

Change Management

Change before you have to

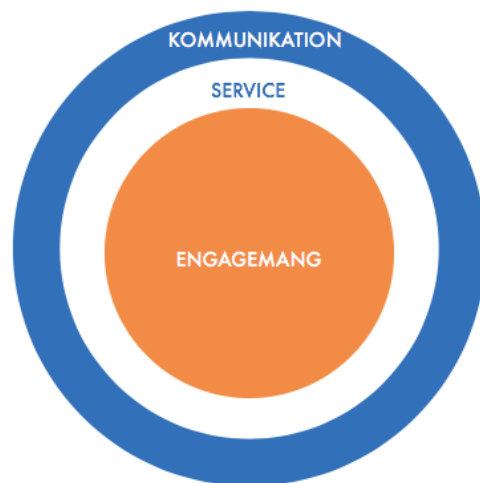
Den digitala transformationen har förändrat konsumentbeteendet rekordsnabbt. Taxis, hotell, banker och många andra branscher måste plötsligt förhålla sig till en ny affärslogik. I takt med att fler varumärken får egna kanaler – webbplatser, bloggar, Facebooksidor, Youtubekanaler etc. – ökar mediebruset och det blir allt svårare att nå ut med ett budskap. Att engagemanget redan sviktar på många håll gör inte saken bättre. I åldern mellan 40 och 55 år vill 56 procent söka nytt jobb eller byta karriär. Netsurveys undersökning visar att en engagerad och målinriktad grupp i genomsnitt är sju gånger så lönsam jämfört med uttråkade medarbetare som varken bryr sig eller vet vad de ska göra. Att släppa loss kreativiteten i en organisation är det mest effektiva sättet att skapa engagemang. I Toyotas fall leder det till att personalen i deras fabriker kommer med 45 gånger fler förslag per arbetare och är jämfört mer europeiska bilfabriker. Allt enligt bilforskaren Christer Karlsson. Att förvänta sig kreativitet av alla leder både till ökat engagemang och nytänkande. Filosofin är dessutom applicerbar i alla sammanhang, vilket Glada Hudikteatern – c/o Hudiksvalls kommun – är ett bra exempel på.

1. Vad har digitaliseringen för effekt på din verksamhet och för din bransch?
2. Hur påverkar digitaliseringen engagemanget i er organisation?
3. Betraktar du engagemang som en lyxvara?
4. Är kreativitet en specialistkompetens hos er?
5. Förväntar du dig kreativitet av alla?

PS. Tacka dig själv för ditt engagemang! Tänk på att 86 procent är oengagerade eller aktivt oengagerade, i genomsnitt.

Frågor och feedback: michael@manifesto.se

GO Helsingborg är ett projekt för Helsingborgs näringsliv på tre teman: *Branding*, *Change Management* och *Employer Branding*. Följ projektet på gohelsingborg.manifesto.se. GO Helsingborg finansieras av Näringslivsfonden Corona i Helsingborgs stad.



*Satsa på att utveckla engagemanget.
På så vis stärker du samtidigt varumärket.*

Manifesto utvecklar platser och varumärken med framtiden för sig. Michael Nilsson arbetar med strategi- och konceptutveckling, namngivning, och copywriting. Dessutom skraddarsyr han utvecklingsprocesser, föredrag och utbildningar med fokus på branding och social hållbarhet. www.manifesto.se