

Hvorfor er der behov for at tænke samarbejde ind i strategiarbejdet?

Nikolaj Sveistrup

URBAN AGENDA

Samarbejdsløftet

Workshop 11.10.2023





NIKOLAJ SVEISTRUP

CEO URBAN AGENDA

Associeret partner CIFS

Founder Food, Fire & Thoughts



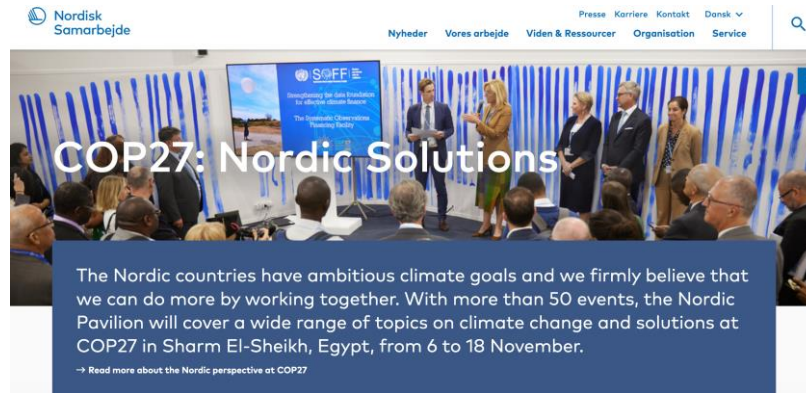
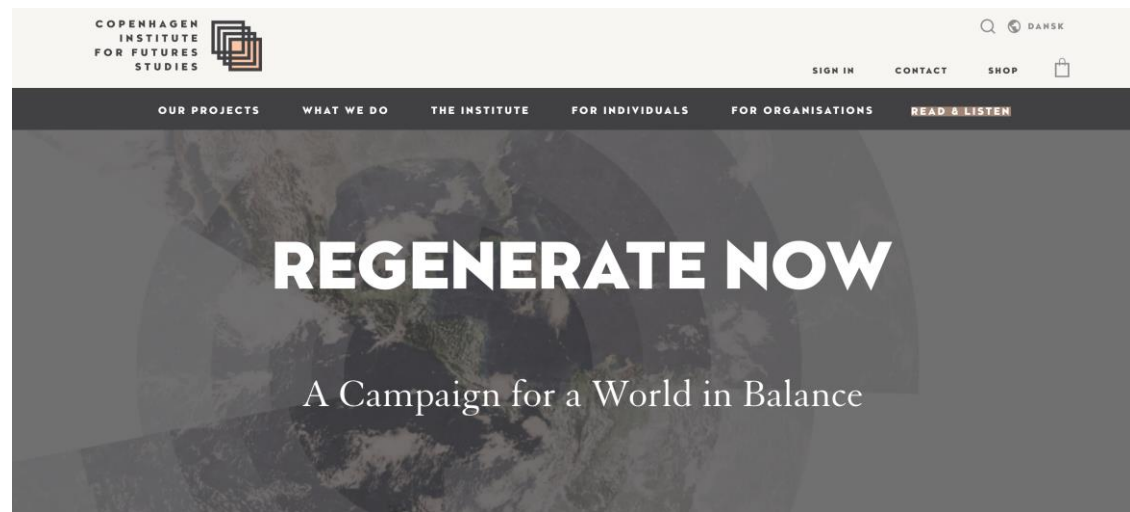
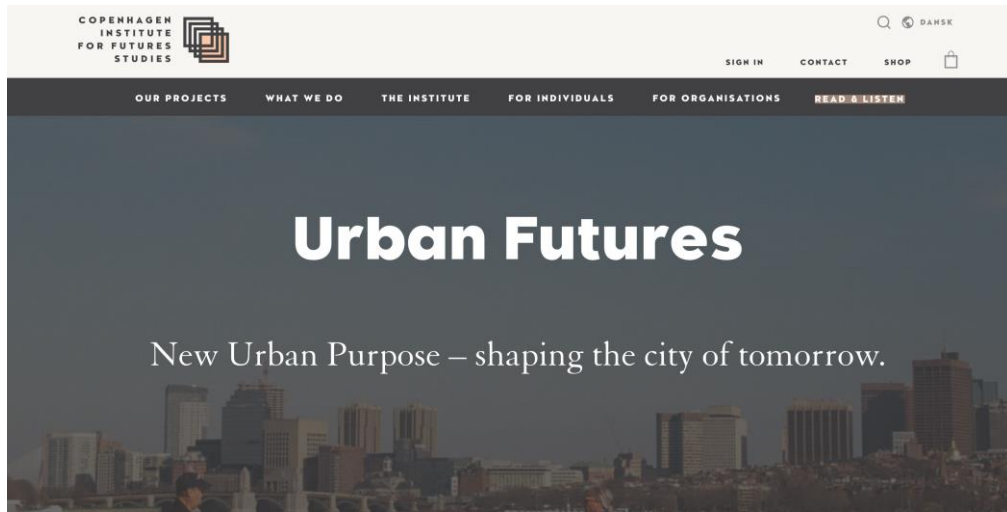
ns@cifs.dk

Nikolaj@urbanagenda.dk

Tlf 21579948

Food, Fire &
Thoughts







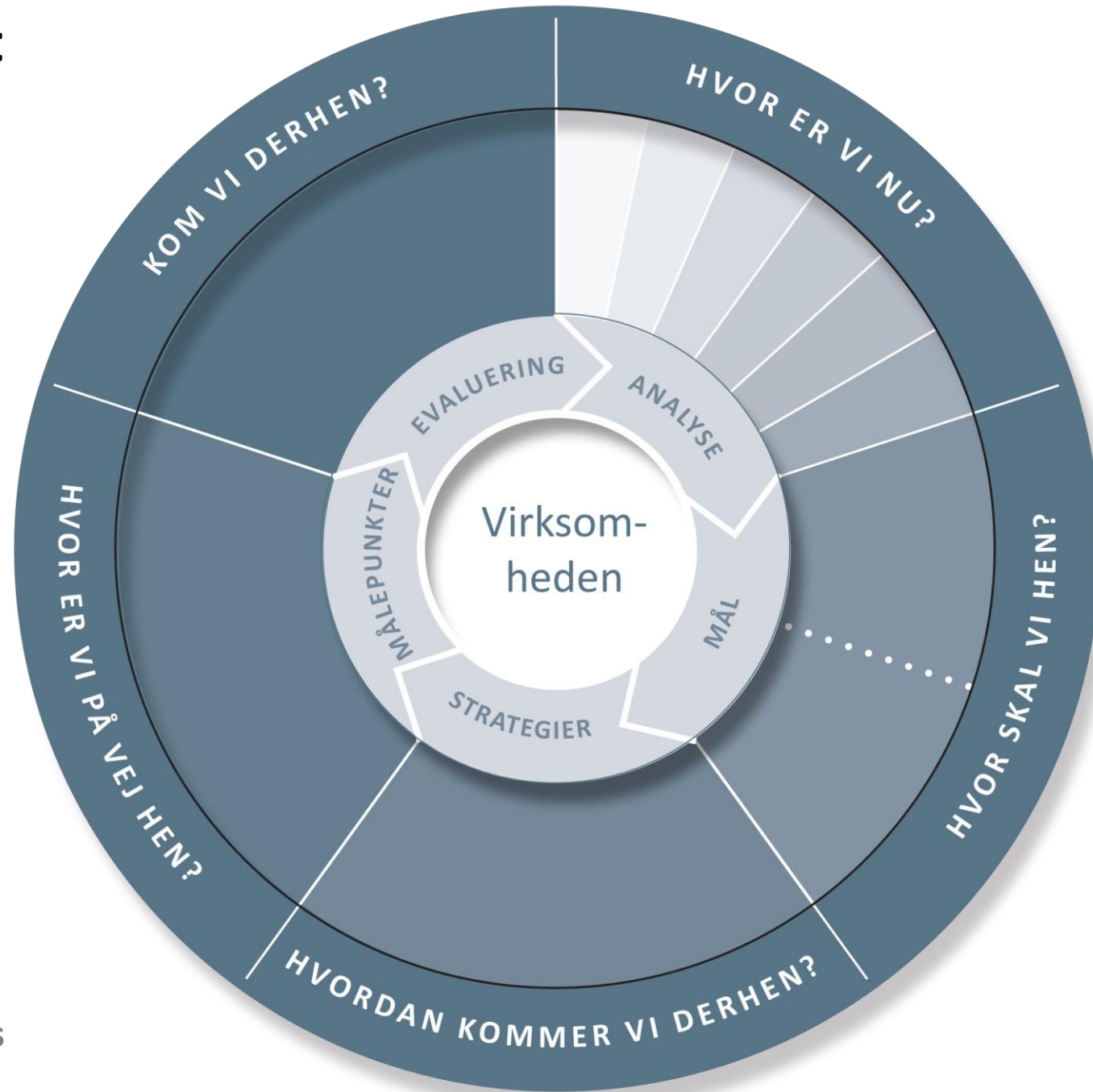
Hvorfor skal samarbejde med i strategien?

- Mange italesætter samarbejde, men få arbejder med det som en del af deres strategi.
- Godt samarbejde, både internt og eksternt, er et strategisk valg, som rækker langt ind i virksomhedens daglige arbejde og beslutninger, for det handler om kultur og menneskelige relationer.
- Det er vigtigt at inddrage både medarbejdere og interessenter i strategiarbejdet, så ejerskabet bliver stærkt i alle led og dermed skaber en ny samarbejdsorienteret kultur i byggeriet.

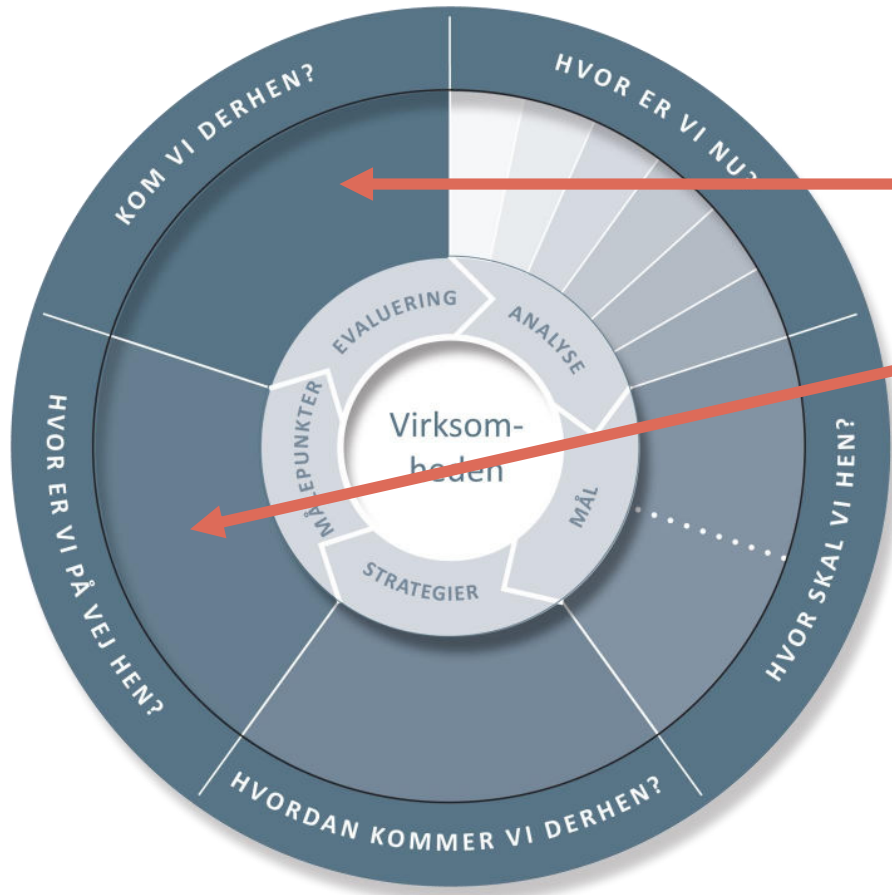
Strategi – helt kort



Strategihjulet

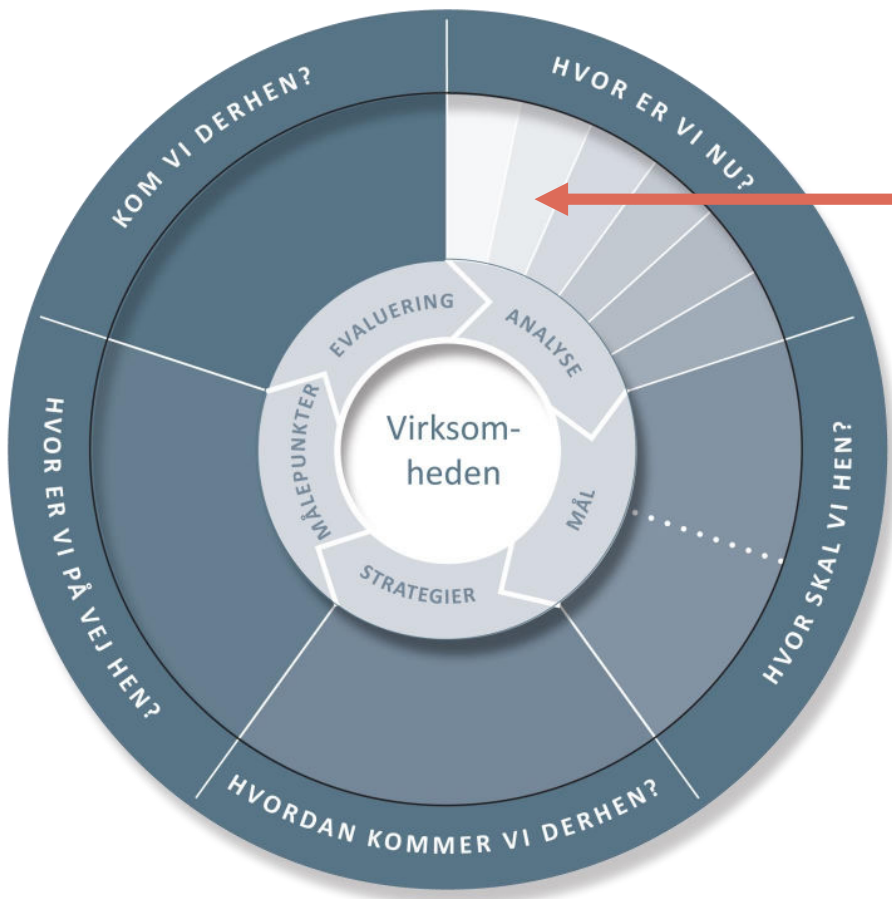


Evaluering af tidligere strategi



- Hvordan gik det med den forrige strategi?

Mapping

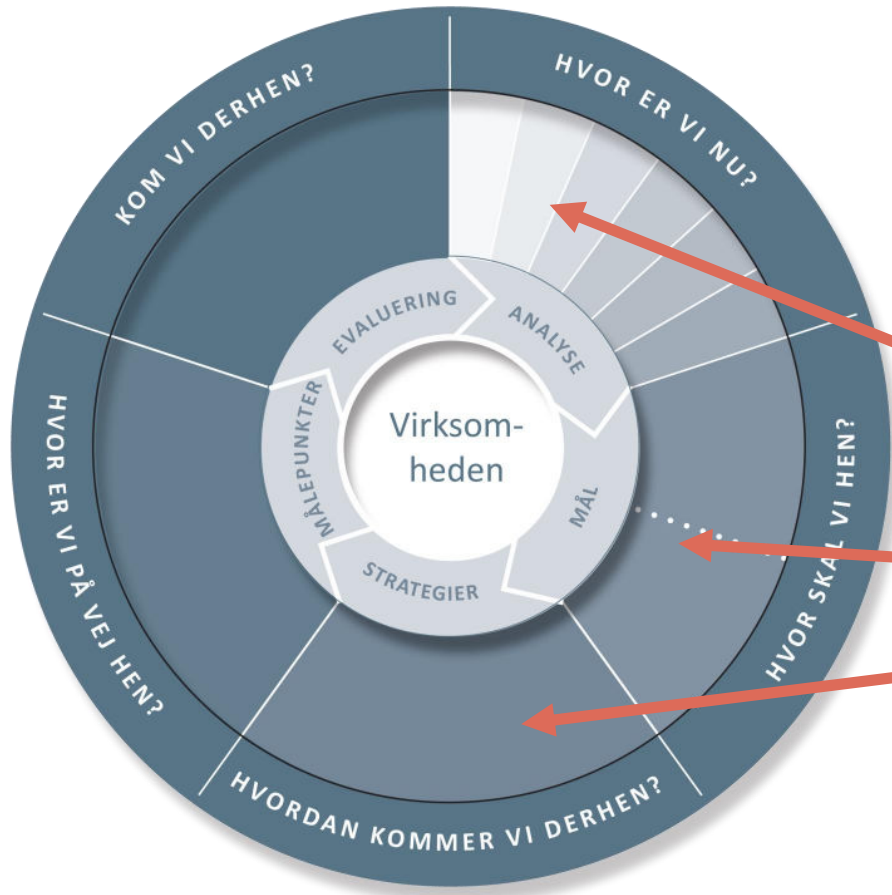


Mapping af kompetencer og vidensniveau

Konkurrentanalyse

Markedsituation – behov i markedet

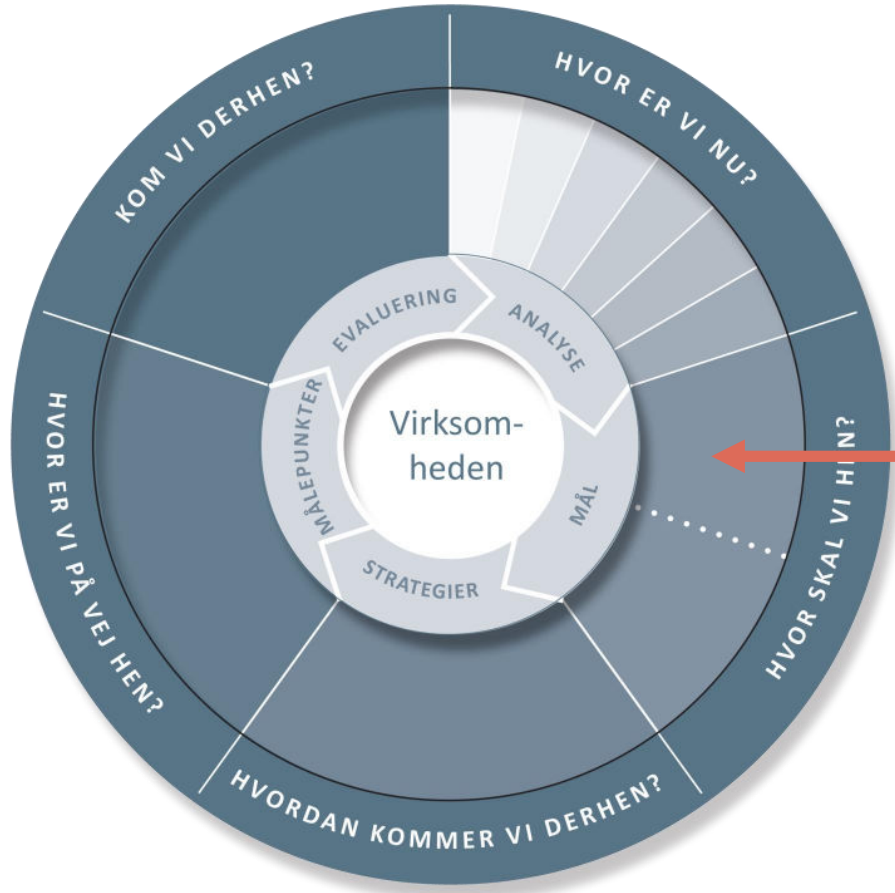
Analyse og Formål



- Analyse af nuværende status
- Fælles målformulering
- Roadmap

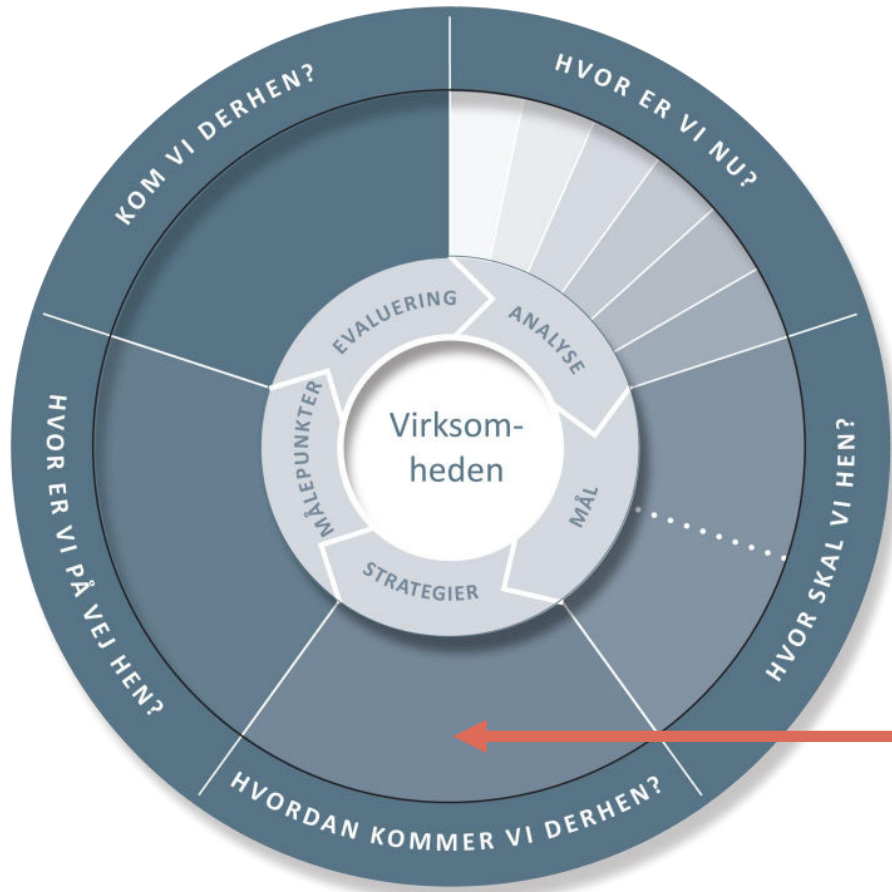
Særlige strategiske mål

(Purpose, Mission, vision og værdier)



Hvilke målsætninger skal vi arbejde efter?

Vejen dertil



- Forretningsspor
- Menneskespor

To forandringsspor

(Inspireret af Kraft & Partners´)

STRATEGIÆNDRING – FORRETNINGSSPOR

SYSTEMER/PROCESSER

organisering, procesomlægning,
nye markeder/kunder

FYSISK

It, HQ

HR

Kompetencer

FORANDRINGSLEDELSE – MENNESKESPOR

FØLELSER/HOLDNING

Modstand, usikkerhed, stolthed
'sense of urgency'

FYSISK

Værdier, nudging,
incitament

HR

Adfærd

Definition tre typer af forandring



TRINVIS UDVIKLING

En forbedring af det eksisterende i virksomheden som ikke kræver en decideret ny strategi. Griber ikke voldsomt ind, møder ingen modstand og fremskriver det bestående.



TRANSITION

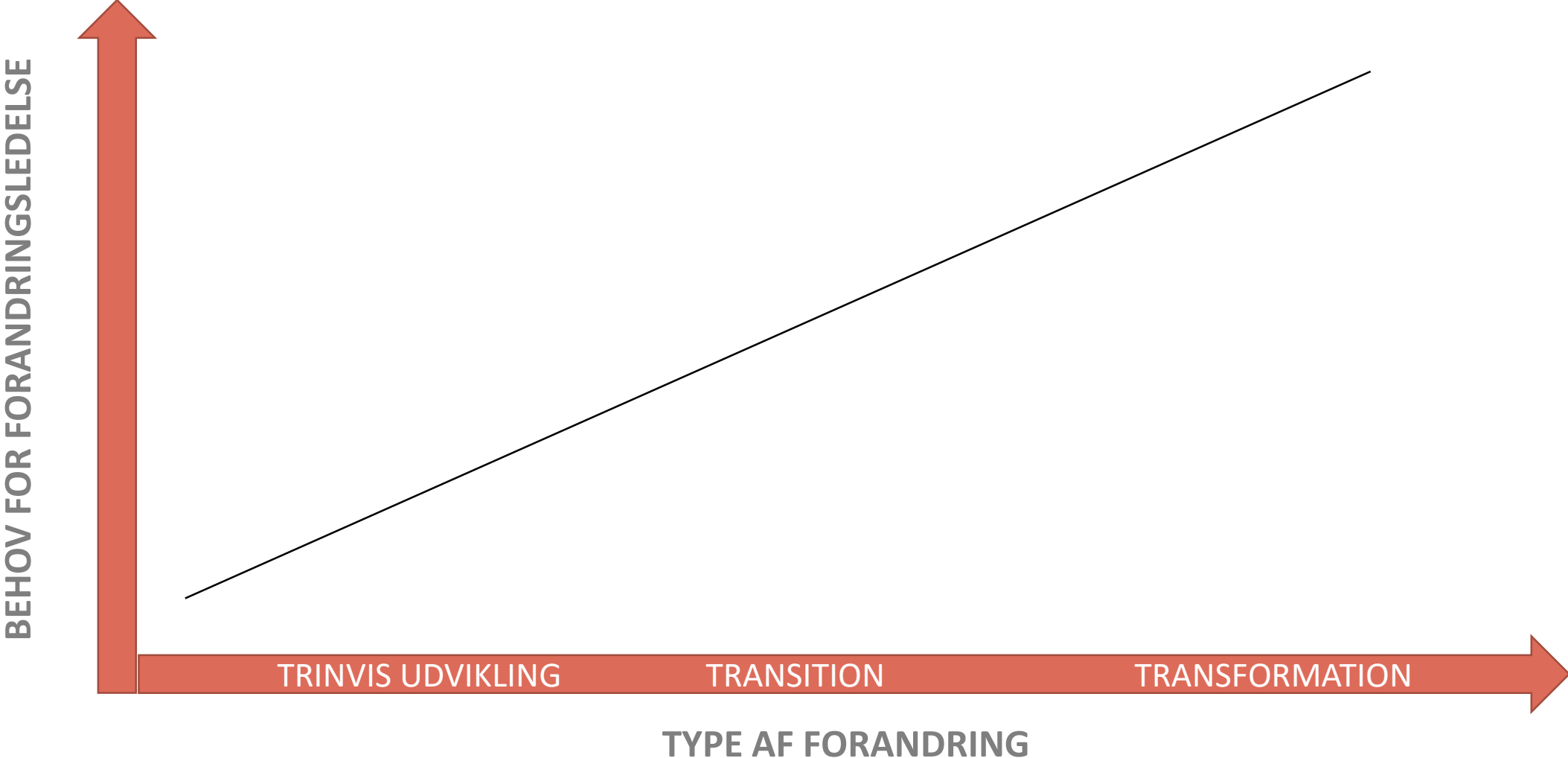
For at virksomheden skal leve op til markedets krav, skal der udvikles en mere ønskværdig tilstand. Forandringen indeholder måske ikke fundamentale forandringer men påvirker ledelsens og medarbejdernes hverdag i væsentligt omfang og medfører introduktion af nye opgaver/kompetencer samt nye produkter og metoder.



TRANSFORMATION

Et massivt pres fra markedet eller omgivelserne betinger en gennemgribende forandring af virksomhedens kerne, dvs. strategi, organisation, processer, kultur m.m. Slutmålet for forandringen erkendes først i løbet af processen.

Model Kraft & Partners' - tre typer af forandring



Transition kræver:



"Den største udfordring for ledelsen er her at sikre at medarbejdere og mellemledere griber forandringen, tilegner sig de nødvendige færdigheder og ændrer deres adfærd, så den passer til den nye tilstand.

I en transitionsforandringsstrategi er nøglen til succes at skabe og kommunikere et klart billede af den gamle tilstand og den nye tilstand samt af forskellene mellem dem. Billedet skal indeholde de menneskelige og organisatoriske konsekvenser af transitionen.

Markus Bjørn Kraft, "Grib Forandringen", Gyldendal 2012, s. 15-16

Gå foran!

BRANCHESAMTALE, ENGAGEMENT OG TRANSPARENS

- ***Underbyg en dialog med samarbejdspartnere, med branchen og med andre samfundsaktører om udviklingen af byggebranchen og de rammer, vi arbejder indenfor***
- ***Mange i byggebranchen er forholdsvis lukkede om deres mål og processer***
- ***Tro på at åbenhed og dialog om løsningerne vil give mulighed for at opnå jeres målsætning***
- ***Deltage aktivt i udvalg og netværk, der potentielt kan give os indspil til egen strategi, hvor vi kan give noget tilbage til konkollegaer for at søge indflydelse på de rammer, vi arbejder indenfor og understøtte den samlede transition af branchen, så byggeriet udvikler sig generelt og nedbringer belastningen af de planetære grænser.”***



Er det de rigtige
samarbejdspartnere
vi vælger?



Kultur
æder
Strategi
til frokost



3 gode råd

1. Tænk strategisk over hvorfor, med hvem og hvordan I vil samarbejde og med hvilket formål.
2. Skab opbakning internt og eksternt - Inddrag hele organisationen og skab ejerskab til forandringerne. Lav partnerskaber eksternt.
3. Kommunikér strategien eksternt – Vi vil det gode samarbejde – og men det!

