozmowach potwierdziło się, że działanie Pani Bogusławy ma charakter wybitnie destrukcyjny, sprawia ona wrażenie osoby, która chciałaby, aby cały wspólny projekt upadł. Mówiąc potocznie: „czepiała się” wszystkiego. Specjalista z MD nie dawał się jednak wyprowadzić z równowagi, stosował wszystkie znane sobie sposoby, metody i techniki komunikacji. Z czasem jednak kompletnie załamany stwierdził, że sam w to nie wierzy: ale poddaje się, a pani Bogusława jest niereformowalna, zaś wszystkie jego zabiegi po prostu okazały się nieskuteczne. W tym momencie rozległ się dźwięk telefonu: „Pani Bogusława PG”. W słuchawce po raz kolejny usłyszał litanię pretensji i nieuzasadnionych roszczeń. Będąc zupełnie zrezygnowanym specjalista pozwolił sobie na ironię i drwinę słowami: „Ależ Pani Bogusławo! To skandal z naszej strony. Najmocniej Panią, jak i całą firmę, pragniemy gorąco za te wszystkie karygodne zaniedbania przeprosić. Absolutnie nie mamy nawet prawa się usprawiedliwiać, to wszystko nasza wina. Ale proszę powiedzieć: czy jest jeszcze dla nas jakaś szansa i nadzieja?” Jakież było zdziwienie, gdy Pani Bogusława zupełnie nie wychwyciła ironicznego charakteru wypowiedzi, odpowiadając najzupełniej poważnie: „No w sumie nie dramatyzujemy..., nic aż tak wielkiego się nie stało, jakoś damy sobie z tym radę. Proszę się nie przejmować. Działamy dalej. Będzie dobrze. Ważne, że macie Państwo chęci”. Druga strona momentalnie podchwyciła tę retorykę

i równie uprzejmie odpowiedziała. Okazało się to skuteczne. Z czasem zator komunikacyjny między firmami się odblokował, a problemy przestały się piętrzyć.

Historię z wrogo nastawioną Panią Bogusławą można tłumaczyć efektem etykietowania. Niech każdy zada sobie pytanie:

Czy ty pracowniku zaetykietowałeś swojego szefa skąpcem, chciwcem, dusigroszem lub twardą sztuką? A czy Ty pracodawco przykleiłeś któremuś swojemu pracownikowi (albo wszystkim?!) łatkę awanturnika, chytrusa, chciwca?

Takie etykietowanie może mieć fatalne skutki. Przypisywanie ludziom różnych „łatek” powoduje, że zaczynają się zachowywać zgodnie z otrzymaną etykietą (Kraut, 1973, za: Doliński, 2000). Może mieć to negatywne konsekwencje jeżeli etykieta jest negatywna: szef czy pracownik posądzany o chytrą – faktycznie tak zareaguje. Ale etykietowanie można też wykorzystać pozytywnie.

Zamiast posądzać pracownika/pracodawcę o chciwość nastawmy się, że to dobry człowiek, któremu zależy również na moim dobru (a nie tylko na jego własnym interesie). Zacznij rozmowę od prostych zwrotów: „wiem, że jest Pan rozsądnym człowiekiem i na pewno się dogadamy”, „wiem, że ma pan na uwadze zarówno losy całej firmy, jak i moje indywidualne dobro”, „jest pan przecież mądry i na pewno ma na względzie naszą dalszą dobrą współpracę”.

Wskazówka 8. Pokaż co kryje się za pieniędzmi, które otrzymasz!

Twój partner czy pracodawca chce usłyszeć 3 rzeczy: to, że potrafisz rozwiązać jakiś problem, to, że jesteś zmotywowany i potrafisz inspirować innych oraz to, że wpasowujesz się w kulturę firmy (Dawson, 2006). Możesz zaspokoić te oczekiwania odpowiednio:

1. Pokazując merytoryczny wymiar pieniędzy – to, że za daną kwotę kryje się konkretna wartość, np. wymiar wykonanej pracy, to że rozwiążesz jakiś problem. Wymień więc drugiej stronie, co otrzymuje za daną kwotę. Zamieniaj pieniądze na korzyści. Powiedz np.: „to odpowiednia kwota, sprawia, że efektywnie pozyskam dla nas 3-4 nowych klientów na miesiąc”, albo: „Płaci mi Pan i kupuje moją pracę, a dzięki mojej pracy zniknie problem pomyłek w dystrybucji towarów do sieci przesyłowych”.
2. Wskazując jak dobrze dana kwota czy podwyżka wpłynie na aspekt emocjonalny i motywacyjny – bezpośrednio dla Ciebie, ale także przyczyniając się do tego, że będziesz emanował swoim zadowoleniem i zaangażowaniem zarażając innych. Pokaż, że podwyżka dla Ciebie ma szerszy krąg oddziaływania.
3. Popieść ego partnera (pracodawcy) mówiąc, że dana kwota musi na tyle „poważna” by oddawała sobą „powagę firmy”. Możesz w odpowiedzi na pytanie, ile chciałbyś zarabiać zastosować poniższą sekwencję: „No cóż, teraz skoro będę częścią (skoro jestem częścią) firmy, to muszę dbać o jej dobre imię. Przyzna Pan, że zdecydowanie na dobrą opinię o firmie składa się także to, jak traktuje i dba o swoich pracowników, czego jednym z głównych wymiarów jest to, jak ich wynagradza. Proponuję więc kwotę „tyle-a-tyle”.

Wskazówka 9. Bądź mniej zachłanny i współpracuj – zyskasz więcej!

Tak zwany „dylemat więźnia” to popularny w psychologii społecznej przykład wspomnianej wcześniej gry o sumie niezerowej.

Napad na bank w miasteczku. Policja łapie dwóch podejrzanych posiadających nielegalną broń. Brak jednak dowodów na ich winę. Zaczyna się psychologiczna gra przesłuchań z próbą złamania któregoś z nich. Wyobraź sobie, że masz przedstawione następujące opcje: 1) przyznajesz się obciążając zeznaniami was obu – jeżeli drugi się nie przyzna, to on otrzyma maksymalny wyrok, a Ty, dzięki współpracy z policją, zostaniesz zwolniony; 2) nie przyznajesz się i nie obciążasz żadnego z was – jeżeli drugi się nie przyzna, to obaj dostaniecie niewielki wyrok za nielegalne posiadanie broni, jeżeli jednak drugi się przyzna to ty dostajesz maksymalny wymiar kary. Pójdiesz na współpracę z twoim partnerem, tak byście obaj dostali niewielki wyrok, czy zaryzykujesz by zyskać jak najwięcej, a ten drugi przegra?

Oczywiście najbardziej opłaca się dbać wyłącznie o własny interes – tak jak w życiu: można wtedy najwięcej zyskać. Problem w tym, że jeżeli druga strona również nastawi się tak rywalizacyjne, to obie strony bardzo dużo mogą stracić.

Podobnie działo się w historii z Panią Bogusią: wzajemne uporczywe trzymanie się swojego stanowiska i własnego interesu każdej ze stron skutkowało zaniemowieniem i stratami dla obu firm. Dopiero wzajemne pójsie na ustępstwa i zorientowanie się na partnera doprowadziło do obustronnej satysfakcji.

Podobnie rzecz ma się z negocjacją wynagrodzeń. Oczywiście, jeżeli nastawiamy się na walkę o swoją pozycję i zdobycie dla siebie jak najwięcej, to przy założeniu, że druga strona okaże się uległą bądź po prostu podda się naszemu wpływowi – wtedy możemy zyskać dużo. Problem w tym, że jeżeli partner też ma takie podejście (a przeważnie przecież ma!) to obie strony mogą na tym stracić, nie dogadać się, współpraca może zostać zerwana (nie wspominając o innych negatywnych konsekwencjach wynikających z kosztów walki psychologicznej). Strategia walki często zawodzi, gdyż prowokuje agresywne reakcje (np. groźba wywołuje groźbę), a ponadto zmniejsza szanse na wspólne rozwiązanie problemu (Pruit, 1991, za: Stephan i Stephan, 2007).

Dlatego też podchodząc do negocjacji wynagrodzenia nie próbuj zyskać jak najwięcej za wszelką cenę. Bądź gotów na ustępstwa i pamiętaj, że tak naprawdę najwięcej zyskasz (i w ogóle będziesz miał szansę na jakikolwiek zysk) jeżeli będziesz w stanie współpracować z drugą stroną i dbać o zapewnienie dla niej korzyści.

Wskazówka 10. Doceń drobne kwoty!

Ciekawy przykład podaje Roger Dawson. Pomyślmy sobie: pewnie nie ma osoby, która nie potrafiłaby wynegocjować sobie podwyżki w wysokości 10 zł na tydzień. Niezbyt dużo? Czyżby? 10 zł tygodniowo to 520 zł rocznie. Jeżeli zostajemy z jakąś firmą przez 5 lat daje to 2600 zł. Wynegocjowane pewnie zaledwie w 15 minut.

Wskazówka 11. Wykorzystaj szeroką gamę opcji „wynagrodzenia”!

Premie i dodatki. Pamiętaj, że one również są częścią składową Twojego wynagrodzenia. To może działać w dwie strony. Wszelkie dodatki to po prostu koszty pracodawcy, które ponosi, i które tak właśnie sobie mentalnie księguje – jako koszt. Z drugiej jednak strony stanowią one w naszym umyśle odrębne kategorie – nie będące jednolitością ze zwrotem „wynagrodzenie”. Można to wykorzystać w negocjacjach.

Wystosowując swoją ofertę mówimy, że oczekujemy: 5000 PLN brutto zasadniczego wynagrodzenia + coroczna premia + zwrot kosztów dojazdu + pakiet podstawowej opieki medycznej + pracowniczy karnet na siłownię i basen + i tak dalej. Nasz arsenał do negocjacji jest teraz znacznie szerszy. Zamiast negocjować wynagrodzenie zasadnicze, trzeba także brać pod uwagę inne rzeczy, które zostały wymienione – jest więc sporo opcji, które sprawiają, że potęguje się wrażenie pójścia na ustępstwa („no odpuściłem już ten karnet i pakiet medyczny, to i tak za dużo ustępstw z mojej strony”). Podsumowując: ważne by obie strony miały świadomość tego jak wiele opcji kryje się w zwrocie „wynagrodzenie” – pomaga to obu stronom osiągnąć konsensus i porozumienie. Poniżej znajduje się lista przykładowych „dodatków” (Dawson, 2006):

- różnego rodzaju dodatkowe ubezpieczenia i pakiety medyczne: zdrowotne, dentystyczne, na życie,
- dopłaty do dojazdów: zwrot kosztów dojazdu do pracy, darmowy parking, zwrot kosztów biletów na autobus, pociąg czy metro,
- rozwój i doskonalenie zawodowe: szkolenia, uczestnictwo w branżowych spotkaniach, członkostwo w profesjonalnych organizacjach i opłacenie składek z tym związanych,
- sport i rekreacja: karnety na basen, siłownię, kręgielnię, do różnych klubów itp.,
- zniżki na produkty i usługi firmowe,
- firmowy komputer, laptop, telefon do użytku prywatnego,
- wsparcie i doradztwo prawnika, psychologa, etc.

Oprócz rzeczy typowo materialnych w grę wchodzi również takie, które na pozór nie są związane z wynagrodzeniem, jednak w znacznym stopniu wpływają na nasze funkcjonowanie (co oczywiście z kolei przekłada się na pieniądze, np. za sprawą naszej większej efektywności, gdy pracujemy w komfortowych warunkach):

- wielkość, lokalizacja i wyposażenie stanowiska pracy (np. biura),
- możliwość pracy w domu, zdalnie, przy użyciu sprzętu firmowego (np. komputera),
- elastyczne godziny pracy,
- jak często Twoje wynagrodzenie będzie mogło rosnąć.

Kamil Chrustowski

Sedlak & Sedlak

Bibliografia

Dawson, R. (2006). *Secrets of Power Salary Negotiation*. Franklin Lakes: The Career Press. Doliński, D. (2000). *Psychologia wpływu społecznego* (rozdz. 5). Wrocław: Towarzystwo

Przyjaciół Ossolineum. R. 5.

Kozieł, G. (2011). Japońcy kolejarze uczyli się strajkować od górników z Wujka. Pobrane z http://m.wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,117915,9341186,Japonscy_kolejarze_uczyli_si_e_strajkowac_od_gornikow.html?order=najstarsze

Nęcki, Z. (1995). *Negocjacje w biznesie* (rozdz. 6). Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu.

Pustułka, A. (2011). Śląscy związkowcy uczą Japończyków jak strajkować. Pobrane z <http://www.polskatimes.pl/artukul/385166,slascy-zwiazkowcy-ucza-japonczykow-jak-strajkowac,1,id,t,sa.html>

Stephan, W., Stephan, C. (2007). *Wywieranie wpływu przez grupy. Psychologia relacji* (rozdz. 6). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Wojciszke, B. (2011). *Psychologia społeczna* (rozdz. 16). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.

[informacje o dr Karrass] (bd.) Pobrane z <http://www.karrass.com/dr-chester-karrass>