

Engagemang lönar sig – om du nu trodde något annat

Jag vet inte om jag behöver statistik för att bevisa en poäng. Den som varit i arbetslivet några år håller kanske med mig om att en engagerad medarbetare är värd flera oengagerade? Dessbättre är denna åsikt understödd av bland annat Gallup och Hay Group, vilka har påvisat att engagerade medarbetare är en verklig nyckel till framgång (om nu någon betvivlade detta).

Engagerade medarbetare är 43 % mer produktiva och 87 % mindre benägna att lämna ett företag. Dessutom finns det övertygande studier som visar att engagerade medarbetare har en betydligt högre motståndskraft mot utmattningsdepressioner.

Det brukar påstås att endast 31 % av de människor som arbetar i en organisation beskriver sig själva som engagerade. Som regel brukar företag försöka identifiera denna grupp med människor och lyfta dem till nyckelroller.

Vad som ofta glöms bort är vad den grupp av människorna som är längst ner på "engagemangskalan" har för effekt på verksamheten. Vad kostar de människor som aktivt eller passivt är missnöjda med sitt arbete? Låt oss borra ännu mer i vad som framkommit på det området. Gallup genomförde en undersökning med 45 000 kunder som varit i kontakt med 4 500 försäljare. Utifrån kundernas upplevelse kunde de gradera säljarna i fyra olika kategorier:

Grupp 1 – Detta var de mest engagerade säljarna. 61 % av dessa hade en tydligt positiv effekt på försäljningen mot sina kunder.

Grupp 2 – Dessa var graderade som mindre engagerade. Av dessa hade 40 % en positiv effekt på försäljningen mot sina kunder.

Grupp 3 – Dessa var ännu längre ner på skalan avseende engagemang. Endast 20 % av dem hade en positiv effekt på försäljningen mot sina kunder.

Grupp 4 – Denna grupp bestod av de minst engagerade av säljarna. Dessa hade en negativ effekt på kunderna. Omräknat i förlorad försäljning och "bad will" visade det sig att var och en av dessa negativa säljare skapade en långsiktig förlust på 200 000 sek per person.

Grovt omräknat kan det uttryckas som att **det bristande engagemanget hos säljarna i Grupp 4 var mer kostsamt än vad de resterande gruppernas engagemang var lönsamt.** Så om du någonsin har tvivlat: engagemang lönar sig.