

De flesta skulle kunna leda förändringar mer lättroligt

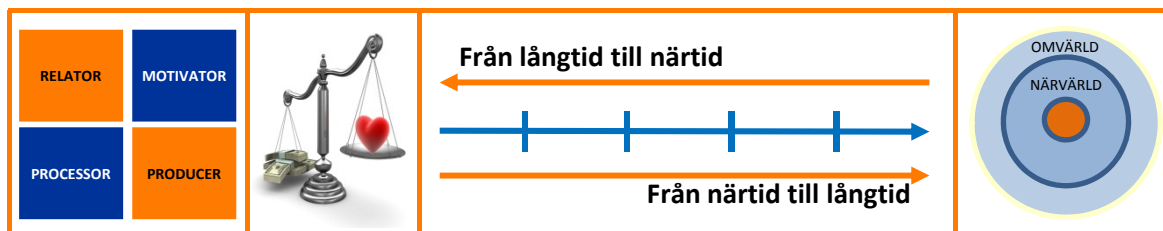
Förändring är inte längre en ändring av ett normaltillstånd, det är den mest naturliga grundstenen för företagets ledning. Eller borde i alla fall vara ...

Verksamheter borde kunna dra nytta av sin starka position genom att skapa en högre nivå av SoU (Sense of Urgency), och därmed snabbare realisera nya strategier.

Insikt, bredd och ödmjukhet ger kraftfulla argument – 4 SoU att beakta

1 - Från omorganisation till beteende och värderingar

Många har lärorna varit för att få organisationer och individer att prestera bättre. Att våra beteenden och värderingar är en viktig faktor har många anat sedan lång tid. Så långt ingen diskussion, men att faktiskt arbeta med dessa saker har visat sig svårt. Med en successiv förändring av ledningars sätt att tänka och med fler kvinnor i ledande befattningar, så börjar det hända saker. I branscher där de flesta är lika, produkter och tjänster snarlika återstår snart bara en sak för unikiteten, förmågan att leda. Värderingsbaserat ledarskap och kultur är på väg att bli ett allt viktigare konkurrensmedel.



2 - Från långtid till närtid

De triggers som manar oss till förändring uppstår allt mer frekvent. De ger oss allt mindre tid till att förstå vilka konsekvenser de innebär för oss själva och verksamheten. Om vi tidigare hade förhållandevis lång tid på oss att förbereda oss utifrån vad som nyss händer, bör vi nu redan ha förberett oss innan det händer. I framtiden ökar kraven och vi måste i allt högre grad kontinuerligt hinna förstå och parera. Vi talar då om förändringar i omvärlden, den typen vi inte råar över, utan aktivt måste förhålla oss till.

3 - Från närtid till långtid

Paradoxalt nog går utvecklingen samtidigt åt andra hållet, vi måste tänka på längre sikt. Det vi i dagligt tal lägger in i begreppet kvartaltsekonomi ifrågasätts allt oftare av politiker, investerare, tankesmedjor och näringslivet självt. Trycket ökar på alla typer av verksamheter att tänka och agera mer långsiktigt hållbart. Vinsten är en stabil värdegrund och förbättrad konkurrenskraft. Fördelarna för klimat, miljö och våra barn är uppenbara.

4 - Från lokalt till globalt

Tidigare klarade man sig ganska bra med att hyfsat förstå sina kunder och egen verksamhet (närvärlden) för att klara sig. Nu måste man ha en väl utvecklad "split vision", en förmåga att förstå hela sin närvärld (arenan) och ha en nyfiken blick på vad som händer utanför den, i omvärlden. Det är enda sättet att bli förberedd på framtida scenarier, och därmed skapa möjligheter att bli en aktör som blir ledande och respekterad.

Förändringledning med höjda nivåer av SoU i genomförandet

En höjd nivå av "a Sense of Urgency" ger högre angelägenhetsgrad som skapar innovationskraft, det är naturligt. Organisationen får ett ändrat DNA med bättre förmåga att behålla försprånget till konkurrenterna, och/eller skärpan i den egna organisationen. Företagskulturer med höga nivåer av SoU blir lättroliga, innovativa och självlärande samt kräver mindre hierarkisk styrning. Förändringsledning i ett genomförande har alltid varit, och kommer alltid vara en stor utmaning. Drivkraften står i direkt relation till hur verksamheten uppfattar graden av förändringsangelägenhet (SoU), i vilken grad det känns **både viktigt och bråttom**:

- Värderingsdrivna argument och beteenderelaterade lösningar för genomförande, fungerar mycket bättre än omorganisation med hierarkiska förtecken
- Välgrundade framtidsstudier som grund för förändringsargument är mycket lättare att få acceptans för. Acceptansen ger förtroende, och med det följer förändringskraft
- Ytterligare förändringskraft fås med argument som är långsiktigt hållbara och är värdefulla i ett bredare perspektiv. Argument som grundar sig endast på aktieägarvärde fungerar bra i ledningen, men sällan för resten av organisationen

Om hög angelägenhetsgrad är själva förutsättningen, så är genomförandeformatet avgörande. Många misslyckanden beror på att förändring drivits som "enkla och trygga" leveransprojekt, med få okända parametrar.

Förändring är att acceptera stora osäkerheter, hantera dem på ett klokt sätt och därmed skapa nya möjligheter!

Hur kan Spantet hjälpa till?

Spantet fokuserar på att stödja företag med att förstå och utforska omvärldens samtid och framtid samt människors samspel. Vi är nyfikna, tänker "outside the box" och har senior erfarenhet av att leda förändring, från idé till stora program för genomförande. Spantets branschfarenheter och beprövade moderna metoder hjälper till att förbättra organisatoriskt lärande och prestanda. Rätta samt "säljbara" förändringsargument, och ett klokt etablerat genomförande



Spantet står för en modern och samtida förståelse för förändring. Vår ambition är att bidra med varaktigt hållbar handlingskraft och företagsamhet, som leder till långsiktiga resultat.

Sustained Enterprising



Bragevägen 5
SE-132 35 Saltsjö-Boo
+46 (0) 70 605 06 05
info@spantet.se
www.spantet.se