

”GØR DET NEMT FOR BRUGERNE”



AF NILS-OLE HEGGLAND
DFM netværks udsendte
journalist,
Hegglund kommunikation

Når FM-afdelinger skal indføre free seating eller andre større ændringer, bør de tage udgangspunkt i brugernes hverdag og vaner. Sådan lød opfordringen på DFM-netværks konference i foråret fra Morten Münster, specialist i adfærdsdesign og forfatter til flere bøger.

Sidste år udgav han bestselleren ”Jytte fra Marketing er desværre gået for i dag” om adfærdsdesign. På DFM netværks årskonference i marts fortalte Morten Münster om, hvordan FM-ansvarlige kan bruge nogle af bogens principper, når større ændringer står for døren eller uhensigtsmæssige vaner skal ændres.

”Adfærdsdesign bygger på tesen om, at mennesket er mere irrationelt, end vi har vedtaget. Mennesker er hverken dovne eller dumme, men vi er begrænsede, og folk prøver generelt bare at komme gennem livet uden de store omvæltninger. Ingen tænker: ”Får jeg mon ikke en ny plads i dag?”.”

Morten Münster brugte sig selv som eksempel. Han ved egentlig godt, at man bør lufte ud derhjemme fem gange om dagen – også om vinteren. Det sikrer optimalt indeklima og mindske fx risikoen for, at børn udvikler allergi. Men netop i travle småbørnsfamilier som hans, kan det være svært at ændre vaner og indføre fem gange udluftning i dagligdagen.

Et andet eksempel, fra USA, viste, at der er stor forskel på, om indsatte får bevilget prøvetilladelse. Bliver sagen afgjort lige efter en spisepause, er chancerne store. Bliver den mulige løsladelse derimod vurderet kort før en pause, af sultne og trætte sagsbehandlere, styrteddykker sandsynligheden, selv om alle indsatte burde have helt samme vilkår.

Mere overordnet illustrerede eksemplet ifølge Morten Münster, at hvis ikke medarbejdere har overskud, men fx er trætte eller sultne, så er de langt mere tilbøjelige til blot at sige nej og afvise forslag end til at bruge tid og kræfter på at vurdere tingene og træffe en måske vanskelig beslutning.

EKSPLOSION I SKILSMISSE

Morten Münster, der også blogger på dagbladet Børsen om adfærdsdesign, gav de forsamlede FM-folk tre råd, når de fx skal indføre free seating eller andre nye tiltag. Eller rette op på vaner, som besværliggør driften af lokaler og ejendomme.

For det første skal det være nemt at gøre det rigtige. Som eksempel nævnte Morten Münster, at politikerne havde gjort det nemmere at blive skilt. Det var ikke længere obligatorisk med en separationsperiode eller tænkepause før en egentlig skilsmisse, som nu blot kræver nogle få NemID-klik.

”Selv om det er en top5-beslutning i de flestes liv, så betød den fjernede friktionsperiode, at antallet af skilsmisser steg 14,4 procent. 3.149 ekstra par blev skilt det første år,” påpegede Morten Münster.

Ugen efter hans indlæg fortrød politikerne tilsyneladende, at det var blevet så nemt at opløse et ægteskab: Et enigt Folketing vedtog at genindføre en karensperiode eller tænkepause med minimum tre måneders separation. Hvad der på sin vis understreger Münsters pointe om, at når noget er nemt, så bliver det gjort.

VÆK MED BARRIERERNE

Hans andet råd lød at se på realiteterne ude i den virkelige verden: ”Kom ud i virkeligheden. Se på, hvad brugerne gør, og hvordan de reagerer, og fjern så barriererne.”

Her brugte forfatteren og foredragsholderen et britisk eksempel. En stor kampagne lagde an til, at masser af briter fik isoleret deres loftsrums, så energiforbruget faldt

MORTEN MÜNSTER TRE RÅD OM ADFÆRD

- Gør det let at gøre det rigtige
- Kom ud i virkeligheden
- Gør det svært at gøre det forkerte

– et tiltag, som havde stor opbakning i forskellige målinger. Stort set ingen gik dog i gang med at isolere loftet, da kampagnen begyndte. Forklaringen var den enkle, at så godt som alle loftsrum var fyldt med rod, og de færreste orkede at rydde op, sortere og skille sig af med affaldet. En effektiv kampagne burde derfor omfatte, at det var let at komme af med rodet på øverste etage.

”Vi ved også alle sammen, at pension er meget vigtigt, men hvor mange får lige sat sig ned kl. 21 og hentet NemID-kortet, når børnene er lagt?” lød det retorisk fra Morten Münster.

Hans tredje råd var, at det skal være svært at gøre det forkerte. Her var eksemplet taget direkte fra FM-verdenen, nemlig en beboelsesejendom, som var plaget af, at unge smed affald rundt omkring.

”De tømte beholderne, fordi de manglede noget at sidde på. Så blev skraldespandene gjort fast til væggene, og så stoppede det problem.”

RULLEREOLER TIL RINGBIND

Efter indlægget bad FM update Morten Münster udbytte betragtningerne om free seating, som er på dagsordenen mange steder, fordi modellen sparer meget plads og dermed store beløb for virksomheder og organisationer. Den er dog langt fra altid populær, fordi mange ansatte foretrækker en fast plads.

Igen opfordrede Münster til at tage afsæt i virkeligheden, og i hvordan medarbejderne reagerer. Han mente, at der delvis kunne være tale om et generationsspørgsmål, fx med fysiske ringbind og rapporter.

”Jeg kan selv godt lide at have mange ting på papir. Men igen: Se på, hvordan folk reagerer de første morgener. Hvis en gruppe står forlegne med en masse ringbind, så er dét måske barrieren, som skal fjernes.”

Han pegede ikke på konkrete løsninger, men det kunne måske være faste reoler tæt på en del af arbejdspladserne eller små rulle-reoler, der kunne følge de ansatte, som føler sig tryggest med trykte rapporter og andet materiale inden for rækkevidde.



Kom ud i virkeligheden. Se på, hvad brugerne gør, og hvordan de reagerer, og fjern så barriererne.”



Har du set vores nye site, som er skabt i tæt samarbejde med vores digitaliseringsudvalg?

Cases, artikler og kapitler fra vores nye bog: “Facility Management som digital forandringsagent” der udkom 14. november

DFM

Foto: Kristian Bransen