

ЕКАТЕРИНА КОРОЛЕВА

КРАТКОЕ

СОДЕРЖАНИЕ

«ПОКОЛЕНИЕ Z НА

РАБОТЕ. КАК ЕГО

ПОНЯТЬ И НАЙТИ С

НИМ ОБЩИЙ ЯЗЫК»

Екатерина Королева
Краткое содержание
«Поколение Z на работе.
Как его понять и найти
с ним общий язык»
Серия «КнигиКратко»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69484102
2018

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Поколение Z – это те, кто родился в 1995–2012 годах. Старшим уже исполнилось 20 лет, младшие еще учатся в школе. Численность «зетов» в мире: около 73 миллионов человек. Через 10 лет они составят основу работающего населения. Вот почему необходимо знать, каковы интересы, ценности и потребности поколения Z. На данный момент это самая исследуемая часть аудитории, на которую обращают внимание работодатели.

Дэвид Стиллман исследует проблемы разных поколений уже четверть века. Эту книгу он написал в соавторстве с сыном –

типичным представителем поколения Z. Подросток откровенно рассказывает о том, что отличает современную молодежь от их родителей, как устроен их мозг и почему «старые проверенные» методы воспитания больше не работают.

Из нашего обзора вы узнаете:

- Как подготовиться к «пришествию зетов» на рабочие места;
- Какие особенности поколения Z нужно учесть, чтобы найти с ними общий язык. Как мотивировать и как наказывать «зетов»;
- Что предложить молодым сотрудникам в обмен на талант и креативность;
- Почему традиционные методы работы с «зетами» не приведут к результату.

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги.

Обзор по книге «Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык», Дэвид Стиллман, Иона Стиллман

Автор обзора:

Екатерина Королева

6 особенностей поколения Z: как мотивировать молодых сотрудников

Поколение Z – это те, кто родился в 1995–2012 годах. Старшим уже исполнилось 20 лет, младшие еще учатся в школе. Численность «зетов» в мире: около 73 миллионов человек. Через 10 лет они составят основу работающего населения. Вот почему необходимо знать, каковы интересы, ценности и потребности поколения Z. На данный момент это самая исследуемая часть аудитории, на которую обращают внимание работодатели.

Дэвид Стиллман исследует проблемы разных поколений

уже четверть века. Эту книгу он написал в соавторстве с сыном – типичным представителем поколения Z. Подросток откровенно рассказывает о том, что отличает современную молодежь от их родителей, как устроен их мозг и почему «старые проверенные» методы воспитания больше не работают.

Из нашего обзора вы узнаете:

- Как подготовиться к «пришествию зетов» на рабочие места;
- Какие особенности поколения Z нужно учесть, чтобы найти с ними общий язык. Как мотивировать и как наказывать «зетов»;
- Что предложить молодым сотрудникам в обмен на талант и креативность;
- Почему традиционные методы работы с «зетами» не приведут к результату.

Биографическая справка

Дэвид Стилман – автор статей в журналах Time, Washington Post, New York Times и USA Today. Выступал в качестве эксперта по проблемам поколений на CNN, CNBC и телевизионном шоу Today. Входит в перечень 200 авторов, рекомендованных журналом Business Journal.

Особенность 1. Вся жизнь в цифровом мире

Поколение Z – первое поколение, рожденное в мире, где практически у любого физического объекта есть цифровой эквивалент. В голове типичных «зетов» реальный и виртуальный миры тесно переплетены. Интернет стал повседневностью, без которой жизнь уже немыслима, и рабочая среда постепенно приспосабливается к цифровым решениям. Молодежь привыкла быть на связи со всем миром – через Facebook, Instagram, ВКонтакте, YouTube, Twitter, LinkedIn. И если в 2000-х годах компании блокировали доступ сотрудников в социальные сети с рабочих компьютеров, то теперь эти сайты – источник поиска информации и полноценный инструмент, помогающий налаживать деловые связи. Это простейший пример того, как деловой мир приспособился к цифровизации, далее процесс будет нарастать, потому что на рабочие места придут люди, которые вообще не знают, как это, жить в офлайн.

Что это означает для работодателя

Вывод 1. Подростки находят в интернете все, что им нужно, поэтому наставления учителей и родителей заметно утратили авторитет. Скорее всего, авторитет начальника молодые сотрудники тоже поставят под вопрос. Если ваш статус-кво не будет подкреплён чем-то, представляющим для «зетов» ценность, по-настоящему уважительных отношений ждать не придется.

Исследование: 91% представителей поколения Z при устройстве на работу будут оценивать в первую очередь уровень технологичности компании.

Вывод 2. Технологические инновации – это область, в которой поколение Z уже сейчас можно считать экспертом. Их уровень владения компьютером делает «зетов» самыми подходящими кандидатами на такие вакансии как менеджер социальных сетей, разработчик мобильных приложений, программист, дизайнер пользовательского интерфейса. Кроме того, в ближайшем будущем поколение Z создаст профессиональные области, которых пока не существует.

Исследование: 65% молодежи, которая сейчас обучается в школах, будет работать на должностях, которых еще просто нет.

Вывод 3. Если компания хотя бы минимально не заботится о своем присутствии в Сети, не обновляет сайт, не создает вирусный контент в соцсетях, не инициирует переход на высокие технологии ради ускорения рабочего процесса, с точки зрения «зетов», эта компания вообще не существует.

Иона Стиллман: «Если мы заинтересованы в вашей компании, мы «облазим» ее с головы до ног. Попытаемся собрать максимум информации через все возможные каналы,

начиная от LinkedIn и заканчивая поиском в Google».

Рекомендации Стиллмана-старшего

1. Собеседование в стиле поколения Z

Проводите интервью с кандидатом по Skype. Поколение Z не понимает, для чего тащиться через весь город, чтобы 10 минут поговорить лицом к лицу. Помимо того, что вы сэкономите «зету» деньги на поездку в офис, интервью по Skype отрекомендует вас как работодателя без предрассудков, знакомого с современными технологиями.

Это касается и резюме. Все больше молодых кандидатов предпочитают снять о себе краткий видеоролик, нежели отсылать данные на бумаге. Видео кажется «зетам» более удачным форматом еще и потому, что их стандартное резюме будет выглядеть довольно скудно – ни опыта работы, ни выдающихся навыков и достижений «зеты» получить еще не успели. Видеоролик же, в отличие от бумаги, передаст темперамент, жесты, мимику и позволит произвести живое впечатление.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.