

MÆRK DIT TOUCH POINT

I Nordea måler man jævnligt medarbejdernes tilfredshed med FM-leverancerne fra ISS og justerer leverancerne på den baggrund. Systemet er bygget op om en række touch points, som medarbejderen møder i løbet af sin arbejdsdag.

Af JAN AAGAARD,
journalist

Godt 1.000 medarbejdere i Nordea modtager med jævne mellemrum et elektronisk spørgeskema med spørgsmål om, hvordan de oplever forskellige situationer i løbet af dagligdagen på deres arbejdsplads. Hvor tilfredse er de fx med at være i bygningen? Med at sidde i mødelokalet? Med frokosten? Og med kaffeautomaten?

Spørgeskemaet er en del af Nordeas Group Workplace Management strategi, hvor man er i fuld gang med at omdanne bankens kontorfaciliteter fra traditionelle skriveborde til moderne aktivitetsbaserede arbejdspladser.

Sammen med FM-leverandøren ISS Facility Services har Nordea sat et mål om, at overgå medarbejdernes forventninger til de services, de oplever på arbejdspladsen, og derfor måler man medarbejdernes tilfredshed gennem et koncept kaldet *Work Journey Touch Points*.

OUTPUT BASERET LØSNING

"Den primære KPI i samarbejdet mellem Nordea og ISS er medarbejdernes oplevede tilfredshed af de services, vi leverer. Der er tale om en output baseret løsning, hvor begge parter har fokus på medarbejder-tilfredshed. Hvordan vi kommer dertil, står os stort set frit," fortalte Henrick Berendtsen, segmentsdirektør finance, ISS Facility Services, på DFM netværks Årskonference.

Her fortalte han sammen med Trine Torn, Head of Workplace Management DK, Nordea Danmark, om

ideerne, processen og resultaterne i Work Journey Touch Point-konceptet.

Tilfredshedsundersøgelsen er opbygget så den afspejler de *touch points* medarbejderne oplever i deres dagligdag – fx ved ankomsten til arbejdspladsen, ved skrivebordet, til frokosten osv. ISS' serviceleverancer som rengøring, catering, security, reception, post, vedligehold osv. influerer på forskellig vis på medarbejdernes oplevelse, hvilket er indarbejdet i undersøgelsen.

Den systematiske kortlægning af tilfredsheden kommer til udtryk i seks primære dashboards, som giver et overblik, mens man med yderligere 14 *dashboards* kan komme et spadestik dybere. Systemet kan også udarbejde en række skemaer og grafer, der gør det muligt at lave sammenligninger og fx se på, om ressourcerne skal fordeles anderledes mellem de forskellige touch points.

FRA AUTOMAT TIL CAFÉ

Resultater fra tilfredshedsundersøgelsen kan dog ikke stå alene, men skal i samarbejde med det lokale team analyseres og forklares nærmere, får man kan sætte konkrete handlingsplaner i gang, understregede Henrick Berendtsen.

Han sluttede med en række konkrete eksempler, hvor lav score i tilfredshedsundersøgelsen havde ført til ændringer. For eksempel var kaffeautomaten et sted blevet nedlagt og erstattet med en brugerbetalt café.