

Rezponz A/S

Rezponz A/S blev grundlagt tilbage i 2002 af den ene af de tre nuværende partnere. Fra firmaets start var traditionel telemarketing den primære opgave, som de løste for deres kunder, men Rezponz A/S har siden ændret fokus, så man i dag hjælper større virksomheder med deres kundeservice, som de har valgt at outsource.

CASE: Rezponz A/S ønsker at få foretaget en intern medarbejderundersøgelse, som skal give et indblik i, hvordan den nuværende organisation definerer virksomhedens kerneværdi "ordentlighed". Dette skal ske med udgangspunkt i et større antropologisk studie, som efterfølgende skal analyseres. Herefter skal teamet præsentere Rezponz A/S for den fremtidige definition på kerneværdien og udarbejde en handlingsplan for, hvordan et Code-of-Conduct skal udarbejdes på området.

OVERVIEW

Virksomhed	Rezponz A/S
Lokation	Kristinevej 2, 9000 Aalborg
Kontaktperson	John Stellan (Partner) & Line Elsberg (HR og rekrutteringsansvarlig)

VIRKSOMHEDEN

Rezponz A/S (herefter Rezponz) blev grundlagt i 2002 af den ene af de tre nuværende partnere, Annette Koch Byrdal, som havde en del erfaring fra lignende virksomheder, som var hovedårsagen til at hun ønskede at starte sit eget. I 2003 kom John Stellan ind som partner i virksomheden, og skulle være med til at styrke ejerkredsen, og i 2023 blev Jonas Gjerløv Bendtsen tilknyttet partnerkredsen.

Rezponz havde fra starten valgt at fokusere på at arbejde med traditionel telemarketing, som var den primære ydelse at kunne tilbyde til deres kunder. Der har dog det seneste årti været et opbrud med den klassiske måde at arbejde med telemarketing på, idet at der ses et voksende behov fra kunderne om assistance til den gode kundeservice. Dette kundebehov skabte en ny forretningsmodel for Rezponz, som begyndte at fokusere mere på at centrere sig om at levere den bedste kundeservice for deres kunder.

Rezponz har qua deres arbejdsmæssige strukturændring formået at få kunder som; NRGi, Telenor, Norlys mf. hvor virksomheden varetager førnævnte virksomheders kundeservice gennem Rezponz.

Rezponz arbejder ud fra et værdisæt om, at de altid skal være ordentlige, målrettede og hjælpsomme. Dette sker via en åben og nysgerrig arbejdstilgang at løse opgaverne på. Rezponz har de seneste mange år arbejdet intenst med at blive Danmarks fortrukne kundeserviceleverandør.

Alene fra 2019 og frem til 2023 (regnskabsår) har Rezponz fordoblet både deres bruttofortjeneste (58 millioner – 130 millioner) og medarbejderantal (164-340). Særligt den organisatoriske vækst har gjort, at Rezponz længe har kørt med et klart og simpelt værdisæt, som alle medarbejdere skal efterleve. Dette værdisæt er blevet forankret fra ledelsen til de resterende ansatte igennem årene.

CASE BESKRIVELSE

Rezponz ønsker at få foretaget en dybdegående organisatorisk undersøgelse, som skal være med til at sikre en fælles forståelse og evt. ændring af virksomhedens nuværende kerneværdi "ordentlighed". Man ønsker at få en forståelse for, hvordan narrativet om værdien er blandt de ansatte i Rezponz, og om den skal styrkes/ændres på baggrund af de ansattes ønsker og holdninger. Formålet er at sikre en fælles intern forståelse, som fremadrettet kan bruges i rekrutteringen kombineret med den eksterne fortælling om Rezponz værdier til nuværende såvel som nye samarbejdspartnere.

Teamet skal i den indledende fase starte med at få kortlagt den nuværende definition af kerneværdien "ordentlighed", og hvordan denne værdi bruges internt såvel som eksternt. Efterfølgende skal der brainstormes på, hvordan teamets undersøgelsesdesign og dataindsamlingsmetoder skal foregå under projektet, og hvad dette skal indeholde. Der er grobund for at kunne samle en større mængde data ind grundet virksomhedens organisatoriske størrelse, hvilket også er nødvendigt for Rezponz, at der bliver gjort for at sikre den fornødne repræsentativitet til projektet. Teamet afslutter med at præsentere deres undersøgelsesdesign og indhold til relevante personer for Rezponz for at sikre alignment og godkendelse.

Når designet samt indholdet er godkendt, skal teamet begynde at udarbejde deres dataindsamlingsmetoder, så de kan deles til Rezponz ansatte. Grundet projektets tidshorisont på 8 uger, er det vigtigt at teamet kan have et kritisk mindset til deres arbejde, da der nødvendigvis ikke er en mulighed for at starte forfra i dataindsamlingen, hvis der er fejl i indholdet. Rezponz kan hjælpe med at dele teamets dataindsamlingsmetoder (kvantitativt) på virksomhedens egne platforme.

I takt med at teamet får indsamlet data, skal dette data bearbejdes i henhold til projektets ønskede output. Baseret ud fra undersøgelsen, skal teamet begynde at finde de resultater, som er med til at kunne understøtte Rezponz ønske om at få en klar forståelse for, hvordan den nuværende organisation beskriver kerneværdien "ordentlighed". Teamet skal tage en vurdering af, om hvorvidt deres undersøgelse (kvantitativt) skal understøttes af mulige afdelings- eller personbaseret interview for at styrke projekternes resultater og indsigter.

Afslutningsvis skal teamet præsentere deres resultater for Rezponz og give dem et indblik i undersøgelsen, og hvilken "ny" mulig definition af kerneværdien, som skal benyttes fremadrettet. Teamet skal ligeledes også præsentere de blind-spots, som de har fundet, som virksomheden ikke var opmærksom på og give anbefalinger til, hvordan kerneværdien skal forankres organisatorisk. Derudover skal der laves en handlingsplan for, hvordan et Code-of-Conduct på området kan laves og bruges internt såvel som eksternt.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. **Fase: Onboarding og fastlæggelse af overordnet målsætninger**
 - 0.1 Virksomheden og teamet gennemgår dokumentet "den gode onboarding" som LEAD THE TALENT sender til Rezponz og kandidaterne. Herefter laves der en samlet plan for

den generelle onboarding

1. FASE: Kortlægning af den nuværende definition af "ordentlighed" samt brainstorm på dataindsamlingsmetoder

- 1.1 Teamet skal indledningsvis i samarbejde med Rezponz kortlægge den nuværende definition på kerneværdien "ordentlighed"
 - 1.1.1 Hvordan kommer værdien til udtryk internt?
 - 1.1.2 Hvordan kommer værdien til udtryk eksternt?
- 1.2 Med afsæt i den nuværende definition af kerneværdien skal teamet begynde at brainstorme på, hvordan de vil indsamle data til deres kvantitative og kvalitative undersøgelsesdesign
 - 1.2.1 Teamet kommer til at skulle indsamle data på muligt 300+ medarbejdere, hvorfor dette skal være med i deres overvejelse om, hvordan den indsamles
 - 1.2.2 Hvilke undersøgelsesmetoder vil teamet bruge?
 - 1.2.2.1 Spørgeskemaundersøgelse?
 - 1.2.2.2 Gruppeinterview?
 - 1.2.2.3 Duointerview?
 - 1.2.2.4 Personligt interview?
 - 1.2.2.5 Skal undersøgelsen foregå afdelingsbaseret?
 - 1.2.2.6 Andet
- 1.3 Hvordan vil teamet skabe den rette fortælling om undersøgelsen?
 - 1.3.1 Det er vigtigt for Rezponz, at undersøgelsen ikke kommer til at skabe misforståelser internt
- 1.4 Teamet skal lave nogle forskellige indholdsmæssige udkast på, hvordan deres undersøgelsesdesign kunne se ud
- 1.5 Teamet afslutter med at præsentere deres analyse fra fase 1 til relevante personer for Rezponz

2. FASE: Udarbejdelse af dataindsamlingsmetoder samt facilitering af undersøgelsesdesign

- 2.1 Med afsæt i teamets og Rezponz valg af dataindsamlingsmetoder, skal teamet herefter begynde at udarbejde deres undersøgelsesdesign, som kan bruges i analysen
 - 2.1.1 Det er vigtigt at teamet har fuldstændig styr på deres indsamlingsmetoder, da tiden er begrænset til projektet, og det derfor vil vanskeliggøre de resterende fasers arbejde, hvis man skal lave en ny deling
- 2.2 Teamet vil i samarbejde med Rezponz facilitere teamets undersøgelsesdesign internt
 - 2.2.1 Her vil der især kunne hjælpes med at sende en mulig spørgeskemaundersøgelse ud via deres interne platform
- 2.3 Teamet skal ligeledes vurdere, hvordan (og hvis) de ønsker at tilgå kvalitativ data, hvordan det skal foregå?
 - 2.3.1 Skal deres laves interview på baggrund af resultaterne fra det kvantitative studie?
 - 2.3.2 Skal det laves sideløbende med det kvantitative studie?
 - 2.3.3 Hvad skal formålet være med den kvalitative undersøgelse?
 - 2.3.3.1 Hvordan skal den understøtte projektets analyse?



- 2.4 Teamet skal ligeledes vurdere, hvornår de mener, at der er skabt høj nok repræsentativitet ved deres undersøgelser til at kunne begynde at udforme resultater

3. FASE: Analysering af indsamlet data

- 3.1 I takt med at teamet får indsamlet data, skal denne data behandles med udgangspunkt i deres dataplan fra fase 1.5
- 3.1.1 I det at der vil kunne forekomme større datasæt, vil det være fordelagtigt for teamet, at de kontinuerligt behandler på den indsamlede data og ikke venter til en bestemt skæringsdato. Dette vil også minimere arbejds- og tidsspild
- 3.2 Teamet begynder at analysere, hvilke resultater som de finder, og som er med til at understøtte projektets hovedformål
- 3.3 Teamet skal på baggrund af deres data vurdere, om de ønsker at styrke deres undersøgelsesdesign med kvalitativ dataindsamling, som tager udgangspunkt i det kvantitative jf. fase 2.3

4. Præsentation af teamets indsigter og resultater samt udarbejdelse af handlingsplan for udarbejdelse af en Code-of-Conduct baseret på analysen

- 4.1 Teamet præsenterer deres indsigter og resultater fra fase 2 og 3
- 4.1.1 Ud fra indsigterne præsenterer teamet den "nye" definition på kerneværdien ordentlighed, som er skabt ud fra medarbejdernes syn og holdninger
- 4.1.1.1 Hvad indeholder den?
- 4.1.1.2 Hvilke områder anbefaler teamet at Rezponz skal handle på?
- 4.1.1.3 Hvilke nye implementeringer skal Rezponz foretage?
- 4.1.1.4 Hvordan sikre ledelsen at det "nye" værdisæt kan forankres bedst muligt internt i organisationen?
- 4.2 Teamet udarbejder en handlingsplan for, hvordan en Code-of-Conduct kan udarbejdes, og hvilke opgaver der ligger forude for at kunne realisere denne

ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med

- ✓ Intern analyse af de ansattes syn på Rezponz værdi; "Ordentlighed"
- ✓ Udarbejdelse af det interne værdisæt baseret på analysen
- ✓ Strategisk anbefaling til implementering og forankring af værdisættet internt i organisationen
- ✓ Handlingsplan for udarbejdelse af et "Code of Conduct" på området baseret på teamets analyse

RELEVANTE KOMPETENCER

- ✓ HR, Organisation, Forandringsledelse
- ✓ Kultur, Kulturledelse
- ✓ Dataindsamling, Datahåndtering, Dataanalyse



LEAD THE
TALENT

- ✓ Kommunikation, Formidling
- ✓ Innovation, Intern forretningsudvikling
- ✓ Projektledelse

TALENTPROFIL

Brænder du for data, HR, organisationstrivsel og forandringsledelse, så har du mulighed for at indsamle, analysere og forankre resultater og værdisæt i en anerkendt Aalborgensisk virksomhed.

Rezponz er på udkig efter et open-minded og nysgerrigt team, som kan jonglere med et stort kvalitativt og kvantitativt datasæt, som efterfølgende skal analyseres og forankres til strategiske værdisæt. Man vil blive del af en dynamisk organisation, hvor interaktioner og kommunikation er i højsæde.

Det er vigtigt at man kan se sig selv i projektet, og har et detaljeorienteret og proaktivt arbejdsmindset, da det er grundforudsætninger for at kunne skabe brugbare resultater for projektet og virksomheden. Ydermere skal man kunne analysere data og udfærdige konkrete implementeringsforslag for virksomheden.

Teamet kommer til at blive suppleret med sparring fra virksomhedens nuværende HR-afdeling på det operationelle dag-til-dag niveau, hvor John Stellan kommer til at involvere sig i projektets overordnet helhed, og bistår med sparring og hjælp ved teamets løbende delpræsentationer af resultater.

Teamet vil blive del af en organisation, hvor man arbejder med "ordentlighed", både hvad angår interne såvel som eksterne arbejdsretningslinjer. Det vil i samme ombæring være teamet, som kommer til at være med til at definere og nedskrive "ordentligheds" værdisættet 2.0 ud fra en organisation med +300 medarbejdere.

Teamet vil få tildelt deres eget mødelokale under hele projektet.