

Change Management

Företag som jobbar med Cordovan gör det för att *implementera* förändring. Utmaningen alla organisationer brottas med är att gå från en bra idé, en ny strategi, en Powerpoint-presentation till handling och faktisk beteendeförändring.

Att varje medarbetare förstår sitt bidrag till helheten och tar ett personligt ansvar för sin roll förändringsprocessen är en avgörande framgångsfaktor – antingen det handlar om att gå från produkt till service/tjänstefokus, öka hastigheten från innovation till färdig produkt, introducera ett nytt lojalitetsprogram för de största kunderna, förankra kärnvärdena i företagskulturen – eller något helt annat.

Vårt angreppssätt

Den traditionella metoden för strategiskt förändringsarbete siktar på att påverka medarbetares attityder och värderingar med avsikt att i näste steg påverka beteendet i en riktning som genererar det önskade resultatet:



Att som arbetsgivare förändra medarbetares attityder och värderingar är dock en svår och tidskrävande process, om det ens är möjligt. Som individer ändrar vi ju knappast våra grundläggande värderingar därför att företaget vill det. I många fall är det därför bättre att koncentrera förändringsarbetet på själva beteendeförändringen för att låta de signaler beteendet sänder ut i organisationen "bakvägen" påverka medarbetarnas attityder och värderingar.



En förutsättning för att den här modellen skall fungera är dock att nyckelpersonerna i organisationen involveras på ett mycket tidigt stadium i processen. När man som medarbetare själv får vara med och fatta beslut om viktiga frågor – ibland t.o.m. utanför den egna komfortzonen - skapas goda förutsättningar för genuin delaktighet och engagemang.

Motsatsen, att "rulla ut" uppifrån beslutade principer och riktlinjer, brukar sällan ge de långsiktiga effekter ledningen hoppas på, hur mycket pengar man än satsar på interna roadshows, filmer och annan intern marknadsföring.

Oavsett angreppssätt har förändringsprocesser som ger bestående resultat det gemensamt att de bygger på tydlig och konkret koppling mellan ett företags inriktning och medarbetarens vardag. Ibland sker detta genom en avdelningsvis "kaskadering" av företagets långsiktiga strategier ner till team- och individnivå. Härigenom kan också ett stort och komplext företag koordinera enskilda individers karriär- och utvecklingsplaner med företagets långsiktiga mål. Förutsättningen är dock att etablerade strukturer, system och processer verkligen stödjer det nya sättet att arbeta, så allt hänger ihop och bildar en fungerande helhet.

Våra metoder och verktyg

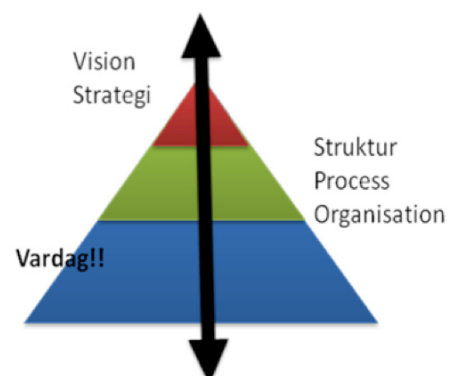
Cordova faciliterar visions-, strategi- och förändringsprocesser utifrån grundantagandet att den mesta specialistkunskapen om marknad, konkurrenter, trender m.m. redan finns inom företaget. Vår roll är att leda processen på ett innovativt och energiskapande sätt så att de involverade medarbetarna verkligen vågar ifrågasätta etablerade sanningar, tvingas tänka nytt och tydligt motivera sina val och ställningstaganden. Det övergripande syftet är att tillvarata den kraft och dynamik som ligger i att varje medarbetare mentalt "äger" företaget övergripande vision, strategier och mål och förmår översätta dessa till konkreta handlingar i vardagen.

I arbetet använder vi såväl traditionella workshops som virtuella metoder och verktyg. En viktig del går ut på att sätta strukturer, mål och uppföljningsprocesser som stödjer den nya riktningen och säkerställer att förändringen inte är kortsiktig utan landar i varje medarbetares vardag.

Typiska verktyg i implementeringsarbetet inkluderar

framtagning av visions- och strategidokument, KPI:er, ledarskapsträning, coaching av nyckelpersoner, interna utbildningsprogram, e-learning, filmer, rollspel, arbetshäften och trycksaker av olika slag. Digitala och mobila lösningar som appar, bloggar och andra sociala media är allt vanligare och allt viktigare inslag i ett effektivt change-managementarbete.

Medveten och strukturerad "storytelling" – återberättande av historier som speglar det önskade beteendet – t ex på intranätet, interna bloggar, i facebookgrupper etc. är ett effektivt sätt att dra organisationen i strategins riktning och göra beteendeförändringen till en del av vardagen.



Kontakta: Johan Kjörk, johan.kjork@cordovan.se
Telefon 0733 -10 41 34