

Forstrækkelse – kender du det?

Det helt almindelige menneske, der er på arbejdsmarkedet oplever i stigende omgang den øgede digitalisering og automation af mange arbejdsopgaver. Disse nye teknologier kommer med stadig stigende hastighed, og dermed stiller det store krav til medarbejdernes parathed til at lære nyt. Mange medarbejdere oplever, at den erfaring de har fra sit aktive virker slet ikke rækker til at forestille sig de nye vilkår som rammer os alle. Når mennesker presses til at skulle forestille sig en vision eller en ny måde at arbejde på, som ligger langt væk fra tidligere gjorte erfaringer, må vi som mennesker 'forstrække' vores forestillingsevner. Når man igen og igen oplever denne forstrækkelse presser vi vores selvværd og selvtillid. Er vi dygtige nok? Ender vi med at blive fyret? Er jeg virkelig den eneste der ikke fatter det her? Er alle andre bare meget dygtigere end mig?

Når vores ledere således taler solen sort om strategi og kommende forandringer, er det for mange ansatte mere end svært at følge med. Ofte har en ledergruppe brugt mere 6 måneder på at udvikle en strategi, og så kan de slet ikke forstå hvorfor medarbejderne ikke bare kan fatte det på en uge eller 14 dage. Konsekvenserne kender vi alle, – dårlig trivsel og stress for nogle grupper – og begejstring for andre grupper. Det er svært når kompetencer som menneskelig indsigt og lederskab kun i begrænset indsigt vægtes som vigtigt i tekniske organisationer. Vi må passe bedre på de menneskelige ressourcer, og indse at vi ikke kun

kan måle vores fremdrift på de økonomiske parametre. Har i medarbejdere der dagligt udsættes for forstrækkelse,- skubber i en regning foran Jer.

Modgiften til forstrækkelse er involverende processer, hvor vi inddrager medarbejdernes kompetencer og indsigt, til sammen at prøve at definere hvordan vi kan arbejde sammen på en måde, således at alle kan se fornuften og ideen med det vi gør.

Eksklusive Ledernetværk



Har du fået nok af overfladiske ledernetværk? Har du fået nok at 'vi skal jo handle med hinanden' netværk. I Wise Mind har vi mange års erfaring med ledermentor forløb, hvor du som leder tilknyttes en konsulent, efter dine ønsker og behov. Vi får til stadighed henvendelser om at nogle ledere kan føle at topposten er lidt ensom, og der sjældent er rum til at vise sårbarhed og refleksion. I Wise Mind har vi taget den udfordring op, og vi vil til efteråret opstarte nogle ganske få netværk med max 6 ledere. Antallet er valgt for at vi skal turde at være åbne og ærlige, samt føle den psykologiske tryghed, som er afgørende for om vi kan skabe værdi for hinanden som de hele mennesker vi er. Skulle du tænke at det da vist er noget for dig, så kontakt os for at undersøge mulighederne for at komme på et hold i

efteråret.



Dream Society

Rolf Jensen, tidligere direktør i Dream Company, udgav i 1999 – den nymoderne klassiker 'Dream Society' Bogen gav med '*Træd ind i oplevelsesøkonomien*' – et bud på en ny strategi og han stillede lidt skælmsk spørgsmålet: Hvor er din virksomhed og dens produkter, herunder hvordan servicerer du dine kunder?

I denne i ugen har jeg siddet mere end 6 timer (Ja – du læste rigtigt) 6 timer i ventesluse hos henholdsvis Allente og Norlys. *"MUSAK…..Da vi oplever ekstraordinært travlhed er ventetiden på over én time, – vi anbefaler at du prøver på et senere tidspunkt…MUSAKKEN fortsætter*"

Der var engang, at det hed en 'Tankstation' – der hvor man hælder brændstof på bilen. Dengang kom der én ud og tankede, vaske dine vinduer, – og tog imod penge. Så skulle det

hedder en 'Service station' – og det betød at nu skulle man gøre det hele selv. Nu hedder det 'Dream Society' – og nu betjenes vi af robotter, – hvis vi er så heldige at komme igennem. Man bliver bare så træt.…

Rolf Jensen opstillede 8 kategorier, som man kunne forsøge at placere sig anderledes indenfor:

1. Kærlighed og romantik
2. Kontrol
3. Frihed
4. Tradition
5. Omsorg
6. Forandring
7. Anerkendelse
8. De store svar

Hvad er det? Hvor er begreber som personlig betjening og Service henne? Er pris slet ikke enkategori?

Måske sælger I jeres produkt på prisen, men vel næppe udelukkende? Produkter, der kun sælges på pris, bliver der færre af – med kun én vinder i priskonkurrencen, nemlig den med det billigste produkt. Læn dig lidt tilbage og prøv at besvare spørgsmålet: Hvilke kategorier hører I og jeres produkter hjemme i?

Og derefter: Hvilke konkrete drømme opfylder I? Eller lidt mere overrumplende: Hvad er vores kald? Er du tilfreds med dine egne svar? I al fald er det en god øvelse at arbejde lidt med nærgående spørgsmål af den kaliber.

Hvis I tør. Gør det f.eks. i fællesskab, på direktionsgangen, med dine medarbejdere, med kunder og leverandører. Og udvid meget gerne med spørgsmål, der kombinerer hjertet med hjernen, det emotionelle med det strategiske – og se så, hvad der sker: Har din virksomhed et kald, som mange føler er et kald? Er vi åbne for medarbejdere med et kald? Har vores mission, vision og strategi følelsesmæssige formuleringer, der afspejler vores kald?

Hvis du kan drømme det, kan du gøre det, som Disney sagde.

I Wise Mind har vi en udviklet og velafprøvet proces, som kaldes FREMTIDSVÆRKSTEDET, og med den skaber vi handling og nye mål for den fremtidige udvikling. Og tro mig – døde elektroniske venteværelser er ikke en del af vores drømme.

Har du en værdiskabende bestyrelse?



Her til morgen hørte jeg et reklamespot for et advokatfirma, som tilbød sig med alt inden for rådgivning og ledelse i organisationer. Det er sikkert helt på sin plads, når der er tale om juridisk rådgivning, men det er da vist de færreste advokater, der har erfaring med organisationsudvikling, salg, markedsføring m.m. Hvis en organisation har brug for en advokat i sin bestyrelse, kan der være mange gode grunde hertil. F.eks. kan der være tale om svære juridiske problemstillinger omkring patenter, love på tværs af landegrænser m.m. Men langt størstedelen af de danske organisationer bør ikke have en advokat i sin bestyrelse, fordi behovet for en sådan ikke bør være nødvendigt.

De organisationer, jeg kender til, har brug for ambassadører til at markedsføre organisationen og skabe netværk til gavn for organisationen. Der er brug for folk, der ved noget om strategisk og kommerciel udvikling, rekruttering, human ressource kompetencer og almindelig sund driftsøkonomi.

Mange ejerledere skyder over målet, når de indser et behov for assistance til bestyrelsen. De tænker helt traditionelt og henvender sig til deres revisor eller advokat. Prøv i stedet at finde virksomhedens 5 største indsatsområder. Når du har fundet de 5 vigtigste indsatsområder, så spørgs dig selv : hvilke 3 skal der mest fokus på i det kommende år. Hvilken personprofil matcher de tre kompetenceområder? Tilknyt herefter en sådan person

som aktivt bestyrelsesmedlem. Gør aftalen et-årig, med aftale om mulig fornyelse et år ad gangen.

Som leder eller ejer af en organisation er din fornemste opgave til stadighed at sikre, at organisationen har den størst mulige værdi – bruger du tid på det?

Publicer