

# Etikos genopfinder konsulentbranchen med ny service



Hvordan sikrer man som konsulent, at den udvikling, man sætter i gang hos kunden, ikke standser, når man lukker døren bag sig? Den udfordring tog konsulentvirksomheden Etikos op. Løsningen blev et digitalt spil, der er så fleksibelt og individuelt tilpasseligt, at det kan sikre, at den gode forandringsproces fortsætter i organisationen. Det nye produkt på hylden giver Etikos' kunder større kvalitet og samtidig giver det Etikos luft til vækst og udvikling.

Ideen til det digitale spil Dilemmaspillet udsprang af en frustration. En frustration over, at der altid er en risiko for, at den gode proces, man som konsulent har startet og haft under kontrol hos kunden, stopper, når konsulenten forlader organisationen. Og at kunden derfor ikke oplever, konsulenten har leveret en god og bæredygtig service men en omgang varm luft.



– Konsulentbranchen er typisk kendetegnet ved, at der hos kunden er en konsulent til stede, som underviser, faciliterer, analyserer eller rådgiver. Det er altid ansigt-til-ansigt-tid, man sælger. Og det sætter sine

begrænsninger for vækst og udvikling i en konsulentvirksomhed, for man har jo kun de timer, man har. Den eneste måde at skabe vækst i sådan en virksomhed er derfor at ansætte flere hoveder, for så har du flere timer at gøre godt med, påpeger Etikos' ejer Christina Busk:

Dilemmaspillet er for Etikos en måde at levere et kvalitetsprodukt, der udvikler kundevirksomhederne, men som ikke kræver nær så meget ansigt-til-ansigt-tid, som konsulentvirksomheden ellers ville bruge.

– Det gør, at vi kan skabe kvalitet for kunderne og omsætning uden nødvendigvis at være hos kunden. Det giver os en frihed til at udvikle eksisterende og nye produkter, så vi hele tiden kan

forbedre os og konstant levere et bedre produkt og mere værdi til kunden, siger Christina Busk.

## FRA ULÆSTE PJECE TIL DIGITAL INVOLVERING

Når en organisation udvikler et nyt værdigrundlag, havner der ifølge Christina Busk oftest blot på et stykke papir i en skuffe, og

### » FAKTA

**Dilemmaspillet** stiller en række dilemmaer op, som medarbejderne skal se sig selv i og reagere på ud fra organisationens definerede værdier. Når medarbejderen har taget en beslutning, gives der en umiddelbar respons på, hvilken værdi valget lægger sig op ad.

Tilbagemeldingen sætter hos medarbejderen en refleksion i gang om organisationens værdier i relation til individet eller gruppen, og det kan lede frem til en samtale med ens leder om, hvordan man på bedste vis bruger og forholder sig til organisationens værdier i sit daglige arbejde. Dilemmaerne og svarmulighederne er bearbejdet af [Etikos](#) og udviklet specifikt til den givne organisation på baggrund af en analyse af dennes værdier, strategi og behov.

I samarbejde med [Alexandra Institutet](#) opbyggedes en web-baseret platform udviklet med udgangspunkt i moderne web-teknologier og responsivt design, for at tilpasse sig forskellige skærmstørrelser som f.eks. desktop, tablet eller mobil.

Etikos Etisk kvalitet



det bliver aldrig hevet frem igen. Etikos tog derfor handsken op og stillede spørgsmålet: Hvordan får man et værdigrundlag implementeret så effektivt, at det forplanter sig i organisationens måde at arbejde på?

– Normalt ville en organisation få trykt pjecer, afholde læringsdage for alle medarbejdere og sætte et enormt kursusapparat i gang for at implementere et nyt værdigrundlag. Vi har forsøgt at lave et redskab, som er så nemt tilgængeligt og kan planlægges ind i den enkelte arbejdsdag, så hele organisationer ikke bliver lagt ned, når noget så stort skal implementeres.

Tilbagemeldingerne fra organisationer, der har benyttet spillet, har indtil videre været rigtig god, fortæller Christina Busk:

– Vi opnår de resultater, vi havde håbet på, og spillet sætter faktisk nogle refleksioner i gang hos medarbejderne. Effekten er mere bevidsthed i situationer, hvor man skal træffe et valg, og så bibringer spillet også den enkelte medarbejder en større klarhed om egen rolle og ansvar i organisationen. Lige nu er metoden ret ny på markedet, og vante konsulentkunder skal lige forstå, hvad det nu er for en proces, de siger ja til, før de køber. Men på sigt forventer Christina Busk, at 'varen' bliver lettere at sælge end den traditionelle konsulentydelse, da den nye service har nogle styrker, som den klassiske ydelse ikke har:

– Jeg ser det som et mere effektivt redskab. Når man har en stor organisation på 2-3000 ansatte, kan implementeringen af et værdigrundlag synes som en uoverstigelig opgave, og at det kan vare flere år, inden alle har forholdt sig til det. Og hvornår ved man så, at de rent faktisk har gjort det? Det gør man med vores redskab.

## ETIKOS' OPSKRIFT PÅ SUCCESFULD SERVICEINNOVATION:

- Tag et helikopterperspektiv på den branche, du er i og stil spørgsmål som: Hvor står branchen nu? Hvor ligger dens udfordringer? Hvor kan kvalitetskæden hoppe af? Hvilke behov vil blive aktiveret i fremtiden?
- Når man har startet en udviklingsproces, er det vigtigt at huske at have sig selv med i den og hele huske på, hvorfor man gik den vej, man gjorde og hvad det langsigtede perspektiv er i at lægge energi i udvikling fremfor at drifte og tjene penge her og nu.
- Det er vigtigt at inddrage brugerne i processen. Vi har hele tiden haft vores produkt derude, hvor det i sidste ende skal give værdi, og det har givet os rigtig meget god viden om, hvordan vi skulle forme det.
- Opsøg videnmiljøer og hent viden ind i projektet. Vi fik gennem støtteprogrammet Genvej til ny viden kontakt til en forsker, der arbejder meget specifikt med spilmekanismer, og han har hjulpet os med at opnå størst mulig effekt med vores produkt.

### » OM INNOVATIONSNETVÆRK SERVICE PLATFORM

Innovationsnetværk Service Platform samler virksomheder og forskere med det mål at styrke innovationskraften og dermed væksten i serviceerhvervene.

Netværket arbejder for at øge videndeling og samarbejde mellem virksomheder, videninstitutioner og andre netværk i og uden for landets grænser.

info@serviceplatform.dk  
www.serviceplatform.dk