

POTENTIALBAROMETERN 2017: SVENSKA BOLAG KASTAR BORT KOMPETENS

–Många företag tror att de tar hand om medarbetarnas potential på ett genomtänkt sätt. Därför lurar de sig själva, både när de anställer eller ska vidareutveckla de förmågor som redan finns i verksamheten. Det visas tydligt i Potentialbarometern och det betyder att organisationerna kastar bort kompetens utan att förstå att de gör det, säger Marika Skärvik, vd för PerformancePotential som lanserat undersökningen Potentialbarometern.

Avsikten med Potentialbarometern, som kommer att genomföras varje år, är att kartlägga hur innovativa svenska företag och organisationer är när det gäller utveckling av kompetens och potential hos chefer och medarbetare. Potentialbarometern undersöker trender kring användningen av moderna metoder för matchning och rekrytering och hur konkurrensförmåga och proaktivitet utvecklas i en allt mer snabbväxande värld. I den första undersökningen under våren 2017, deltog drygt 100 chefer från publika och offentliga verksamheter i olika storlekar och inom olika branscher.

–Väldigt få svenska företag och organisationer använder moderna metoder för att långsiktigt tillvarata potential och kompetens. Cheferna saknar verktyg för att se till att matchningen blir den rätta mellan organisationens kultur och medarbetaren – eller den blivande medarbetarens – värderingar. Då får varken personer med erfarenhet och bakgrund som ligger utanför organisationens etablerade normer, eller dem som man faktiskt tror sig veta något om, en objektiv möjlighet till anställning eller utveckling, enligt Marika Skärvik.

Potentialbarometern visar att fokus vid en rekrytering ofta ligger på den egna subjektiva uppfattningen om en individs förmåga och kapacitet och på chefens förmåga och ansvar. Värderingar är, enligt 60 procent av de svarande, den viktigaste parametern för urvalet när man ska anställa någon.

–Problemet är att man vid intervjun antingen ställer en direkt fråga om individens värderingar, eller helt enkelt kommunicerar sina redan förutbestämda värderingar som man förväntar sig få accept på. Eftersom de metoder som används i allt väsentligt baseras på vad människor då väljer att svara, är det väldigt svårt att säkerställa kvaliteten. Matchningen mellan verksamhetens behov och kultur och individernas värderingar och potential blir helt enkelt väldigt godtycklig, säger Marika Skärvik.

För ytterligare information om Potentialbarometern och om Performance Potentials erbjudande, vänligen kontakta:

Marika Skärvik, vd PerformancePotential:
marika.skarvik@performancepotential.se, telefon 070-88 38 333.

Lina Leifsdotter, Marknadsansvarig PerformancePotential,
lina.leifsdotter@performancepotential.se, telefon 070-74 24 125.

Om PerformancePotential

Vi levererar Potential Management för den professionella världen. Via vår Preferensanalys™, matchar vi VerksamhetensDNA™ med individers ArbetsrelateratDNA™ för att skapa tydliga förutsättningar för hur en organisation och person kan bli mer framgångsrika och produktiva tillsammans. Vårt verktyg ökar kundnytta, prestation och produktivitet, och används i kretsloppet för Affären, Medarbetarna och Kompetenspusslet. Vi säkerställer att organisationer nyttjar sin potential till fullo. Mer information på: www.performancepotential.se.

POTENTIALBAROMETERN 2017

Hela undersökningen finns bifogad i mailet. Nedan hittar du några utvalda frågor och svar:

Vilket verktyg eller metod använder ni främst för att ta tillvara på potentialen hos medarbetarna i organisationen?

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | Genom utvecklingssamtal | 50% |
| 2 | Chefen är ansvarig | 22% |
| 3 | Interna utvecklingsprogram | 18% |
| 4 | Verktyg som mäter medarbetarnas preferenser (individens prioriteringar och ageranden) | 10% |

Vilka är de största utmaningarna för att ta tillvara på potential? (flervalsmöjlighet)

| | | |
|---|-------------------------------|-----|
| 1 | Ingen tydlig struktur | 48% |
| 2 | Bristande tid | 36% |
| 3 | Svårt att definiera potential | 33% |
| 4 | Förändringar sker för snabbt | 16% |
| 5 | Annat | 10% |

Hur tar ni reda på kandidatens värderingar vid rekrytering?

| | | |
|---|--|-----|
| 1 | Genom att fråga om kandidatens värderingar | 38% |
| 2 | Genom att beskriva verksamhetens värderingar och få accept | 28% |
| 3 | Genom att tyda detta från olika typer av personlighetstester | 20% |
| 4 | Genom någon form av forskningsbaserad validering | 13% |
| 5 | Genom att tyda detta från andra typer av personlighetstester | 1% |

Vilka metoder använder ni för att ta reda på kandidatens preferenser (individens prioriteringar och ageranden)?

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | Genom att fråga kandidaten | 50% |
| 2 | Genom att tyda detta från olika typer av personlighetstester | 35% |
| 3 | Genom redan känd erfarenhet | 8% |
| 4 | Vi tittar inte specifikt på preferenser (individens prioriteringar och ageranden) | 8% |