



Tips från Business Region Göteborgs tillväxtprogram:

Tydliga värderingar stärker ditt företag

Det finns ett klart samband mellan stark företagskultur och hur framgångsrikt företaget är. Kulturen skapas av medarbetarnas samlade beteende och genom att styra verksamheten utifrån tydliga värderingar kan du påverka och utveckla medarbetarnas beteende. Detta har du stor nytta av vid rekrytering, medarbetarsamtal och i arbetet i ledningsgruppen.

Kännetecknande för framgångsrika tillväxtföretag är att de lägger stort fokus på värderingsstyrning och arbetet är en strategisk fråga för ägare och ledningsgrupp. Målet är att ena kraften i organisationen och det är viktigt att ledningen vågar ta beslut om vilka värderingar som styr. Gör man frågan till något som alla i organisationen får ha åsikter om är risken stor att man till slut landar i urvattnade kompromisser.



BUSINESS REGION
GÖTEBORG

Vi rekommenderar att du fördelar ansvaret för värderingsstyrningen så här:

- Formulera värderingar utifrån företagets förutsättningar – (ägare och ledning)
- Definiera vad värderingarna innebär – (ägare och ledning)
- Implementering av värderingarna – (hela organisationen)

Komplettera arbetet med värderingsstyrning med att skapa en distinkt och tydlig vision. Det är ett effektivt verktyg för att beskriva ett önskvärt framtida läge. Visionen är en tydlig bild av vad företaget strävar mot, ett bra exempel är när president Kennedy år 1962 formulerade visionen: **Let's put a man on the moon.**

Men visionen måste vara förankrad i organisationen. Den beskriver och skapar vägledning kring företagets resa och fungerar som intern drivkraft. Visionen ökar företagets attraktionskraft hos befintliga och framtida medarbetare och det är ofta effektivt att göra visionen synlig i bilder, ord eller symboler.

Detta behöver du göra:

- 1. Formulera värdegrunden***
- 2. Implementera värdegrunden***
- 3. Skapa en tydlig vision***
- 4. Implementera visionen***

1. Formulera företagets värderingar

Det här är ditt mest effektiva verktyg för att påverka och utveckla medarbetarnas beteenden. Det är ägarens eller ledningens ansvar att formulera och definiera värderingarna utifrån företagets förutsättningar. Tar du med för många medarbetare, eller låter alla vara med på en värderingsövning, är risken mycket stor att ni landar i urvattnade beskrivningar. Är värderingarna luddiga blir företagets värderingsstyrning givetvis ineffektiv.

Värdegrunden är ett språkligt verktyg som formuleras utifrån vilka beteenden som behöver korrigeras eller förstärkas i organisationen. Det är viktigt att hålla antalet värderingar till cirka tre-fyra stycken.

2. Implementera värdegrunden

Värderingarna är ett språkligt verktyg som gör att olika personer kan prata om samma sak på samma sätt. Det är därför viktigt att alla i företaget har en gemensam bild av värdegrunden och att värderingarna implementeras i hela organisationen. Värderingarna används frekvent i vardagen vid till



exempel utvecklingssamtal, rekrytering, vid konflikter eller när beslut ska tas. Det är ofta effektivt att medarbetarna får ge exempel på beteenden som är problematiska eller inte är önskvärda.

3. Skapa en tydlig vision

Att kommunicera företagets vision är ett effektivt verktyg för att göra tillväxtambitionen levande i företaget. Visionen är en visuell bild som tydligt beskriver företagets framtid, ungefär fem-tio år framåt i tiden. Ägarna och ledningen måste stå bakom visionen och den måste vara utmanande och fungera som drivkraft internt. Visionen ökar företagets attraktionskraft hos befintliga och potentiella medarbetare. Rätt formulerat signalerar visionen "vill du vara med på den här resan?". Tänk på att det kan vara bra att redan när du formulerar visionen planera för hur ni agerar när ni når det önskade läget.

Företagets vision ska skapa förmåga till tillväxt och stärka konkurrenskraften. Visionen måste peka på vad vinsten blir för gruppen och den enskilda medarbetaren. Den kan till exempel inte handla om att ägaren ska bli rik eftersom det inte motiverar personalen. Tänk istället på vad medarbetaren kan få ut av att vara med på resan, att det kan finnas spännande utmaningar eller att det kommer ge medarbetaren större möjligheter att växa och göra ett bra jobb.

En risk är att vissa medarbetare ifrågasätter visionen eftersom den ruckar på något man är nöjd med. Känslan av att "Varför? Det är ju bra som det är!" är lätt att underskatta som ledare.

Tänk på att visionen inte är en del i företagets interna marknadskommunikation.

4. Implementera visionen

Du behöver arbeta hårt med visionen i hela organisationen för att den ska bli känd och accepterad. Använd visionen som verktyg vid rekrytering och medarbetarsamtal. Basera beslut på visionen och kommunicera ofta kring den internt i vardagen.

"Analysen är tydlig,
BRG:s tillväxtprogram
gör företag mer
konkurrenskraftiga."

**Jan Fineman,
Senior analytiker på
Dun & Bradstreet**

Jobba smartare och bli mer effektiv med BRG:s tillväxtprogram!

Vi vänder oss till dig som leder ett litet eller medelstort företag i Göteborgsregionen. Vår modell baseras på aktuell forskning och många års erfarenhet. "Våra" företag är mer lönsamma än andra samtidigt som de anställer fler. Läs mer [här](#) eller boka in ett informationsmöte med en av [våra företagsrådgivare här](#).
/Dejan, Ywonne, Lotta, Mikael, Git & Karin