

Underlag till inkluderingsarbete

Hur ser vårt företag på inkludering och hur jobbar vi med frågorna idag?



VILKA MÖJLIGHETER SKAPAR EN MER INKLUDERANDE REKRYTERING FÖR MEDLEMSFÖRETAGET?

VILKA MÖJLIGHETER SER DU ATT NI HAR?

VILKA UTMANINGAR SER DU ATT NI HAR?

VARFÖR HAR NI ÄNNU INTE NYTTJAT MÖJLIGHETERNA?

VEM PÅ FÖRETAGET ÄR ANSVARIG FÖR ATT NYTTJA MÖJLIGHETEN ÄNNU BÄTTRE?

Underlag till inkluderingsarbete

Hur ser vårt företag på inkludering och hur jobbar vi med frågorna idag?



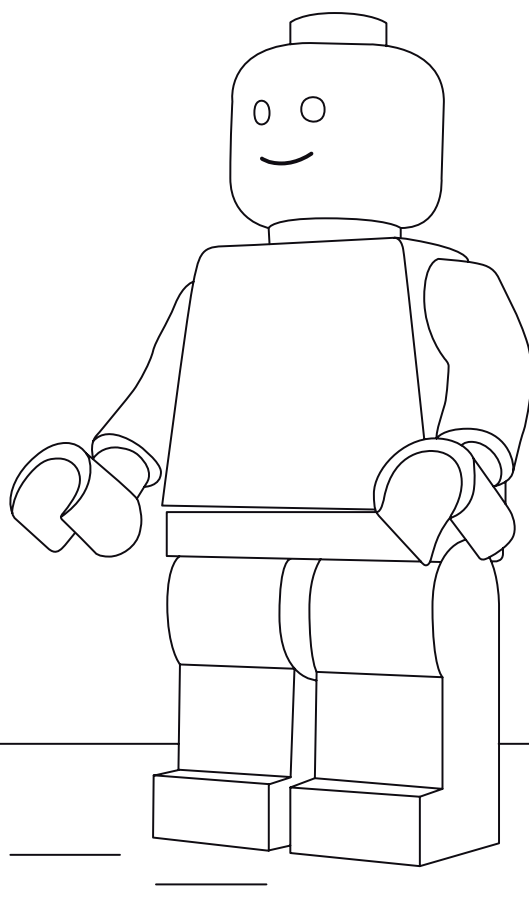
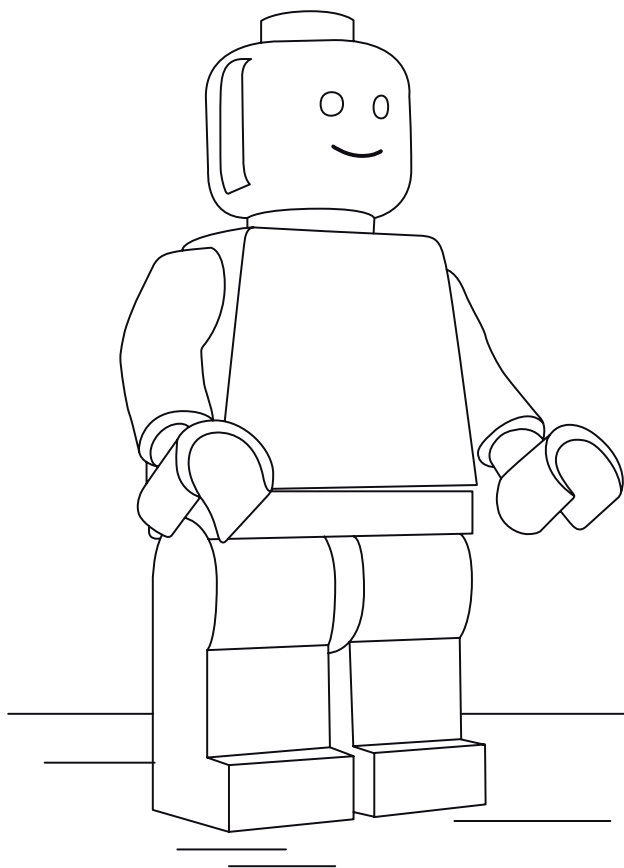
VILKA PERSONER PÅVERKAR HENS BESLUT?

VILKA RISKER OCH NACKDELAR SER NI MED PRAKTIK OCH ANDRA VERKTYG FÖR INKLUDERING?

HUR KAN DESSA RISKER MINIMERAS?

Vår framtid

Två personer möts på ett mingel. Vad vill vi att de säger till varandra om ditt företag kommer på tal?

A large speech bubble with a thick black border and a tail pointing towards the first person. Inside the bubble are four horizontal dotted lines for writing.A large speech bubble with a thick black border and a tail pointing towards the second person. Inside the bubble are four horizontal dotted lines for writing.

Vägen till framtiden

Exakt vad måste vi som företag/organisation uppnå för att medarbetarna ska säga att de arbetar för oss?



VILKEN MÄTBAR SKILLNAD HAR VI SKAPAT OM 5 ÅR?

VAD SKA VI HA UPPNÅTT OM 2 ÅR?

VAD ÄR MÅLET PÅ 9 MÅNADERS SIKT?

Det var en gång...

Storytelling – Skapa en historia om ditt företag som är värd för målgruppen att återberätta.



VEM HANDLAR HISTORIEN OM?

VEM ÄR SKURKEN?

VEM ÄR HJÄLTEN?

HJÄLTENS SPECIELLA FÖRMÅGA?

HUR FICK HJÄLTEN KÄMPA?

VAD MOTIVERADE HJÄLTEN?

DET VAR EN GÅNG...

VARJE DAG...

MEN SÅ PLÖTSLIGT...

PÅ GRUND AV DET...

PÅ GRUND AV DET...

TILLS SLUTLIGEN...

Målgrupp

Vad vet vi om målgruppen som kommer hjälpa oss att uppnå vårt mål?



I KORTHET

Foto

Namn	
Titel	
Arbetslivs- erfarenhet, år	
Antal år i nuva- rande yrke	
Utbildning	
Språk- kunskaper	
Civilstånd	
Dröm- semester	
Favorit- dryck	
Äter helst	
Bil/transport	

MEDIAVANOR

FAVORITVARUMÄRKEN?

5	
4	
3	
2	
1	

VILKA ÄR HENS VANLIGASTE MISSUPPFATTNINGAR OM INKLUDERING?

VILKEN KUNSKAP, STÖD ELLER REDSKAP BEHÖVER HEN FÖR ATT GÖRA ETT RIKTIGT BRA JOBB OCH DET VI VILL?

INCITAMENT FÖR ATT GÖRA DET VI VILL?

1	
2	
3	

MOTSTÅND MOT ATT GÖRA DET VI VILL?

1	
2	
3	

VAD MER VET VI OM HEN SOM KOMMER HJÄLPA OSS UPPNÅ VÅRT MÅL?

MOTIVERING PÅ JOBBET

Pengar	
Status	
Eget ansvar	
Personlig utveckling	
Beröm/bekräftelse	
Del av ett högre syfte	

-- Neutralt ++

PERSONLIGHET

Extrovert		Introvert
Fakta		Intuition
Tänka		Känna
Bedöma		Varse- blivning

SWOT-analys

För att nå till målet är det viktigt att veta vart du är idag och vad det finns för hinder och möjligheter på vägen.



VAD GÖR VI RIKTIGT BRA?

VAD KAN VI GÖRA BÄTTRE?

VILKA MÖJLIGHETER SER VI PÅ MARKNADEN?

VAD KAN HINDRA EN SÅDAN UTVECKLING?

SWOT-analys, del 2

På vilken nivå i företaget finns våra styrkor, svagheter, hot och möjligheter.



STYRKOR

Vad gör vi riktigt bra?	HR	Kommunikation	Ledning	Kärnverksamhet	

SVAGHETER

Vad kan vi göra bättre?	HR	Kommunikation	Ledning	Kärnverksamhet	

MÖJLIGHETER

Vilka möjligheter ser vi på marknaden?	HR	Kommunikation	Ledning	Kärnverksamhet	

HOT

Vad kan hindra en sådan utveckling?	HR	Kommunikation	Ledning	Kärnverksamhet	

Inventering av företagskultur

Så här gör vi hos oss. Diskutera om ni har samma upplevelse av kulturen.

1

KULTUR

Version 2.0

PÅ VILKET SÄTT BIDRAR VI TILL ATT GÖRA SAMHÄLLET BÄTTRE?

VÄRDERINGAR

Kärnvärde	Exempel på vad det betyder i praktiken hos oss

VAD SKA MAN GÖRA FÖR ATT BLI "MÅNADENS MEDARBETARE"?

VAD FINNS DET FÖR OSKRIVNA REGLER PÅ FÖRETAGET?

VAD ÄR STATUS HOS OSS?

1	
2	
3	
4	
5	

OM FÖRETAGET VAR EN BIL?

Bilmärke	
Modell	
Årsmodell	
Färg	
Extra-utrustning	

HUR SKILJER SIG VÅRT FÖRETAG JÄMFÖRT MED ANDRA?

	Närmaste konkurrent	Tillverkningsindustri	PR-byrå
Arbets- och övertid			
Hur vi hälsar på varandra			
Lunch			
Fika			
Möten			
Tillgänglighet Telefon och e-post			
Boka tid i varandras kalendrar			

ORGANISATION

Platt										Hierar- kisk
Kan själv										Ta in hjälp
Göra rätt										Ta initiativ
Tydlig										Otydlig
Förlåt- ande										Klan- drande
Hjälpsam										Ego- istisk

PERSONLIGHETSTYP

Expert										Gene- ralist
Lagspelare										Individ- ualist
Lugn										Energisk

VERKSAMHET

Regler										Impro- visation
Göra										Tänka
Perfek- tion										Leve- rera
Innova- tiv										Förval- tande
Långsam										Snabb

SPRÅKBRUK OCH JARGONG

Hård										Mjuk
Positiv										Negativ
Högljudd										Tyst
Kall										Varm
Grabbig										Tjejig
Fackspråk										Allmänt tal

KLÄDSTIL

Trendig										Klassisk
Enkel										Exklusiv
Förnuftig										Iögon- fallande

Utveckla företagskulturen

Att lotsa en företagskultur åt rätt håll skapar trygghet, tydlighet, riktning och driv för medarbetarna.

2

KULTUR

Version 2.0

ÖNSKAD FRAMTIDA FÖRETAGSKULTUR

SÅ SER VI UT JUST NU

Beteenden vi vill ha mer av	Beteenden vi behöver sluta med

STYRMEDEL FÖR ÖNSKADE BETEENDEN

1	
2	
3	
4	
5	

STYRMEDEL MOT OÖNSKADE BETEENDEN

1	
2	
3	
4	
5	

TIDSPLAN

Klart datum	Aktivitet	Budget		Förväntat utfall
		Tid	Pengar	

REDSKAP FÖR FRAMGÅNG

	Vd föregår med gott exempel <i>Som vd, ledning och chefer behandlar personalen, så kommer personalen att bemöta kunderna.</i>
	Vision och övergripande mål <i>Vart företaget är på väg, hur kunderna ska uppfatta företaget och vad som behöver göras för att uppnå detta.</i>
	Värderingar <i>Värderingar visar företagets synsätt och normer. De gör det enklare att samverka samt förstå eget ansvar.</i>
	Vad är bra? <i>Definiera och visa en gemensam bild av vad ett väl utfört jobb är.</i>
	Spelsystem – lika för alla <i>Visa att alla tillhör samma system och spelar på samma planhalva; exempelvis inom policy, arbetsmodeller och processer.</i>
	Symboler <i>Skapa vi-känsla genom gemensamma ritualer, högtider, färger och former. Hur firar företaget framgångar?</i>
	Idealprofiler <i>Definiera idealprofiler för olika yrkesroller. Du måste veta vilka du letar efter, var de finns och vad som lockar dem.</i>
	Urvalsmetod <i>Utvärdera potentiella medarbetare både på hur väl de kommer bidra till företagskulturen och yrkeskunskap.</i>
	Introduktion <i>Skapa ett strukturerat upplägg för att snabbt införliva den nyanställda i arbete och företagskultur.</i>
	Skriftlig rollbeskrivning <i>Hur ska den anställda bidra till företags framgång? Fokusera på mål, ansvar, mandat och resurser till förfogande.</i>
	Personalutvärdering <i>Följ upp medarbetarens prestationer. Mät både kulturell utveckling och arbetsuppgifter.</i>
	Mät framstegen <i>Hitta sätt att mäta företagets framsteg utifrån kulturell vision. Anpassa inriktningen utifrån resultaten.</i>
	Styrmedel <i>En lista med styrmedel. Hur premieras en extraordinär insats? Och vad händer om någon bryter mot företagets värderingar?</i>
	Utvecklingsplan för kulturen <i>Gör en plan för företagskulturens utveckling. Utgå från en ettårig budget och mål som är både realistiska och utmanande.</i>