

■ Produktblad:

Værdiskabende medarbejertilfredshedsanalyse

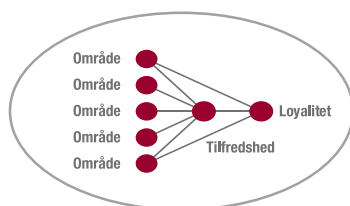
Tilfredse og loyale medarbejdere er guld værd for enhver virksomhed. Forudsætningen for at opnå tilfredse og loyale medarbejdere er et kvalificeret beslutningsgrundlag, der skaber overblik over tilfredshedsniveauet, men endnu vigtigere - at det viser hvilke områder, der har betydning for medarbejderne og hvor meget de påvirker deres tilfredshed og loyalitet.



Hos RelationMonitor tror vi på, at en struktureret tilgang til analyser, er vejen frem. Derfor har vi opbygget et målekoncept til medarbejertilfredshed og -loyalitet, der giver et præcist overblik over den aktuelle situation i virksomheden, samt hvilke forhold og aktiviteter, der bidrager mest til medarbejdernes tilfredshed og loyalitet. Konkret betyder det, at vores kunder kan investere deres ressourcer i de tiltage, der giver mest værdi for pengene.

International anerkendt model

Analysekonceptet tager udgangspunkt i principperne bag ECSI Modellen, der er en anerkendt international model til analyse af tilfredshed og loyalitet.



ECSI modellen er en såkaldt årsagsforklarende model, som giver svar på, hvor tilfredse, motiverede og loyale medarbejderne er, samt hvilke drivkræfter der ligger bag tilfredsheden og loyaliteten.

Gennemtestet spørgeramme

Fordelen ved at benytte RelationMonitors koncept er, at den anvendte spørgeramme er gennemtestet og har bevist at have stor forklaringsgrad på medarbejertilfredshed og -loyalitet. Dvs. at den måler på de områder, man erfaringsmæssigt ved har betydning for tilfredshed og loyalitet.

Avanceret statistik

Konceptet anvender såkaldt PLS analyse, som er en avanceret strukturel analysemodel, der gør det muligt at afdække sammenhænge og påvirkningsgrader mellem en række indsatsområder og resultaterne i form af medarbejderens tilfredshed og loyalitet.

Samtidig gør konceptet det muligt at segmentere medarbejderne i forhold til deres loyalitet og tilfredshed. Det giver et overblik over, hvor stor en andel af medarbejderne, der f.eks. er ambassadører for virksomheden eller hvor mange der er tabte og derfor på vej væk.

Medarbejdersegmentering er yderst interessant og har stor værdi, når den anvendes som early-warning. Hvis man f.eks. kombinerer medarbejdere "på vej væk" med deres aktuelle konkurrencemæssige værdi for virksomheden eller bare deres udskiftningsomkostninger, kan de potentielle økonomiske effekter hurtigt kvantificeres.

Både global og virksomhedstilpasset

Konceptet består som udgangspunkt af en række generelle spørgsmål, der giver et overblik over virksomhedens aktuelle situation og relevante indsatsområder.

Herudover er det muligt at inddrage virksomheds- og områdespecifikke spørgsmål, der kan have indflydelse på tilfredsheden i den aktuelle virksomhed eller afdeling. Det kan f.eks. være specielle arbejdsformer, arbejdstider, organisationsstrukturer eller lignende.

Konceptet giver dermed vital information på alle niveauer i organisationen:

■ (forsættes på næste side)

- Strategisk niveau (Intern benchmarking og overordnet ressourceallokering)
- Taktisk og operationelt niveau (relevante indsatsområder og mulige tiltag).

Konkret betyder det, at målingen bliver et handlingsorienteret beslutningsgrundlag, som både sætter virksomhedens overordnede ledelse og den enkelte leder i stand til at identificere og prioritere forbedringsområder og -initiativer.

Intern benchmark identificerer best-practice

Det er også muligt at nedbryde resultaterne på afdelingsniveau, således at virksomheden kan foretage intern sammenligning af resultater mellem afdelingerne. Dette er især anvendeligt til at identificere best-practices i forhold til forbedringstiltag.

Resultaterne kan endvidere kobles til de performanceindikatorer, som virksomheden har defineret. Af samme årsag bliver de virksomheds- og afdelings-specifikke spørgsmål formuleret med udgangspunkt i de relevante performanceindikatorer, ligesom rapporteringen bliver tilpasset til disse.

Optimeret spørgeramme

En ekstra gevinst ved PLS analyse er, at den muliggør løbende optimering af spørgerammen, idet spørgsmål fra tidligere målinger kan indgå vil blive vurderet på lige fod med de øvrige spørgsmål i analysen. Herved er det muligt at se, hvor godt (effektivt) et givent spørgsmål er, og dermed om det skal indgå i analysen fremover eller udgå, da det ikke forklarer noget om medarbejdertilfredshed og -loyalitet.

Konkret betyder det, at man kan minimere spørgerammen, uden at det går ud over kvaliteten og effektiviteten - til glæde for svarpersonerne, der ikke skal bruge tid på at svare på spørgsmål, der ikke betyder noget.

Hvis virksomheden allerede gennemfører medarbejdertilfredshedsmålinger, men ønsker at skifte til vores koncept, kan vi derfor inddrage spørgsmål fra tidligere undersøgelser i analysen og undersøge om de forklarer noget om medarbejdertilfredshed- og loyalitet.

Let anvendelig rapportering øger udbyttet

En væsentlig faktor i at få mest muligt ud af en analyse er en effektiv overlevering af den viden datamaterialet og de efterfølgende analyser har frembragt.

I den forbindelse er konceptets rapportering designet til hurtigt og præcist at kunne skabe overblik over de aktuelle resultater på alle organisatoriske niveauer.

Det betyder, at de personer, der skal anvende resultaterne i det videre opfølgingsarbejde, let kan identificere de relevante indsatsområder, herunder prioritere indsatserne i forhold til at opnå den største effekt på medarbejdertilfredshed og -loyalitet.

Online rapportering og PowerPoint

Resultaterne distribuerer vi online via Internettet gennem en rapporteringsportal og/eller i PowerPoint. Sidstnævnte er velegnet til både præsentationer og udskrivning i forbindelse med den efterfølgende opfølgning på undersøgelsens resultater.

Erfaringsmæssigt ved vi, at udbyttet (ROI) på dette koncept er meget højt, da investeringen typisk bliver tjent ind på tiltag, baseret på resultater fra første analyse.

Din eksterne analyseafdeling

RelationMonitor er et anderledes analysefirma. Takket være den måde vi tænker på, og den måde vi arbejder på. Konceptet er ideelt til virksomheder, der ønsker en dedikeret analyseafdeling, men som af strategiske eller ressourcemæssige årsager vil outsource funktionen.

Vi er skabt til virksomheder, som vil give sig selv en markant konkurrencefordel gennem øget indsigt og viden om nøgleinteressenter.

Vores speciale er at levere solide og stærke beslutningsgrundlag til virksomhedsledelsen. Vi måler og analyserer relationer - de interne og eksterne nøgleinteressenters holdninger, motiver og forventninger.

Vores arbejde giver ledelsen overblik til at identificere, prioritere og målrette indsatserne til tiden. Kort sagt assisterer vi ledere til sikker navigation i et foranderligt marked.

Kontakt os og oplev et anderledes analysefirma.

RelationMonitor
Symbion Science Park
Fruebjergvej 3
2100 København Ø

(+45) 70 25 88 52
www.relationmonitor.com
info@relationmonitor.com