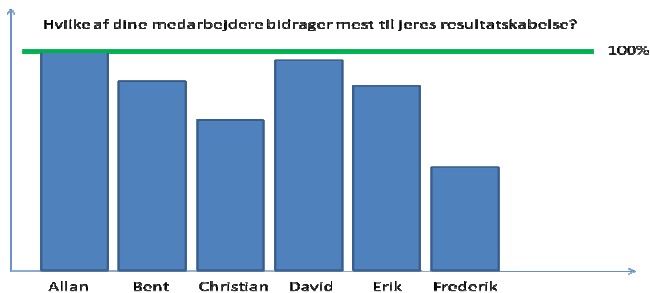


Dine medarbejders ressourcer

Har du overblik over, hvem der bidrager?
 Ved du, hvor du skal sætte ind for at få alle ”op” på 100%?
 Hvilke potentialer overser du?

Forestil dig, at du kunne give dig selv følgende overblik over dine 6 medarbejdere:



Måske kunne du allerede nu overveje, hvilke af dine medarbejdere, der har fuldstændig fokus på jeres resultater – og hvem, der måske har ressourcer, som du ikke udnytter til fulde. Eller hvem der har et potentiale, der skal udvikles.

- Hvad skal der til for at bringe Christian 10% højere op?
- Hvad skal der til for at bringe Frederik 40% højere op?
- Hvordan ved du om Allan og David vil blive i afdelingen – om de får udfordringer nok?

Måske vil skemaet også give dig overvejelser i retning af, at der måske er nogle der ligger over 100% og at dette ikke er holdbart på længere sigt.

Det kan selvfølgelig også være, at du er nødsaget til at definere resultatskabelse for din afdeling, før du reelt kan evaluere, hvem der bidrager.

Oftest vil resultatskabelse handle om, at en afdeling/team lever op til sit formål. Altså at en salgsafdeling sælger og at en produktionsafdeling producerer. Og sidder man i en serviceafdeling må man definere, hvad serviceafdelingens resultat ("bundlinie") er.

F.eks. kunne Serviceafdelingen opstille følgende succeskriterier for at afdelingens indsatser har effekt:

- Kunderne oplever os som fagligt vidende
- Kunderne oplever os som effektive
- Kunderne oplever os som hjælpsomme
- Kunderne udtrykker at vi skaber værdi
- Vi leverer service effektivt – med optimalt forbrug af ressourcer
- Vi forbedrer vores metoder
- Vi har høj trivsel i afdelingen

- Vi har engagerede medarbejdere i afdelingen
- Vi har et acceptabelt sygefravær

Læg mærke til, at resultatskabelsen både omhandler medarbejdertilfredshed, kundetilfredshed og at afdelingen lever op til sit formål.

Den næste analyse – der naturligvis er til dit eget brug – kunne handle om at finde frem til, hvor deres styrker ligger – netop indenfor områderne medarbejdertilfredshed, kundetilfredshed og ”bundlinie”:

Særlige styrker						
Medarbejder-tilfredshed Medarbejder-loyalitet						
Kundetilfredshed Kundeloyalitet						
Indtjening Lønsomhed Effektivitet						
	Allan	Bent	Christian	David	Erik	Frederik

Uanset hvilken afdeling du er leder af – skal du sikre dig, at dine medarbejdere trives, at jeres interne eller eksterne kunder/samarbejdspartnere er tilfredse med din afdeling og endelig skal jeres afdeling sørge for at jeres ”bundlinie” forbedres fra år til år. Din ”bundlinie” kan handle om lønsomhed, omsætning, kvalitet i sagsbehandling osv.

Antag at ”bundlinie” vejer 30%, kunder vejer 30%, medarbejdere vejer 30% og at de sidste 10% kunne bruges til at identificere styrker du sætter særlig pris på.

Måske kunne din analyse give dig et overblik over om du har fuldt fokus på dine medarbejders potentiale. Grønne felter er ok, gule felter skaber opmærksomhed på områder du kunne udvikle/forbedre hos den enkelte medarbejder.

Allan er f.eks. en medarbejder, der bidrager stort set på alle felter – ergo giver du hans søjle grøn farve. Der er måske nogle få områder, hvor han kunne have mere fokus – der giver du gul markering.

Du indsætter de emner som dine medarbejdere skal have viden om, evne at, være i stand til...
Og du indfører en skala – f.eks. 1-10, hvor 10 er top.

	Allan	Bent	Christian	David	Erik	Froderik
Nysalg	9					
Accountsalg	10					
Tilbudsskrivning	9					
Kundesystemet	8					
Viden – produkt A	9					
Viden – produkt B	10					
Viden – produkt C	7					
Viden – produkt D	4					

Har du overhovedet brug for analyser?

Grønne og gule skemaer kan måske være alt for omfangsrigt i din afdeling. Analyse-skemaer er heller ikke eksakt videnskab, men de kunne give dig opmærksomhed på, at der er medarbejdere, der med rette kunne ønske at blive udfordret i et andet job i en anden virksomhed.

Det er i hvert fald værd at overveje om du har fokus på alle dine medarbejders ressourcer – om de har nogle talenter, du har overset.

Der er ej heller lagt op til at du skal have sendt alle på kursus, men måske kan du med ekstra fokus på videndeling få nogle af dine medarbejdere til at blive endnu mere tilfredse i jobbet.

Måske kunne du få inspiration til at udvikle dit eget analyse værktøj – der passer til din afdeling.

Ved at bruge farvemarkeringer eller tal kan du støtte og understrege budskabet du ønsker at formidle til dine medarbejdere.

Pia Torreck, seniorkonsulent, Uption, www.uption.dk, pia.torreck@uption.dk. Pia Torreck har skrevet bestselleren "Håndbog for nye ledere", gennemfører lederudviklingskurser hos Center for Ledelse, Mannaz, Teknologisk Institut og Uption, og er redaktør af Børsens Ledeshåndbog "Praktisk Ledelse". Pia Torreck har arbejdet med organisationsudviklingsprojekter siden 1989.



Coach dine børn på ferien – køb Snakkebogen på www.saxo.com

