

Verdibasert ledelse og verdibasert selvledelse

Nye tider krever nye ord, og tiden er for lengst kommet for det Dag Andersen i boka «Det 5. trinn» kaller verdi- og visjonssamfunnet. Han beskriver de ulike trinn som samfunnet går igjennom, og etter fokus på informasjon og materialisme vil mennesket naturlig ta steget videre. Her krever mennesket sin plass – ledere og medarbeidere våger å være åpne og behersker fortrolighet og kunsten å sette verdier, visjoner og mål – sammen. Vi trenger flere ledere som «ser», anerkjenner og utvikler hver enkelt.



MOT: Et medieselskap knyttet de tre kjerneverdiene sine til tre ulike tapasbarer på sitt årlige julebord. Den ene kjerneverdien er MOT og den ene tapasbaren (av tre barer) tilbød meget sterk tapas – altså tapas for den modige. Verdibasert ledelse kan altså være morsomt og uhytellig og ikke kun en overfladisk øvelse i å klemme ut fine ord til en festtale eller årsberetning.

Vi tror resepten for godt lederskap er å leve og legge til rette for godhet, glede, glød/begeistring og samtidig ha det gøy. Er det på tide å gi bedre plass til fantasi og humor – og mot til å leve ut det vi drømmer om? Kan det hende vi da går mot et litt varmere og mer inkluderende

arbeidsliv – der flere ledere og medarbeidere gleder seg til å gå på jobb? Et arbeidsliv der vi legger til rette for suksess og harmoni – der flere finner mening og stolthet i jobben. Hva skal til? Hva må lederen minimum gjøre for å jobbe verdibasert? Hva er knytningen til selvledelse og hvordan fanger ledere opp hver enkelt bevissthet/verdigrunnlag?

BEDRIFTENS VERDIGRUNNLAG

Det er individene som yter service og gjør en kunde fornøyd, mellomfornøyd eller misfornøyd. Utallige undersøkelser viser at de fleste kunder bytter leverandør fordi de ikke er fornøyd med den service bedriften gir, eller at de føler seg glemt. Hovedtanken med verdibasert ledelse er å skape sterkere identitet og stolthet

i bedriften – med hensikt å skape langtidsfriske medarbeidere, høyere motivasjon, bedre omdømme og bedre resultater.

For bedriften blir verdigrunnlaget en plattform som skal styre/påvirke de valg som tas i bedriften. Mange bedrifter bedriver fortsatt relativt primitive prosesser i utklekkingen av bedriftens verdigrunnlag. Noen sender ledere på lederseminar på dyre hoteller og finner på noen flotte ord, i bakrusen av hotellbarens varierte tilbud. Så drar de tilbake og sminker årsberetningene med disse flotte ordene.

REDELIGHET

Andre tar disse prosessene mer seriøst og inviterer alle ansatte inn i arbeidet med bedriftens ideologi. I tillegg definerer de gjerne og snakker om hva de fine verdi-ordene betyr i handling. I bedriften Hafslund betyr verdien redelighet tre ting i handling, deriblant at de unner hverandre suksess. I tillegg spør ledere i Hafslund hver enkelt ansatt hva de legger i ordet redelighet. Ett av flere resultater er at over 70 prosent av de ansatte har god føling med verdigrunnlaget og hva det betyr i handling. Ikke så dumt det – en risikerer jo en god stammekultur og at ansatte går sånn noenlunde i samme retning!

UTFORDRE JOBBSØKERE

En meget sentral øvelse i selvledelse er å utforske og definere hva som er viktig for en – ens egne verdier. Undertegnede mener at bedrifter bør benytte nærmest enhver anledning til å minne om verdigrunnlaget og hva hver enkelt verdi betyr i handling. Undertegnede hørte nylig om et medieselskap som knyttet de tre kjerneverdiene til de tre tapas-barene på sitt årlige julebord. Den ene kjerneverdien i denne bedriften er MOT og den ene tapas-baren (av

tre barer) tilbød meget sterk tapas denne desemberkvelden – altså tapas for den modige. Verdibasert ledelse kan altså være morsomt og uhytellig og ikke kun en overfladisk øvelse i å klemme ut fine ord til en festtale eller årsberetning.

Arbeidet med selvledelse fordrer en gjennomtenkt og kontinuerlig refleksjon rundt både bedriftens og ens egne personlige verdier.



Et annet eksempel på en konkret og nyttig øvelse/oppgave: Ledere bør etter undertegnedes skjønn utfordre jobbsøkere på deres egne verdier og ta en prat om disse. For å forstå hva dette mennesket vil. For å forstå hvem man snakker med rett og slett. Senere i samtalen kan temaet være i hvilken grad disse individuelle verdiene korrelerer med bedriftens verdier. Ledere bør videre, i mål- og utviklingssamtaler/medarbeider-samtaler, konfrontere medarbeider med egen oppfatning av hvorledes hans eller hennes handlinger samsvarer eller avviker med verdiene.

DEN RETTE BALANSEN

Arbeidet med selvledelse fordrer en gjennomtenkt og kontinuerlig refleksjon rundt både bedriftens og ens egne personlige verdier. Selvledelse handler om å bli bevisst egne verdier og behov, andres verdier og behov og skape

den rette balansen mellom disse. I korte trekk handler altså dette om å ha autoritet i eget liv, og i bevissthet gjøre det som er viktig for en, det som gir verdi – det som gir glede. Lederen må fange opp individet og forstå hva som er viktig for den enkelte. Mor Teresa sa følgende: «Do you know your people? Do you love your people?». Hvordan kan du lede et menneske uten å gi det oppmerksomhet og forstå hva det vil?

HVA ER DINE VERDIER?

Undertegnede er så definitivt i en virksomhet med et verdigrunnlag som korrelerer med mine personlige verdier. Selv om ordene ikke er identiske, er de i grove trekk sammenfallende. Mine personlige verdier er familie, frihet, glede, generøsitet og vennskap. I en relativt tett hverdag velger jeg bort Facebook og andre tidstyver, eksempelvis mail på mobiltelefonen. Kona og jeg vil heller leke med en fantastisk gutt, sønnen vår. Og vår virksomhet anerkjenner og støtter disse verdiene/handlingene.

Hvordan vil du bruke tiden din? Hva er dine verdier? Og i hvilken grad korrelerer disse med bedriftens verdier? Og hva kan du gjøre for å legge til rette for en sterkest mulig korrelasjon mellom individets og bedriftens verdigrunnlag – både for deg selv og for andre? Lykke til i dette viktige arbeidet – prosessene som bidrar til mer stolthet, begeistring, glød, varme og mening i arbeidslivet! *



Av Rune Semundseth – sivilmarkedsfører (NMMH). Han har jobbet i IT-bransjen siden 1990, startet flere selskaper og skrevet syv bøker som har solgt tilsammen 35.000 eksemplarer, deriblant «Virksomhetsportalen» og «Rosinen i pølsa». Holder også inspirerende foredrag om, og selger verktøy for måloppnåelse, selvledelse og medarbeiderskap. rune@businessmastering.no www.businessmastering.no

firmagaver24.no
Reklame- og profileringsprodukter