

## Skoskavsfrågor som stärker varumärket

Jobbvardagen är fylld av dilemman och svåra frågor. Det kan vara en kollega som luktar svett, drar sexistiska skämt eller faller rasistiska kommentarer. Vissa kollegor tar oftare och längre raster än andra. Någon lånar hem företagets utrustning utan att be om lov. Och är det okej att anlita samma leverantör privat som du använder i företaget, eftersom du får rejäla rabatter?

Ett dilemma, eller skoskavsfråga, är ett problem där det finns många svar som är mer eller mindre rätt. Genom att låta de anställda vända och vrida på frågor som är relevanta för er kan ni tillsammans bestämma vad företaget tycker är det bästa alternativet.

Genom att koppla frågorna till visionen och varumärkeslöftet får du två stora fördelar. *För det första* skapar du en tydligare organisation eftersom alla vet vad som förväntas av dem i vissa situationer. Även om en anställd aldrig har stött på just ett specifikt problem ökar chansen att de kan lösa det genom att tänka tillbaka på hur de förväntades agera i andra situationer. *För det andra* förankras varumärkesarbetet på ett konkret sätt bland personalen. Det blir mindre av en pappersprodukt och någonting som faktiskt spelar roll och kan användas i jobbet.

Du kan nöja dig med att arbeta med ett antal dilemman exempelvis på en kick-off. Det finns även många företag som arbetar med *månadens dilemma* och låter personalen föreslå aktuella problem och frågeställningar att diskutera.

### Exempel på dilemmafråga

Under en fikarast pratar en person illa om en kollega som för tillfället är föräldraledig. Till att börja med är det bara en persons klagomål, men snart stämmer fler in och tycker likadant. Det går från att vara ett skämt till att närmast likna mobbing. Vad gör du?

1. Jag säger ifrån. Det går emot både mina och företagets värderingar att göra så här.
2. Efter rasten pratar jag med personen som inledde diskussionen och försöker få den att ändra sitt beteende.
3. Jag pratar med min eller personens närmaste chef och låter den ta tag i frågan.
4. Jag gör ingenting eftersom jag inte var med i diskussionen.
5. Jag ...

### Exempel på dilemmafråga

Det är lördag. Du har precis ätit middag med några vänner och kollar telefonen medan du gör iordning efterrätten. Du ser att din chef har ringt dig fyra gånger den senaste timmen. Dessutom har du ett sms som ber dig att ringa så snart du kan. Vad gör du?

1. Ringer tillbaka direkt. Det måste vara viktigt om chefen vill ha tag i mig nu.
2. Ringer tillbaka i morgon eftersom jag inte får betalt för att vara tillgänglig dygnet runt.
3. Pratar med chefen på måndag eftersom det är en vanlig jobbdag.
4. Det här skulle aldrig hända eftersom jag alltid lämnar jobbmobilen på jobbet.
5. Jag ...

### Workshoppa med personalen

- » Dela upp personalen i grupper om fem personer. Blanda människor med olika titlar och roller för att skapa mer dynamiska och spretiga diskussioner.
- » Låt dem diskutera ett dilemma i taget. Dela ut papper med en frågeställning och fem svarsalternativ, där det femte alternativet alltid är ett fritt svar. Låt varje person i tysthet fundera på frågan innan den diskuteras i gruppen.
- » Ta sedan upp frågan i en öppen diskussion med alla anställda.
- » Avsluta med att ledningsgruppen förklarar vad de tycker det bästa svarsalternativet är – och varför de tycker så. Låt de som vill få kommentera och förklara om de håller med eller inte, och varför de tycker så.

### Tips

- » Ledningsgruppen behöver i förväg ha tagit fram ett antal frågeställningar. Ta fram frågor som är specifika och kopplade just till er. Det gör att personalen snabbare förstår frågeställningen och kan diskutera en verklig problemställning, till skillnad från någonting de inte känner igen.
- » Innan workshopen behöver ledningsgruppen ha diskuterat igenom frågorna och bestämt vad de tycker är företagets officiella svar.
- » För att visa att det finns svar som är bättre än andra kan ni poängsätta de olika alternativen (1–4 poäng). Under den avslutande diskussionen kring varje dilemma berättar ledningsgruppen vilka poäng de har gett svarsalternativen och varför de resonerade så.
- » Se till att varje fråga åtminstone har ett svarsalternativ som går i linje med visionen och varumärkeslöftet. Hur vill ni att anställda, kunder och leverantörer ska beskriva er? Vad blir då det *rätta sättet* att hantera frågan på?