

HUSK DE GAMLE KOMMUNIKATIONS DYDER, NÅR DU SKAL INTEGRERE NYE TEKNOLOGI LØSNINGER



Søren Bolvig
CEO for teknologivirksomheden Empact

I en tid, hvor digitaliseringen har revolutioneret måden, vi kommunikerer og arbejder på, deler Søren Bolvig, CEO for teknologivirksomheden Empact, sine erfaringer med, hvordan ledelse, relationer og samarbejde agerer digitalt.

Emilie Maria Pilsgaard, Seniorrådgiver // FRIDAY

Da flere mennesker vælger en karrierevej uden skrivebord eller går mod den hybride arbejdsplads, er det vigtigt for virksomheder at begynde at lægge en plan for at holde deres arbejdsstyrke engageret.

“Jeg tror, man skal integrere digitaliseringen i sin ledelse i stedet for at skelne mellem begreberne digital og ledelse. Da vi fik telefonen, var vi bange for at blive asociale; med Facebook kom frygten for, at vi ikke skulle mødes mere. Men digitaliseringen er nu en gang kommet for at blive, og hvis vi udnytter de muligheder, der følger med digitaliseringen, klogt, får vi en meget mere nærværende ledelse, idet vi lettere kan skabe relationer og lettere kan mødes,” lyder det fra Søren Bolvig, der ikke mener, man skal sidde overfor hinanden for at være en god leder eller medarbejder.

Han mener derimod, at vi står overfor en ny æra, hvor folk har en mindre fysisk arbejdstilstedeværelse end tidligere. Derfor skal vi blive bedre til at bruge de gamle kommunikationsdyder i de nye, moderne teknologiløsninger.

Frakoblede ansatte er dårlige for forretningen

Det er ofte svært for virksomheder med mange medarbejdere uden fast plads at fastholde talenter. Studier viser, at medarbejdere på gulvet i sektorer som detailhandel og produktion er mindre loyale og mere tilbøjelige til at skifte job end deres skrivebordsbundne kolleger.

“Grænserne for skrivebordsbunden ansat har rykket sig hurtigt – især efter covid-19 lærte os at arbejde på den hybride plads. Derfor er det sådan set i alle sektorer, vi skal være opmærksomme på fjernledelsen, men det er nyt, at vi som samfund begynder at fokusere på alle dem, der altid har arbejdet uden skrivebord.”

Ifølge en undersøgelse offentliggjort af Forbes, er 80 % af arbejdsstyrken ansat uden skrivebord. Alligevel er kun 1 % af softwareinvesteringer allokeret til disse ansatte.

Problemet er, at hvis man tilbringer sine dage på hovedkontoret, er det let at glemme de mennesker, der arbejder uden fast plads og skrivebord.

Med flere mennesker, der vælger at gå ned ad karrierevejen som ansatte uden skrivebord, er det tid til, at ledelsen lægger en solid plan for at holde deres arbejdsstyrke engageret. Det er ingen hemmelighed, at frakoblede ansatte på lang sigt vil koste virksomheden flere penge på grund af manglende engagement, lav produktivitet og høj personaleomsætning.

Frihed og fravær er fælles ansvar

En af udfordringerne med digital kommunikation er, at der kan være en forventning om altid at være tilgængelig. Bolvig mener, at det er vigtigt at sætte nogle rammer op for kommunikationen, så det er klart for alle medarbejdere, at det er i orden at holde fri og ikke altid være tilgængelig.

“Det er i orden, man ikke svarer med det samme. Man kan godt være offline, uden at der er en forventning om det modsatte. Det skal være helt klart og tydeligt fra ledelsen. Måske især når det gælder de flydende overgange som ferie og fravær – her ser vi en tendens til, at man er på i langt højere grad end tidligere. Derfor skal vi bruge værktøjerne ordentligt og sætte nogle rammer op, som er til at forstå.”

De digitale platforme giver mulighed for hyppigere kommunikation og tilstedeværelse, selv når man ikke er fysisk til stede. Ifølge Søren Bolvig går der ikke mange generationer, før det ikke er en udfordring længere at balancere tiden og ledelsen. Bare på egne børn kan han se, at de er online på en helt anden måde, end hans egen generation har været og er det.

“Digitalisering er en kæmpe ledelsesmæssig udfordring. Vores modenhed med at bruge teknologien er endnu ikke udviklet nok. Vi skal lære at bruge den og herunder lære at sætte grænser – fx for hvornår vi kan tillade os at kontakte folk. Vi vil se en fremtidsændring, hvor vi prøver at øve os på det. Det er ligesom, når man taler om etik og data osv., vi ønsker at blive bedre til det som samfund. Men det er jo en proces.”



Søren Bolvig

53 år, CEO

i softwarevirksomheden Empact

Søren er uddannet cand.merc.
på Syddansk Universitet

Om Empact

Empact er en alt-i-en-app, der øger medarbejderes effektivitet og arbejdsglæde.

Den mobile engagementsplatform henvender sig primært til 'deskless'-medarbejdere, der via en brugervenlig app får lettere adgang til værktøjer og information. Det gør arbejdsdagen nemmere, og medarbejderne mere tilfredse og produktive.

Læs mere på empact.app

Kommunikér til modtageren

For rigtig mange ansatte giver digitaliseringen og den hybride arbejdsplads en langt større fleksibilitet i dagligdagen, hvor der kan være plads til løbeture, tøjvask og powernaps.

Arbejder du derimod på hospital, i supermarked eller som politibetjent, kan du ikke bare blive hjemme. På den måde får ca. 80 % af arbejdsstyrken overhovedet ikke gavn af fleksibiliteten ved den moderne, digitale ledelse. På et helt andet niveau får denne gruppe af skrivebordsløse ansatte dog mindst lige så meget ud af den digitale omstilling:

"Her bliver det lige pludselig teknologien, der giver mulighed for, at den gruppe mennesker kan være med på en helt anden måde, end de kunne før. Lederen kan nu kommunikere med dem direkte. Butiksmedarbejdere har hidtil været totalt koblet af, medmindre de mødte op til et townhall og hørte nyheden der. Nu har de faktisk mulighed for at kommunikere individuelt og personligt."

De ansatte, der ikke sidder ned på kontor dagligt, bliver hørt mere end nogensinde før. Hvor de tidligere har været afkoblet og ikke anede, hvad der ledelsesmæssigt skete, har de nu digitale værktøjer til rådighed, som gør det lettere end nogensinde før at kommunikere med den nærmeste leder.

Teknologien skal give medarbejderen mere frihed – frihed til at lave sit arbejde, frihed til at holde tidligere fri. Og vil man implementere teknologien er det kritisk at kende værktøjet.

"Det mest basale kommunikationsråd er jo at sætte sig i modtagerens sted. Det er det, man skal gøre her. Man skal ikke genbruge sit nyhedsbrev, eller hvad man ellers har lavet af formater, der ikke passer til den nye teknologi. Det nytter ikke noget at fortsætte den samme publikationsstrøm. Den skal tilpasses og tilrettes modtageren. Er der nyt fra koncernledelsen, skal det skrives med modtageren i fokus – hvad betyder det for mig?"