

ENGAGEREDE MEDARBEJDERE SKABER PROFITABLE PARTNERSKABER

De fleste virksomheder sætter kunden i fokus, fordi de ved, at tilfredse kunder har en positiv effekt på bundlinjen. Så hvordan designer du en FM-løsning, som skaber værdi for både dine kunder og dig, som serviceudbyder? Et studie fra den globale serviceorganisation ISS viser, at engagerede medarbejdere kan være nøgleordet til et profitabelt partnerskab.



Af TRINE DALSTEN, Kommunikationsrådgiver, ISS Facility Services A/S

I FM branchen er vi glade for data, fordi det giver os information og viden, som gør os i stand til at stoppe med at gætte. Problemet er, at mange anser medarbejderengagement som noget blødt, der er svært at måle. Mens dette på mange måder er sandt, overser mange, at engagement har en synlig effekt på adfærd. Flere studier har konkluderet, at medarbejderengagement har stor indflydelse på blandt andet produktivitet, effektivitet, kundefokus, servicekvalitet og rentabilitet. Med andre ord: engagement påvirker serviceadfærd, som er en forudsætning for at skabe gode kundeoplevelser.

ENGAGEREDE MEDARBEJDERE SKABER GODE KUNDEOplevelser

I 2015 undersøgte serviceorganisationen ISS sammenhængen mellem medarbejderengagement og kundetilfredshed for at forstå de specifikke faktorer, der driver den gode kundeoplevelse. Undersøgelsen omfattede mere end 500.000 medarbejdertilfredshedsmålinger indsamlet over en tre-årig periode samt flere end 20.000 kundetilfredshedsmålinger fordelt på mere end 2.500 partnerskaber på verdensplan. Undersøgelsen viste en stor sammenhæng mellem servicemedarbejdernes engagement og den kundeoplevelse, de leverede. Undersøgelsen viste kort sagt, at glade servicemedarbejdere fører til glade kunder.

SÆRLIGT TRE FAKTORER ER I SPIL

Ifølge undersøgelsen er det især tre faktorer ved medarbejdernes engagement, som har indflydelse på den gode kundeoplevelse. For det første er det afgørende, at medarbejderne er motiverede. Herudover er det vigtigt, at de har modtaget den mængde træning, som er nødvendig for, at de kan leve op til den ønskede kvalitet. Og sidst, men ikke mindst, skal medarbejderne kende kundens forventninger og være i stand til at levere det aftalte serviceniveau.

ØKONOMISKE FORDELE FOR BEGGE PARTER

Den store sammenhæng mellem medarbejderengagement og kundetilfredshed kommer ikke som nogen stor overraskelse, da det støtter op om størstedelen af litteraturen på området. Mere overraskende var det, at undersøgelsen viste en sammenhæng mellem medarbejdertilfredshed, kundetilfredshed og profit. Den viste,

at jo højere medarbejderengagement jo højere vil rentabiliteten være for både serviceudbyderen og kunden.

For at drage nytte af de økonomiske fordele, er det afgørende, at både kunden og serviceudbyderen arbejder på at skabe et godt FM-partnerskab med fokus på engagement. Det er vigtigt, at kunden er indstillet på at tænke i outcomebaserede løsninger, der giver serviceudbyderen mulighed for at skabe gode rammer for medarbejderne. På den anden side er det vigtigt, at serviceudbyderen er i stand til at engagere sine medarbejdere til at levere den aftalte service, så de giver kunderne en særlig kundeoplevelse. Det kræver, at serviceudbyderen investerer ressourcer i serviceforbedringer, medarbejdertræning, on-boarding-processer og innovation. Dette vil skabe fundamentet for vedvarende medarbejderengagement, bedre serviceleverance, bedre serviceprodukter og derigennem også bedre kundeoplevelser.

DEDIKERET INDSATS ER AFGØRENDE

Artiklen blev indledt med spørgsmålet om, hvordan man designer en serviceløsning, der skaber værdi for kunden og dig som serviceudbyder? Det korte svar er, at det kræver et tæt samarbejde mellem kunde og serviceudbyder, som sammen har designet en outputbaseret løsning, der imødekommer kundens behov samtidig med, at det sikrer gode rammer og vilkår, som gør det muligt for serviceudbyderen at engagere sine medarbejdere. Men faktum er også, at det kræver en dedikeret og målrettet arbejdsindsats fra begge sider at opnå succesfulde outsourcing-partnerskaber. Til gengæld er der en stor gevinst for begge parter, når det lykkes.

Hvis du vil læse mere om undersøgelsen, kan du finde den ved at scanne QR-koden.

