



Dyrk medarbejderne og tænk mindre på kunderne - det øger omsætningen

Vejen til et godt renommé går gennem medarbejdernes hjerte. Sådan lyder meldingen fra IMD-professor Rosa Chun, som forsker i virksomhedernes ry og rygte

Glade medarbejdere giver købelystne kunder. Sådan lyder konklusionen fra Rosa Chun, som forsker i virksomhedernes ry og rygte. Det skriver Lederne.dk.

Som en af de første forskere i verden gør Rosa Chun op med dogmet om, at kunder og medarbejdere skal have samme opfattelse af virksomheden. Det skal de ikke, siger hun. Medarbejderne skal elske den meget højere end kunderne.

Ifølge Rosa Chun er den største trussel mod en virksomheds renommé nemlig ikke konkurrenterne, men derimod mangel på stolthed, et ringe selvbillede. Det skyldes, at medarbejdernes indstilling smitter af på kunderne. I praksis sker der det, at hvis en kunde går ind i en butik og møder en anden attitude end den, han havde ventet, så justerer han sit eget indtryk efter det, han møder. Hvis han bliver betjent af en medarbejder, der har en ekstraordinær positiv attitude og som oplagt er glad for sin arbejdsplads, så smitter det af på kunden, som køber mere.

Medarbejderne skal engageres

Rosa Chun gør opmærksom på, at rigtig mange virksomheder halser rundt efter kunderne og glemmer medarbejderne. Især marketingfolk er nærmest enøjet fokuseret på at højne virksomhedernes image ude blandt kunderne, men det er en kortsigtet strategi:

”Hvis medarbejderne fx har det dårligt med deres arbejdsplads, er der udtalt sandsynlighed for, at de hævner sig på deres arbejdsgiver ved at give dårlig service til kunderne. Der er eksempler på, at personalet afskrækker kunder fra at købe noget eller ligefrem anbefaler konkurrenterne”, noterer hun.

”Der kan være mange årsager til at være tilfreds med sin arbejdsplads. En god løn, rare arbejdsforhold eller jævnlige forfremmelser, fx. Men dét, som virkelig kan differentiere den ene virksomhed fra den anden, er, om medarbejderne er følelsesmæssigt engageret. Vi ser, at når medarbejderne har investeret deres følelser i arbejdspladsen, giver de mere af sig selv og bliver længere i virksomheden.”