

MEDARBEJDERNES VELBEFINDENDE ER AFGØRENDE FOR VIRKSOMHEDENS SUCCES

Hvad kendetegner oplevelser, som vi husker? Det er ofte dem, hvor der sker noget uventet. Dem hvor man får mere end forventet. Dem man tager med hjem og fortæller positivt videre om til familie, venner og bekendte. De er ofte baseret på et møde med en medarbejder, der gjorde noget særligt. Et synergi-sekund har brændt sig fast. Men hvad er det, der skaber den ekstraordinære præstation, og hvilken betydning har den for virksomheden?

Artikel skrevet af Jesper Hother, Bülow Management

Medarbejderne er virksomhedens ansigt udadtil. Den enkelte medarbejder bærer et stort ansvar for at være repræsentativ og formidle virksomhedens værdier i den daglige kundekontakt. Hvis mødet sætter et negativt præg på kunden, slider det på virksomhedens troværdighed, og der er en overhængende risiko for, at kunden tabes. *Positivt førstehåndsindtryk opbygger derimod tilfredshed og dermed loyalitet hos kunden.* Det er kunderne, som virksomhederne lever af, og derfor er det essentielt at fokusere på høj tilfredshed hos kunde såvel som medarbejder. Først skal vi dog grave et spadestik dybere. For hvad skal der til for at påvirke tilfredsheden?



Arbejde er mere end et job

Det at have et arbejde i dag er for de fleste mere end et indkomstgrundlag. Det er en del af ens identitet; *et aktivt valg for at sikre subjektiv tilfredshed.* Tilfredshed er en stor del af menneskets psykiske velvære. Det gælder om at være i balance med sig selv og meget gerne i overskud. Når der er overskud på den psykiske konto, så gør vi ting, som vi ikke havde planlagt. Vi giver den lige en ekstra tand, hvilket kan lede os frem til, at mennesket er et socialt væsen. Vi tænker mere kreativt, vi udsender positive signaler via vores kropssprog, og i disse spejler vores omgivelser sig.

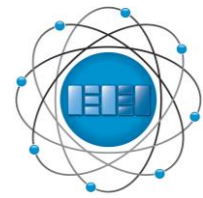
Vi kender sikkert alle fornemmelsen af at være i rum med personer, der er i dårligt humør eller tynget af svære tanker. Man lister sig langs væggen, og det er som at træde på æggeskaller. Egentlig har man måske mest lyst til at være et andet sted, men man ender ofte med at ignorere personen (for at beskytte sig selv) eller selv at blive i dårligt humør. Heldigvis virker det også modsat! *Ægte glæde smitter nemlig også, og det genererer stærk energi, som booster omgivelserne.* Når man er i godt humør, er der næsten ingen grænser for, hvad der er muligt. Der er jo også en grund til, at det altid er det ”gode”, der besejrer ”det onde”; energien er stærkere! Vi nærmer os begrebet tilfredshed, men hvad ligger der egentlig i ordet?

Tilfredshed? Ja, det er da fint nok!

At være tilfreds er en subjektiv størrelse, og der er mange parametre for det enkelte menneske, der udløser tilfredshed. Arbejdsmæssigt er der områder, der dokumenteret viser, at de skaber tilfredshed.

Hvis vi starter fra *scratch*, så skal det arbejde, der udføres give mening. Som medarbejder skal opgaverne udstråle værdi, og denne værdi skal italesættes/påvises fra ledelsens side via klar kommunikation. Generelt er klar kommunikation uden bagtanke på alle leder og kanter i virksomheden vitalt for tilfredshed. Der er ingen, der gider ”*gæt hvad jeg tænker*”-metoden. Det behøver ikke at skulle give mening for udefrastående, men det skal give mening for den enkelte! Man kan sammenligne det med stenhuggerens arbejde. I opstartsfasen kan han måske hamre 10.000 gange på en stor stenblok, uden der ryger en flig af den. Han ved dog, at det giver mening, for ét af slagene vil på et tidspunkt flække stenen og bringe ham videre i processen. *Hvis der er en tydelig rød tråd i informationen, påvirker det tilfredsheden hos den enkelte medarbejder.*

Ydermere spiller de sociale rammer i virksomheden også en stor rolle. Muligheden for at blive hørt, komme med input, sparre, videndele med kolleger er essentiel for den enkeltes udvikling og tilfredshed. At arbejde er en stor del af vores liv,



derfor skal der skabes et trygt arbejdsfællesskab med accept af forskellighed og med plads til grin, gråd og velvære.



Kan det betale sig?

Der er en direkte kobling mellem tilfredshed hos den enkelte medarbejder og virksomhedens produktivitet. Medarbejdere uden arbejdsglæde er ofte ikke lige så produktive, som dem der har arbejdsglæde – så det betyder at medarbejdernes velbefindende er afgørende for virksomhedens succes! Hvis du som leder ikke har fokus på dine medarbejdere som mennesker, kan det på længere sigt få indflydelse på bundlinjen – både på grund af den mindre effektive arbejdskraft, men også på højere sygefravær og personaleomsætning. Der er altid en sammenhæng mellem årsager og resultat, men det er ikke altid, at man som leder umiddelbart er i stand til at spotte årsagen, og her kommer analysen ind som det naturlige værktøj



Analysen – et strategisk værktøj

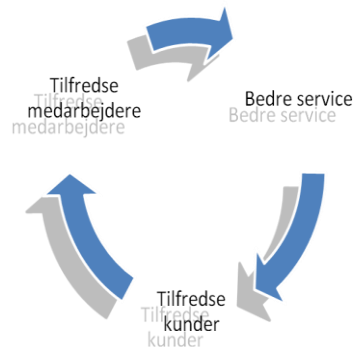
Via en analyse kan der sættes spot på den enkeltes tilfredshedstemperatur, hvilket samlet vil indikere virksomhedens. En måling, der vil kunne lede til handling. Måske er det blot små justeringer, som man ikke lægger mærke til i dagligdagen, eller man qua sin position er blind overfor.

En analyse vil kunne blotlægge de knaster, der påvirker den enkelte medarbejders tilfredshed og dermed skabe et handlegrundlag for ledelsen. Der kan være mange årsager til utilfredsheden, men det er en klar pointe, at der er sammenhæng mellem indsats og resultater. For en leder vil en analyse kunne påvise de ”rigtige” knapper, der ville skulle skrues på

for at højne resultatet. *Lederen ville med en årsagsanalyse stå med grundlaget for en strategisk handleplan for virksomheden.*

Husk, en tilfreds medarbejderstab sikrer den værdifulde helhedsoplevelse for den enkelte kunde, og det er her, vi får de ekstraordinære præstationer:

Cyklussen er ret simpel:



... men der ligger arbejde bag.

Nøglen til succes

Opsummeret kan det konkluderes, at virksomhedens systemnøgle ligger gemt i medarbejderne. Medarbejdernes tilfredshed er altafgørende for virksomhedens tilstand. *Jo højere tilfredshed, desto højere loyalitet og dedikation er der til virksomheden.* Denne kombination vil lede medarbejderen til ubevidst at levere de ekstraordinære præstationer, som brænder sig fast hos kunden, og det får kunden til at vende tilbage. Hvad vigtigere er, at kunden vil snakke positivt og sandsynligvis anbefale virksomheden til andre. Denne værdi kan ikke købes for penge, men skal plejes frem via medarbejderne. Det er dog bevist, at disse kunder (ambassadørkunder) vil kunne give et yderligere afkast på op til 80 %, så spørgsmålet der blafrer i vinden er:

Tør du lade være med at få belyst din medarbejdertilfredshed?

