



# OUTPLACEMENT

En del av Employer Branding

9 bästa outplacement tipsen

## 9 BÄSTA OUTPLACEMENT TIPSEN

Jag hjälper uppsagda medarbetare vidare samtidigt som jag stöttar företaget i förändringen, allt i ett långsiktigt Employer Branding tänk.

Har coachat ca 1200 pers i förflyttning, arbetar lösningsfokuserat och situations anpassat. Verktygslådan är full av erfarenheter, metoder, kontakter och kunskaper som kommer väl till pass i jakten på den bästa avgångspresenten: ett nytt jobb.

Här är mina grundläggande tips för en lyckad outplacement:

# 1: DET STARTAR REDAN VID ANSTÄLLNINGEN

De flesta företag har strukturerade "intron", förankrade i någon form av personalpolicy men hur många har lika tydliga rutiner vid "outtron" och avslut? Vet medarbetarna hur arbetsgivaren agerar vid en arbetsbrist? Vet man vad som gäller vid personalförändringar?

Jag har hjälpt företag att förflytta ut personal i snart 10 år och min uppfattning är att det inte alls är lika självklart med tydliga rutiner vid arbetsbrist, som det är att ge nyanställda vettiga introduktioner.

## 2: FÖRANKRA RUTINER

Idag är det viktigt med ett starkt EVP (Employer Value Proposition) för att attrahera och rekrytera rätt kompetens. För kandidater är det även viktigt med flexibilitet och rörelse på arbetsmarknaden. Utifrån dessa premisser bör företag redan i sitt EVP kunna informera kandidater om hur deras arbetsbristrutin ser ut.

En tydlig rutin är alltså till nytta för både kandidater och medarbetare, det stärker möjligheterna att rekrytera rätt personal.

### 3: SKAPA EN LÅNGSIKTIG KÄNSLA

Jag har träffat massor med uppsagda medarbetare som i sak förstår VARFÖR de blivit uppsagda men de är besvikna på HUR de fick besked och HUR de behandlades. De som lämnar företaget bittra, utan känsla av att de behandlats värdigt kommer att må dåligt, prata ner företaget, varna andra och ta med sig ett trist "bagage" till nästa jobb.

Vi glömmar ofta vad som sades och vad som gjordes men vi glömmar aldrig känslan vi kände i en viss situation.

## 4: FÖRHANDLA INTE MED TID

Lång uppsägningstid föder passivitet. Det gör att man skjuter upp sitt jobbsökande vilket i sin tur resulterar i att man över tid blir "kall" på arbetsmarknaden.

När det gäller att finna ett nytt jobb så ÄR praktiska insatser mycket effektivare än flera månaders ledighet i tid.

Istället för att förhandla om längre uppsägningstid så kan företaget t ex istället bekosta ett personligt outplacementprogram, en utbildning eller liknande till ett värde av X antal månadslöner.

## 5: ARBETSBEFRIA MED AVRÄKNINGSFRI LÖN

Oavsett hur lång uppsägningstiden blir, OM det finns möjlighet att arbetsbefria personen under uppsägningstiden så är det önskvärt att den (ur ett "skaffa nytt jobb" perspektiv) även blir avräkningsfri.

Det behövs motivatorer för aktiva insatser som motverkar passivitet. Möjligheten att under en viss tid, när man fått ett nytt jobb, erhålla dubbel lön kan vara just en sådan motivator. Pengar är trots all en hyfsat pålitlig drivkraft.

## 6: LÅT MEDARBETAREN VÄLJA SIN RÅDGIVARE

Företaget brukar agera inköpare, de gör oftast valet av leverantör av OP-programmet åt de berörda. Människor brukar dock inte uppskatta när någon annan säger: JAG vet precis vad DU behöver. Mitt råd är att man låter medarbetaren träffa några rådgivare och därefter gör de valet.

En av grunderna för ett lyckat OP-program är att man "klickar" med sin rådgivare, att denne förstår behoven och kan "svara" dessa. Detta säkerställs i det tidiga mötet mellan rådgivare och medarbetare.



## 7: LÅT DELTAGAREN ÄGA PROGAMINNEHÅLLET

Varje person har olika behov och mål, alla tar olika vägar i karriären. Personifierade OP-program har därför oftast högre lösningsgrad än standardiserade alternativ. Att medarbetaren bygger programmets innehåll TILLSAMMANS med rådgivaren är därför viktigt.

Delaktighet och ägandeskap höjer möjligheten att lyckas. Medarbetaren vill såklart inte sumpas något som man själv varit med och byggt upp och skräddarsytt.

## 8: BILDA STYRGUPP OCH VAR DELAKTIG

Målet är alltid att avslutade medarbetare inte pratar illa om företaget, TROTS att det varit en ofrivillig förändring. För att lyckas med det måste man visa engagemang och intresse för medarbetarens out-process; från beslut, förhandling, besked, uppsägningstid, tills anställningens slut.

En styrgrupp med HR, medarbetarens ansvariga chef och rådgivaren har möjlighet att följa OP-arbetet, agera utifrån uppstående behov och bry sig om sina medarbetares vidare karriär och utveckling.

## 9: INFORMERA, FÖRTYDLIGA OCH REPETERA

Man kan aldrig ge för mycket information vid övertalighet. Vi är naturligt oroliga av oss, vi bromsas av ovisshet. Arbetsgivare som aktivt informerar lyckas avsevärt bättre med förändringar än de sparsamma.

När personer utsätts för plötsliga/ ofrivilliga förändringar så åker skygglapparna på, många tar inte till sig information. Därför, förtydliga, säg det inte en gång, säg det två, tre gånger. Be sen medarbetaren att repetera vad som sagts.

## VILL DU VETA MER?

Står ditt företag inför personalförändringar?  
Behöver ni se över ert Employer Branding arbete?  
Är du en medarbetare som måste lämna?  
Vill du veta ännu mer?

Hör av dig.



**Kalle Rosensköld**  
**0725313171**  
**kalle@attramera.se**

**www.attramera.se**

