

Pressrelease

Interna förändringsprocesser svenska chefers botemedel mot konjunkturedgång

Juni 2008 – 38 % av cheferna inom svenskt näringsliv anser att en ökande investering i förändringsprocesser är svaret mot en annalkande ekonomisk nedgång.

En undersökning utförd av "The Economist Intelligence Unit" (EIU), bland över 600 chefer från stora företag i Sverige, övriga Europa och USA, avslöjar deras inställning till förändringsprocesser. I undersökningen, där 60 svenska toppchefer svarade, framgår att 70 % av dem ser de planerade förändringsprocesserna som ett direkt svar mot konjunkturedgången. 38 % av svenska ledare planerar att öka investeringarna gällande förändringsprocesser de närmaste 12 månaderna, medan endast 20 % har för avsikt att minska investeringarna.

Jakten på effektivitet driver förändring

Den dominerande drivkraften bakom förändringsprocesser är enligt undersökningen ökad operativ effektivitet. 50 % av svenska chefer anser att en ökad operativ effektivitet står högst upp på agendan för deras företag. Ännu ett tecken på att lågkonjunkturen påverkar svenska företags beteende är att samma chefer anser att minska kostnader (43 %) är viktigare än att öka intäkter (38 %).

Dömda att misslyckas?

Trots ett ökande antal förändringsprocesser, tyder EIU-undersökningen på att majoriteten av dessa kommer att misslyckas. 59 % av de tillfrågade svenska cheferna anser att hälften eller färre av de förändringsprocesser de utfört under de senaste fem åren har misslyckats. De viktigaste utmaningarna för svenska företag när de genomför förändringsprocesser är att få de anställda positivt inställda till processen (52 %), överbygga bristen på support från mellanchefer (22 %) och misslyckande med att genomföra den överenskomna affärsstrategin (19 %).

Patrik Sjöstedt, ny chef för Celerant Consulting i Norden säger: – I Sverige handlar det mer om att skapa förankring och förståelse än att cheferna visar att de fullt ut står bakom förändringsprocessen. Jämfört med övriga Europa och USA är det i Sverige viktigast att peka ut en riktning och sätta milstolpar för att underlätta medarbetarnas engagemang. Lågkonjunkturen fungerar som den katalysator som så ofta behövs om du ska åstadkomma lyckad förändring som i slutändan verkligen bidrar till företagets vinst.

Ändå erkänner de flesta chefer i undersökningen att majoriteten av dessa initiativ inte fungerar. Hur ska de agera för att säkerställa att de leder en förändringsprocess framgångsrikt och når resultat?

Patrik Sjöstedt svarar: – Vår undersökning visar att företag misslyckas med utförandet för att de inte lyckas få sina anställda, på alla nivåer inom företaget, positivt inställda till förändringsprocessen. Det inträffar lätt när människor inte litat

på sina chefer eller förstår fördelarna med ett lyckat förändringsprocess. Alldeles för ofta uppfattas den istället som en ursäkt för att på sikt minska antalet anställda.

– Anledningen till att över hälften av dessa initiativ misslyckas är att de inte har klara mål redan från början och att deras syfte är att skapa förändring, inte att leverera resultat, alltför ofta genomförs ett projekt för projektets egen skull.

– För att kunna skapa förändring med ett positivt resultat, måste chefer ha ett tydligt kommunicerat mål och plan, kontinuerligt motivera sina medarbetare samt inspirera anställda med en känsla av hur viktig processen är. När ledarskap vid förändring blir allt vanligare vid den dagliga driften, är det bara de chefer och företag som på ett bra sätt kan verkställa det ledarskapet som kommer att överleva.

För ytterligare information och intervjuer, kontakta Jonas Köpniwsky, Account Manager, Comvision AB, tel. 0708-82 84 40, Iben Mollerup Skov, Marketing Manager, Celerant, tel. 0045 21 69 12 08 eller Clint Witchalls, EIU, tel. 0044-20 7576 8243.

Till redaktionen:

1. EIU intervjuade 617 toppchefer från tio Europeiska länder och USA mellan mars- april 2008. 9 % eller 60 av de svarande är från Sverige.
2. 98 % av företagen i undersökningen har årlig omsättning över 500m USD.

Om Celerant Consulting

Celerant Consulting är ett etablerat globalt managementkonsultföretag som hjälper ledande företag över hela världen att uppnå och bibehålla optimal drift och prestanda i sina verksamhetsprocesser.

Vi särskiljer oss på ett enkelt sätt – vi anser att när vi väl har löst ett problem för en uppdragsgivare, ska det vara löst för gott. Detta uppnår vi genom vårt unika arbetssätt som i alla projekt levererar mätbara resultat.

Celerant Consulting bidrog till att spara över 600m Euro åt sina kunder under förra året och under de senaste 20 åren har Celerant Consulting utvecklats till att i dag vara världens största oberoende konsultföretag för affärsutveckling, med intäkter över 110m Euro 2007.

Kärnan i Celerant Consultings arbetssätt är att konsulter arbetar sida vid sida med anställda på olika nivåer hos uppdragsgivaren för att tillförsäkra långsiktiga och mätbara förbättringar. Celerant Consulting strävar efter att långsiktiga beteendeförändringar blir en naturlig del av kundens företagskultur – nyckeln till bestående förändring på lång sikt, den arbetsmetodik som vi kallar Closework®.

Om the Economist Intelligence Unit

The Economist Intelligence Unit är företagsinformationsavdelningen hos The Economist Group, som ger ut The Economist. Genom vårt globala nätverk av ca 650 analytiker, försöker vi kontinuerligt förutse politiska, ekonomiska och affärsrelaterade förhållanden i 200 länder. Som världens ledande leverantör av landsinformation, hjälper vi chefer att ta bättre affärsbeslut genom att förse dem med punktliga, pålitliga och oberoende analyser av globala marknadstrender och affärsstrategier.

För mer information om the Economist Intelligence Unit besök www.eiu.com.