



HR

2019-04-12 08:16 CEST

Värderingar – vägvisare i vardagen

Rättesnören och vägvisare – så beskrivs ofta "poängen" med ett företags värderingar. För att nå dit gäller det att involvera alla medarbetare – och ständigt kunna visa hur värderingarna är en del av vardagen.

Med rättesnöre menas att CMP:s värderingar kan visa hur medarbetare ska bemöta varandra, kunder, leverantörer och andra affärspartner.

- Värderingarna ska dessutom ge vägledning i pressande situationer, underlätta beslutfattande och bidra till ökad effektivitet – att vi kort sagt

behandlar varandra korrekt och agerar rätt för att nå våra mål, poängterar Pia From Jeppesen, CHRO inom CMP.

Involvera alla

Startskottet i CMP:s värderingsprocess gick redan för några år sedan och var en del av arbetet som gjordes kring företagets vision och mission. Det resulterade i att nio värderingar formulerades.

- Vision och mission visar vart vi ska nå medan värderingarna anger hur detta ska göras, påminner Pia From Jeppesen. För att förenkla och tydliggöra vårt rättesnöre har de nio värderingarna sedan dess blivit tre – detta via ett arbete alla involverats i för att få ett brett ägarskap redan från början.

De tre värderingar arbetet resulterade i är Respekt, Ambition och Gemenskap. Orden växte fram i en process, som främst handlade om att synliggöra det som redan fanns i CMP.

- Man kan säga att vi utgått från vårt existerande DNA. Alltså identifierat grundläggande synsätt, uppfattningar i företaget som alla kan känna att de är en del av, men samtidigt gjort detta med en framtidsblick för att förbli konkurrenskraftiga.

- Exempelvis märkte vi hur stark känslan av gemenskap är bland medarbetarna, vilket gjorde det naturligt att också låta det prägla värderingarna. I CMP är det många som har sina familjemedlemmar som arbetskamrater, fortsätter hon. Det gör att gemenskapen får extra stor betydelse. Vi visar respekt för varandra, för varandras arbetsuppgifter, för våra kunder, för miljön m.m. Vi är ambitiösa, vi är redo för förändringar och vågar välja nya vägar för att vara nummer ett i branschen.

Det praktiska arbetet gjordes via flera workshops i samband med CMP:s Dialogmöten. Dessa möten hålls två gånger per år, alltid med olika teman på agendan.

- Förutom att ta fram och formulera värderingsorden lade vi också mycket kraft på att levandegöra dem. Det gjordes bland annat via "cases" där deltagarna fick omsätta värderingarna i vardagssituationer, tolka hur de borde användas, men även diskutera vilka dilemman eller avvägningar som

behövde göras.

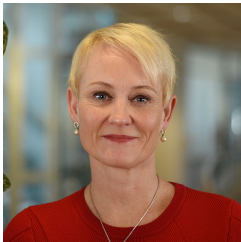
Ett annorlunda grepp var att alla fick visualisera vårt grundläggande ändamål med verksamheten genom att bygga det i Lego – en process där idéerna och fantasin flödade fritt och där Respekt, Ambition och Gemenskap förvandlades till kreativa figurer och skulpturer.

Känsla av gemenskap

Även om värderingarna är på plats är inte arbetet med dem avslutat. Tvärtom. Att ständigt levandegöra orden är nyckeln till de blir en tydlig och naturlig del i det dagliga arbetet.

- Det görs 2019 genom att ha ämnet på dagordningen bland våra driftledare samt via fortsatta diskussioner i CMP:s företagsledning. Liksom tidigare år fångar vi också upp värderingarna vid kommande Dialogmöten, säger Pia From Jeppesen.

Kontaktpersoner



Ulrika Prytz Rugfelt

Presskontakt

Chief Communications & Sustainability Officer

ulrika.prytz@cmport.com

+46 70 252 00 98