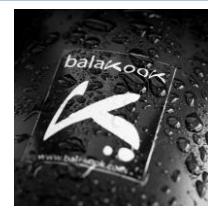


# NASLOV ŠTUDIJE PRIMERA: BALAKOOK. COVID-19 ČUSTVENA PLAČA

Ime organizacije:

**BALAKOOK**

<https://balakook.com/tienda/>



Država in sektor organizacije:

Španija, športni sektor

Tip organizacije:

- podjetje **X**
- javna organizacija
- zasebna organizacija
- nevladna organizacija
- drugo:

Velikost organizacije:

- majhna **X**
- srednja
- velika

Kratek opis organizacije

BALAKOOK je majhno podjetje, ki deluje na športnem področju v Granadi, Andaluzija.

Predstavljajte si prostor, kjer se lahko pogovarjate o kolesih, si naročite pijačo, poslušate glasbo ali gledate najboljše kolesarske videoposnetke, obdano z najboljšo atmosfero. To so bile njihove sanje, ki so postale realnost. Balakook obsega več kot 350 kvadratnih metrov površine, kjer lahko najdete razstavljen kolesa in dodatke, kakor tudi storitve za montažo in popravilo koles.

Zaposleni v Balakook-u so uporabniki koles, zato se zavedajo pomembnosti skrbi in popravil koles.

Glavne aktivnosti v Balakook-u so:

- ✓ prodaja športne opreme,
- ✓ svetovanje na področju tekmovanja,
- ✓ kolesarstvo.

Balakook je mlado podjetje, ki je posvečeno športu, še posebej kolesarstvu, in sicer cestnemu kolesarstvu, gorskemu kolesarstvu, turnemu kolesarstvu za vse starosti in profile. Prav tako ponujajo nasvete glede biomehanike in kolesarske mehanike. Ekipo sestavlja 5 članov, ki so z dušo in telesom posvečeni kolesarstvu.

### Kratek opis študije primera

Balakook se je rodil pred 9 leti z namenom, da se posvetijo svoji strasti, to je svet na dveh kolesih.

Iz hobija se je rodil način za preživljanja in verjamejo, da ni nič bolj nagrajajočega kot delati tisto, kar ljubiš.

Njihova prvotna baza je bila v Maraceni, pred 2 letoma so se preselili na novo lokacijo, blizu narave, da bi lahko ponudili podporo in pomoč vsem, ki se bodo podali na pot s kolesom po cesti ali gorskih poteh.

V Balakook-u ponujajo naslednje storitve:

- trgovina,
- delavnica,
- avtopralnica,
- mehanična delavnica,
- kabine za preoblačenje,
- skladišče koles,
- izposoja koles,
- bikefitting,
- fizioterapevt,
- kiropraktične masaže,
- biomehanične študije.

Ta študija primera je posvečena motivaciji in čustveni plači. Upoštevati je potrebno, da je bilo stanje Babakook-a na začetku pandemije precej zapleteno. Ravno ob začetku pandemije Covid 19 so se iz Maracene preselili v nove prostore v Granado. Trgovino so zaprli za stranke in se osredotočili na mehanično delavnico ter telefonsko prodajo.

Zaradi te negotovosti so se osredotočili na to, da je njihove poslovanje bolj vidno, tako da bi se ljudje zavedali, kako pomembni so športi na prostem v boju proti virusu.

V tej situaciji šibkosti in negotovosti so našli priložnost za razvoj, ker imajo radi to, kar počnejo in imajo radi šport na dveh kolesih.

Prodaja koles je kmalu zelo narasla in zaloge so jim pošle, saj so ljudje začeli uporabljati kolesa ne le kot vozilo za prosti čas, ampak tudi kot prevozno sredstvo.

Ljudje so se začeli zavedati dejstva, da je kolesarstvo varno, okolju prijazno in dostopno vsem.

### Ključne besede:

**Motivacija. Samo-motivacija. Proaktivnost. Delovna atmosfera.**



## PROFIL NAJBOLJŠE PRAKSE

### PODROBEN OPIS

Njihov menedžer in lastnik Santi G. nam pove, da upravljanje teh razmer ni bilo lahko in da se mora podjetnik zavedati, da bo moral ves čas spremljati in predvidevati tveganja. V tem smislu bodo, kot smo videli, vedno nepričakovani dogodki ali situacije, ki jih je težko imeti pod nadzorom. Negotovost, ustvarjena s COVID-19, je ena od težjih situacij, vendar pa je njihova motivacija za delo in ljubezen, ki jo gojijo do športa na dveh kolesih, omogočila rast podjetja in omogočila zagotavljanje potovalnih in športnih rešitev za stotine ljudi.

Po besedah Cristiana Jimeneza, menedžerja trgovine, je bila velika motivacija že to, da se počutijo srečni v službi, da se zavedajo, da druge ljudi osreči enaka strast kot njih; ne gre toliko za denar, temveč za občutek ustvarjanja skupnosti in na ta način se izpolnjujejo tako profesionalno kot osebno.

Kot je že bilo navedeno, je bila odpornost ključna, ki je omogočila, da premagajo ovire.

Od trenutka, ko je bilo vse ne nujno trgovanje zaprto, so verjeli, da lahko s kolesarjenjem ustvarijo varno okolje za prevoz na delo. In prav na tem prepričanju so svoje komuniciranje usmerili na družbena omrežja, kjer so stranke ozaveščali, da so ob njih in da so sprejeli vse potrebne varnostne ukrepe, da bi trgovina bila varna.

- **Skupinsko delo.** Santi in Crisitian Jiménez razložita spremembo perspektive v timskem delu, morali so postati bolj natančni in optimizirati čas. Bilo je zelo pozitivno, da so vsi lahko opravljali vse naloge, telefoniranje, obiskovanje kupcev ali pomoč v delavnici. Poskušali so pri ekipi vzpostaviti občutek, da je vsak prispeval nekaj pozitivnega.
- **Osebno priznanje.** Ekipa se je vedno počutila zelo enotno in zaposleni so vedno bili prepoznani kot dragocen vir podjetja, kar je tudi vzbudilo notranjo motivacijo, saj niso želeli materialnega priznanja, temveč čestitke za dobro opravljeno delo.
- **Spodbujanje dosežkov.** Balakook je poskušal povečati notranjo motivacijo s tem, da je zaposlene s pomočjo objav na Facebooku spomnil na njihove pozitivne dosežke, odpravili so se na skupne aktivnosti, kot so na primer vožnja s kolesom celotne ekipe. Skratka, da bi kar najbolje izkoristili notranjo motivacijo vsakega zaposlenega, so poskušali doseči ravnotežje med zadovoljenjem osebnih potreb vsakega zaposlenega s splošno ali skupno koristjo podjetja.
- **Predajanje odgovornosti.** Po mnenju Santija, lastnika Balakooka, je pozitivno, da ima ekipa možnost, da prevzame pomembnejše funkcije, kar pomeni večjo odgovornost in da sodelujejo pri strateških odločitvah, se o njih posvetujejo, saj imajo tudi sami interes za izboljšanje podjetja. To jih navdihne, da iz sebe in svojih talentov izpeljejo najboljše. Ne gre za večjo odgovornost znotraj podjetja glede zaslužka, ampak krepitev prizadevanj za profesionalno in osebno izpolnjevanje.

## UTEMELJITEV

Ekipa Babakook-a je skupaj s svojim menedžerjem Santijem imela dobre izkušnje s prodajnim svetovanjem in svetovanjem znotraj kolesarskega sektorja. Toda razmere, ki so posledica COVID-19, so jih pustile v resnični negotovosti. S tem so se soočili tako, da so ozavestili, da je njihova naloga zagotoviti ljudem srečo v prostem času. V tem smislu niso prodajalci koles, temveč prodajalci trenutkov sreče skupaj s kolesom in to je neprecenljivo.



Lekcija, ki si jo želijo pokazati, je, da se je lažje izvleci iz slabe situacije, če ima ekipa rada delo, ki ga opravlja. In v tem smislu mora menedžer spodbujati, da se vsi delavci čutijo del ekipe. Podjetje jih mora prisiliti, da sodelujejo in postati del ekipe. Takšen pristop pa zahteva, da je podjetju mar za zaposlenega; če politika podjetja ne skrbi za blaginjo zaposlenih, ustvarjanje dobrega delovnega okolja, prepoznavanje zaposlenih, vse to na koncu negativno vpliva tudi na najbolj motiviranega delavca. V celotnem času pandemije je bila njihova ekipa skupaj, pomagala drug drugemu ter bila prisotna in prisrčna do

življenj in družin vseh zaposlenih, vključno s strankami.

Kolesarskih podjetij in ponudnikov storitev je ogromno, toda njihovi zaposleni so na razpolago strankam in v številnih primerih se spletejo prijateljski odnosi. To je zato, ker jim je mar za srečo stranke, saj je le-ta del njihove sreče.

Nepredvidljiv položaj COVID-19 je bil za njih izziv, saj so morali ljudi prepričati, kako pomemben je šport na prostem in da se kljub težavam življenje nadaljuje. V okolju si vsi pomagajo in spodbujajo lokalno trgovino.

To je bil uspeh njihovega dela in podjetja, timskega dela, priznavanja delovnih mest in osredotočenost na čustveno plačo ter notranjo motivacijo.

## CILJI

Podjetje Balakook si si prizadevalo, da se v obdobju začasne prekinitve delovanja izvlečejo iz obstoječega položaja z jamstvom, da bodo lahko obdržali delovna mesta zaposlenih in se izognili stečaju podjetja.

Uspeh podjetja po pandemiji temelji predvsem na naslednjih stebrih:

- sodelovanje,
- varnostni ukrepi,
- spodbujanje enotnosti med zaposlenimi in seznanjanje s situacijo,
- fleksibilno delovno okolje,
- promocija socialnih omrežij; vsi zaposleni so delali kot "Community Managers," objavljali so fotografije izletov, s čimer so promovirali preživljanje prostega časa na dveh kolesih, ...

Vse to temelji na izboljšanju zavezanosti in vključenosti zaposlenih v družbo.

Ustvarjanje dobrega delovnega okolja za zaposlene je ključ za povečanje motivacije in uspešnosti ekipe podjetja.

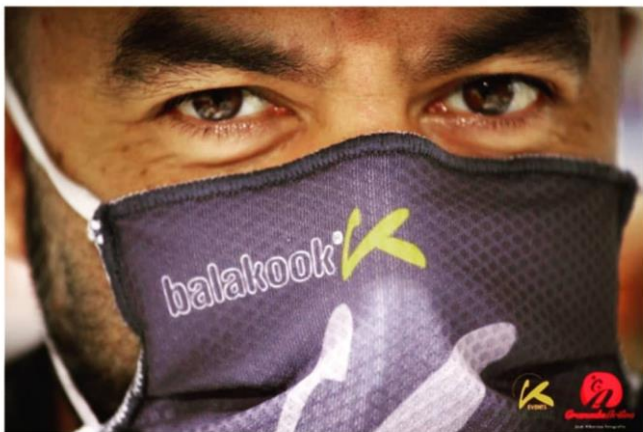
## UČINEK

Santiago je poskušal ustvariti ravnovesje med samo-motivacijo vsakega zaposlenega, da raste in izpolnjuje sebe, ter podporo podjetja. Oblikovali so ekipo za preprečevanje zunanjih dejavnikov, ki imajo lahko negativen vpliv na krepitev te motivacije. Za ta namen so bili izpostavljeni ključni dejavniki:

- Zaposleni delajo bolj zavzeto, ko vidijo, da je vodstvo podjetja zainteresirano za njihovo dobro počutje in počutje ekipe.
- Ko je zaposlenemu dodeljena odgovornost in sprejemanje odločitev, razvije občutek pripadnosti podjetju in se počuti bolj motiviranega pri delu.
- "Družinsko" delovno okolje, v katerem se zaposleni počutijo domače in sproščeno.
- Spodbuda za zaposlene, da želijo doseči svoje razvojne cilje in dopolnjevati strategijo, v katero se počutijo vključene.
- Samo-izpopolnitev in osebna rast zaposlenih v BALAKOOK-u.

## NAUČENE LEKCIJE

Javier Gil se je naučil, da ima **organizacijska motivacija temeljno vlogo**, ker omogoča povečanje potenciala vsakega delavca, omogoča zadovoljevanje osebnih ciljev in hkrati tudi potencial podjetja.



Kadar ni dobre **motivacije**, se to lahko odraža v vedenju delavcev, kar v nekaterih primerih povzroča delovni stres. Vse to ima posledice na samo podjetje, saj vodi v slabo delovno uspešnost in vpliva na cilje podjetja.

Iz vseh izkušenj s COVID-19 je jasno, da ima **motivacija znotraj podjetja temeljno vlogo**, ker omogoča ne le povečanje potenciala vsakega delavca, kar jim omogoča, da izpolnjujejo svoje osebne cilje in hkrati tudi cilje podjetja, temveč tudi, da se lahko borijo proti škodljivim elementom, kot so tisti, na katere smo naleteli z zaprtjem podjetja.

Ko ni dobre motivacije, se vsaka težava zdi večja, še posebej, če obstaja negotovost na **delovnem mestu**. Če motivacija delavca ni le ekonomska, ampak jo žene tudi čustvena plača, je delavcem lažje prenesti negotove situacije. Nizka motivacija lahko v nekaterih primerih povzroča delovni stres, kar pa vpliva na samo podjetje, povzroča nizko delovno uspešnost in vpliva na cilje organizacije.

Po drugi strani pa dobra motivacija prinaša pozitivne učinke, pozitivne rezultate, boljše delovne odnose in več učinkovitosti. Zato BALAKOOK podpira delovno motivacijo svojih zaposlenih, ki skupaj z osebno motivacijo vsakega od njih vpliva na oblikovanje delovnega okolja, ki je spodbudno za osebne cilje zaposlenega in podjetja.

Še ena lekcija, ki so se je naučili, je, da v podjetje vpeljujejo aktivnosti za krepitev povezanosti ekipe.



## GRADIVO



Prodajni asistent Cristian Jimenez





BALAKOOK EKIPA

