

Strategipædagogisering - Sticks'n'Sushi er verdensmestre

Klaus Lund & Partnere ApS
Bernstorff Slot
Jægersborg Alle 93
DK-2820 Gentofte
+45 70 26 29 99
kontakt@klauslund.dk
Besøg os på www.klauslund.dk



Af adm. direktør Klaus Lund, Klaus Lund & Partnere

Strategipædagogisering er et nyt ekstra trin i den samlede strategiproces. Flere og flere virksomheder er ved at få øjnene op for, at det er meget nyttigt og effektivt.

Den kendte ledelsesguru Ram Charan har bl.a. udtalt at:

"Today, the difference between a company and its competitors is the ability to execute".

Denne sætning er der rigtig meget sandhed i. Det sværeste er ikke at lave en strategi, men at eksekvere den. En strategi kan hurtigt kopieres, men en stærk eksekverings- og ledelseskultur tager længere tid at skabe – og dermed kopiere.

Ordet STRATEGIPÆDAGOGISERING

Det nye trin med strategipædagogisering ligger *efter* strategiudarbejdelsen og *før* selve strategilanceringen. Ordet pædagogisering er meget nøje udvalgt, fordi det faktisk er en særlig disciplin at kunne oversætte virksomhedsstrategien til noget, samtlige medarbejdere helt ud i yderste led af organisationen kan forstå. Ofte tales der om, at man skal finde en 'burning platform' som argument for, at man skal forandre og videreudvikle virksomheden. Men det giver kun et billede af, *hvorfor* strategien er nødvendig. Det er i øvrigt heller ikke særligt motiverende, at det er en trussel, som skal være det drivende argument for, hvorfor den enkelte medarbejder skal engagere sig i virksomheden fremadrettet.

Det nye ekstra trin i strategiprocesen – pædagogisering

I erkendelse af at det faktisk er en særskilt opgave at arbejde i dybden med at gøre strategien pædagogisk og for at få den ekstra attention på dette arbejde, er flere og flere virksomheder begyndt at gøre det til et særskilt arbejdsstrin i den samlede strategiproces, hvorved strategiprocesen typisk kommer til at indeholde følgende 5 trin:



Sticks'n'Sushi er verdensmestre i strategipædagogisering

En af de virksomheder, som er rigtig dygtige til arbejdet med strategipædagogisering, er Sticks'n'Sushi, herunder også til at anvende det i forbindelse med rekruttering af nye medarbejdere.

Et centralt element i enhver strategi er selvfølgelig kunderne. Rigtig mange virksomheder kommunikerer ofte dette som noget med:

- Kunden i centrum
- De bedste til kunder
- Kundefokus i alt hvad vi gør.

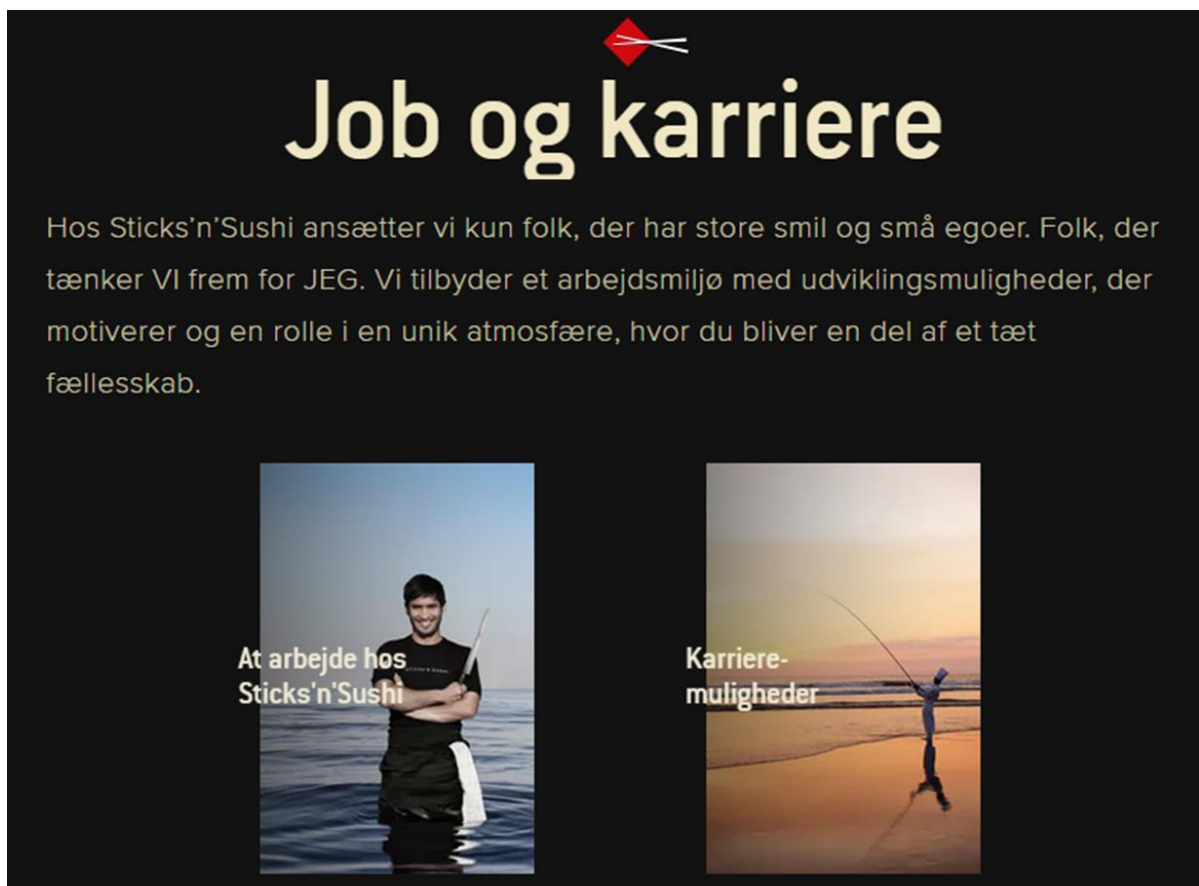
Men ofte mangler den helt jordnære og letforståelige kommunikation om, hvad det er for en konkret adfærd, vi forventer i dagligdagen, og hvilken kultur og mindset der skal understøtte dette.

Sticks'n'Sushi har på fremragende vis pædagogiseret, hvad de forstår ved at have et stærkt fokus på gæsterne (kunderne), herunder om hvad der er vigtigt og frem for alt, hvilken attitude man forventer, den enkelte medarbejder har.

Eksempel på Sticks'n'Sushis strategipædagogisering

"Som runner (opvasker) hos Sticks'n'Sushi sørger du for evigt solskin i et pletfrit køkken. Dine kolleger er ofte helt rundt på gulvet, men sjældent i ordenes overførte betydning, for når du er på arbejde, er alt på den rette hylde, og opvasken bliver styret med kompetent og kærlig hånd. Alle kan gøre, hvad de bliver bedt om, det er ingen kunst. Men at vide, hvornår en kollega har brug for, at du gør lidt af hans eller hendes, se det er en sand runner. Som runner bliver din karma-konto fyldt godt op, og den slags har det med at føre noget godt med sig. Du skal også være helt rundt på gulvet – i ordets egentlige forstand. Man kan ikke drive en restaurant, som emmer af varm velkomst og god stemning, hvis man ikke konstant er ude på gulvet, henne ved bordene og tilbage igen. Det betyder, at vi tager værtsrollen om at være opvasker alvorligt. Vi har øje på bordene, og vi taler gerne med vores gæster.

Lad nogle yderligere citater fra deres pædagogiske kommunikation illustrere dette:



Job og karriere

Hos Sticks'n'Sushi ansætter vi kun folk, der har store smil og små egoer. Folk, der tænker VI frem for JEG. Vi tilbyder et arbejdsmiljø med udviklingsmuligheder, der motiverer og en rolle i en unik atmosfære, hvor du bliver en del af et tæt fællesskab.

At arbejde hos Sticks'n'Sushi

Karriere-muligheder

Kilde: Sticks'n'Sushis website

Front of house



Tjener og bartender

Når man arbejder som tjener og bartender hos Sticks'n'Sushi er din fornemmeste opgave at være glad – hermed at være glad for at gøre andre glade. Vi bemander udelukkende vores hus med folk, der både gider gæster og kolleger og som ikke synes det lyder banalt at være flink og flittig.

Vi har et træningsforløb i forbindelse med opstart, for at sikre ens og flydende service i alle vores restauranter.

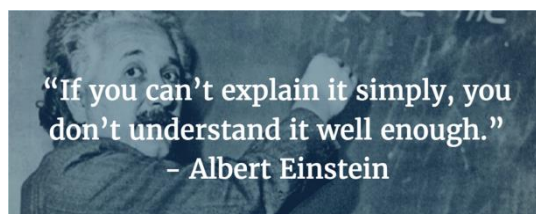


At arbejde hos Sticks'n'Sushi

Hygiejne og sikkerhed

Hos Sticks'n'Sushi bruger vi formuer på håndsæbe og vask af håndklæder. Vi vasker nemlig allesammen hænder med samme iver som politikerne, når de skal bortforklare brudte valgløfter. Blot mere konkret og bogstaveligt. Da vi arbejder i restaurationsbranchen er det vigtigt for os at have helt klare regler om hygiejne og sikkerhed. Alle bliver derfor trænet i fødevarerikkerhed og god hygiejne, og vi forventer at du husker din træning.

Efter at have læst disse tekster er man næppe så meget i tvivl om, hvad det er for en ånd og kultur, der er gældende hos Sticks'n'Sushi.



Konklusion

Hvis man for alvor vil løfte pædagogiseringen af formidlingen af virksomhedens strategi op på et nyt niveau, så er det hensigtsmæssigt at give det sit eget trin i strategiprocesen. Hermed viser man, at det er en separat opgave, og at der er afsat tid og ressourcer til det, frem for at man bare siger: “Vi må huske, at vi i år skal gøre mere ud af formidlingen af strategien”.

Workshop om implementering af "Kundefokuseret ledelse" i praksis

- Forbedring af Net Promoter Scoren igennem systematisk arbejde med virksomhedens "kunderejser"

Eksempel på indhold af 2 dages workshop (skræddersyes til den enkelte virksomhed)

<p>1. "Udefra og ind" tænkning – scenen sættes</p> <ul style="list-style-type: none"> Hvad kendetegner en "Udefra og ind" tænkende virksomhed i praksis? Lederrollen i at kunne SE "Udefra og ind". Kundeorienterings trends på vej mod 2020 – the big Picture. Konsekvenserne af øget kundeindsigt og kundemagt. New School - Paradigmeskiftet i arbejdet med kundeorientering. <p>Værktøjer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Assessment værktøj til brug for at gøre status på virksomhedens nuværende grad af kundeorientering. 	<p>5. "Kunderejser" (Customer Journeys) som værktøj</p> <ul style="list-style-type: none"> Systematisk forbedring og udvikling af kundeoplevelserne igennem Customer Journey Mapping værktøjet i alle kanaler. Sammenhæng og synergi imellem LEAN arbejdet og Customer Journey forbedringer. Kundefokuseret LEAN – praktiske erfaringer. Customer Journey Mapping som redskab til at øge "Udefra og ind" tænkningen i dagligdagen. "Udefra og ind" strategier for kundedrevet inspiration/innovation. <p>Værktøjer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Inspirations- og tjekliste til arbejdet med forbedring af kundeoplevelserne med udgangspunkt i Customer Journey Mapping.
<p>2. Business case beregning af øget kundetilfredshed</p> <ul style="list-style-type: none"> Hvad er business casen i øget kundetilfredshed? Hvordan beregner man business casen i øget kundetilfredshed? Lønsomheden i at gå fra tilfredse til meget tilfredse kunder. Hvad betyder f.eks. en halvering af kundeafgangen for vækst og bundlinjen? <p>Værktøjer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Inspirations- og tjekliste til udarbejdelse af business casen i øget kundetilfredshed/kundelojalitet. 	<p>6. Organisatorisk implementering af en kundeorienteret kultur</p> <ul style="list-style-type: none"> Strategi for øget kundeorientering – De 12 indsatsområder. Hvordan tilrettelægges bedst en samlet implementeringsproces af øget kundeorientering? Træning og uddannelse af medarbejdere i øget kundeorientering og CEM/NPS forståelse. <p>Værktøjer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Strategi for øget kundeorientering – Assessment og valg af de vigtigste indsatsområder. 7 overvejelser og gode råd i forbindelse med organisatorisk mobilisering til øget kundeorientering.
<p>3. Måling og varsling af kundetilfredsheden</p> <ul style="list-style-type: none"> Strategier for måling og varsling af kundetilfredsheden. Overordnede kundetilfredshedsmålinger versus Touch Point/Moment of Truth målinger – gode råd og erfaringer. Måling af kundetilfredshed, f.eks. via Net Promoter Score konceptet – strategisk, taktisk og operationel anvendelse af NPS i dagligdagen. Fra Net Promoter Score til kundeorienteret adfærd i alle Touch Points - hvordan gør man? <p>Værktøjer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Assessment og revitalisering af eksisterende kundetilfredhedsmålinger. 5 gode råd til at forbedre Net Promoter Scoren. 	<p>7. Den "Kundefokuserede lederrolle"</p> <ul style="list-style-type: none"> Sammenhæng imellem ledelseskvalitet, medarbejdertilfredshed, kundetilfredshed og bundlinjen. Den personlige "Kundefokuserede lederrolle" – lederen som kunderolle model. Kundefokus med i MUS/PU samtaler. <p>Værktøjer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Self assessment værktøj: De 6 lederroller i "Kundefokuseret ledelse".
<p>4. Customer Experience Management (CEM) værktøjskassen</p> <ul style="list-style-type: none"> De emotionelle elementer og sansernes betydning for den totale kundeoplevelse. CEM strategier – operationalisering af arbejdet med de emotionelle elementer i kundeoplevelserne. Service Design af adfærd i mødet med kunderne. <p>Værktøjer:</p> <ul style="list-style-type: none"> "Sense Guardian" konceptet – en systematisk metode til arbejdet med de emotionelle elementer. 8 gode råd til Service Design af de kundevendte medarbejders adfærd. 	<p>8. Ledelsens rolle i en kundeorienterings proces</p> <ul style="list-style-type: none"> Top down versus bottom up forbedringsprojekter. Topledelsens rolle når man skal gå fra projektfasen til, at det bliver en ægte kundekultur. Integrering af kundeorientering overalt i "årets gang" i virksomheden. <p>Værktøjer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ledelsens rolle – 5 anbefalinger.

For yderligere information kontakt Klaus Lund & Partnere på kl@klauslund.dk eller direkte tlf. 40 35 67 75.

Om artiklens forfatter

Klaus Lund er stifter af og adm. direktør for Klaus Lund & Partnere og har mere end 25 års erfaring i konsulentbranchen bl.a. tidligere som stifter af og adm. direktør for ProMentor Management A/S.



Klaus Lund er endvidere medforfatter til ni managementbøger om bl.a. Kundeorientering, Customer Relationship Management, Kvalitet og Human Ressource Management samt tillige en række artikler om Customer Experience Management og Net Promoter Score implementeringer.

Om Klaus Lund & Partnere

Klaus Lund & Partnere er en konsulentvirksomhed med speciale i

- Strategiimplementering
- Kundeorientering.

Som konsulenter har vi stor organisatorisk empati til at designe kundeorienterings- og strategiimplementeringsforløb, som rammer "rigtigt", og med vores store engagement og energi kan vi bidrage til, at virksomheden "flytter sig" markant.

Se mere på www.klauslund.dk

Øget kundeorientering - Hvordan kommer man i gang?

Generelt kan Klaus Lund & Partnere inden for "Kundeorientering" tilbyde konsulentassistance med bl.a. følgende ydelser og kompetencer:

- Tilrettelæggelse og gennemførelse af organisationsudviklingsforløb med henblik på øget kundeorientering.
- Kundekulturprocesser med særlig fokus på lederes og medarbejderes holdninger og adfærd.
- Customer Experience Management med fokus på udvikling af kundeoplevelserne i alle Touch Points.
- Implementering af anvendelse af Net Promoter Score konceptet i hele organisationen.
- Masterclass i "Kundeorientering i praksis".
- Kundefokuseret ledelse – workshops for ledere.
- Holdningsbearbejdning og træning af medarbejderne i øget service- og kundefokus.
- Review af eksisterende kundeanalyse setup og udarbejdelse af ny strategi for gennemførelse af disse.

Klaus Lund & Partnere tilbyder også konsulentassistance inden for "Strategiimplementering".

Ønsker du en dialog om ovenstående, er du velkommen til at kontakte adm. direktør Klaus Lund på kl@klauslund.dk eller direkte telefon 40 35 67 65.