

De gode historier fortælles af stolte og tilfredse medarbejdere

Kan styrkelse af arbejdsmiljøet ruste virksomheders og organisationers konkurrenceevne? I en tid, hvor der, grundet mangel på arbejdsdygtige ressourcer, er stor fokus på rekruttering, fastholdelse og virksomheders sociale ansvar overfor medarbejdere, lokal samfund og omverdenen, er der mange faktorer ud over virksomhedens og organisationens egentlige produkt, service eller ydelse, der har indvirkning på image og konkurrenceevne. Hvorfor ikke lade medarbejdernes trivsel og gode psykiske arbejdsmiljø være en af disse faktorer?

De riges privilegier

Etik og moral er kommet på den politiske forbrugers dagsorden. Derfor efterspørges produkter og ydelser, som har en bæredygtig historie. Vi ønsker ikke varer, der er produceret uden hensynstagen til miljø og produktionsmetoder. Således kan vi som forbruger for eksempel ikke stå inde for dårlige og uetiske medarbejderforhold - hverken her i landet eller i de typiske produktionslande.

Ét er at virksomhederne således må arbejde med at agere socialt ansvarligt, men det næste er at kommunikere om det. Her får medarbejderne en ny central rolle for virksomheden. Social ansvarlighed klinger hult, hvis det bliver kommunikeret gennem reklamer og pressemeddelelser. Mund til mund fortællingerne gennem sociale netværker er langt mere troværdige og derfor mere effektive for den kommunikerende virksomhed. Man kan sige, at medarbejderne bliver virksomhedens ambassadører ud ad til og talerør til omverdenen. Ansvarligheden rummer derfor også ansvaret for medarbejdernes arbejdsforhold, udviklingsmuligheder og trivsel. De gode historier fortælles af stolte og tilfredse medarbejdere.

I dette perspektiv kan styrkelse af det gode arbejdsmiljø i sidste ende også ses som en god investering i forhold til konkurrenceevne og bedre bundlinjeresultater.

Læs mere om CSR, arbejdsmiljø og viral markedsføring i dette nyhedsbrev.

God læselyst