



**ÖKAD**  
**LÖNSAMHET**  
**VIA VÄRDERINGSSTYRD FRANCHISE**

**AV PIA WIDELL CORDÉN**

## ÖKAD LÖNSAMHET VIA VÄRDERINGSSTYRD FRANCHISE

Franchise är en fantastisk affärsmodell. Delade risker för båda parter. Upparbetat och beprövat koncept, gemensam infrastruktur, stordriftsfördelar, enkelt att komma igång som företagare. Och franchisemodellen ökar kraftigt i Sverige.

Det är lätt att titta på ett franchisekoncept statistiskt och se vad som ingår och vilka krav som ställs. Vad man kanske inte tänker på men som är oerhört viktigt är hur kulturen ser ut. Har vi gemensamma värderingar som styr vårt beteende och våra erbjudanden? Vad är vår gemensamma nämnare och hur skapar detta värden för kunder, medarbetare och övriga intressenter? Hur känns det att vara delaktig i det här företaget?

I de bästa franchisekoncepten är franchisegivarna tydliga även med kulturfrågorna och företagets värderingar, lever dessa dagligen och får med sig organisationen kring detta.

Det är förstås en extra stor utmaning när man hanterar egna företagare, men det gör det desto viktigare. För franchisetagarna är det oerhört viktigt att medarbetarna känner att de är i rätt sammanhang och långsiktigt vill vara med och utveckla verksamheten. Att medarbetare lämnar organisationen för att de inte trivs är oerhört kostsamt och påverkar alla verksamheter på nedersta raden.

För alla parter, såväl givare som tagare, är varumärket det man investerar i och vill få utväxling av. Att bygga en stark kultur är inte lätt men det är din viktigaste tillgång. Forskning visar att ett värderingsstyrt företag kan fyrdubbla lönsamheten jämfört med företag med svag kultur.

Och vem är det som ska driva detta arbete? Självklart ska det komma uppifrån och det är ledaren som sätter agendan.

Jag läser en intervju med Simon Sinek, den nu oerhört populära talaren (TED) och företagaren som pratar om vikten av tydliga gemensamma värderingar.

Han säger "En ledares främsta uppgift är att ta hand om sitt folk. Den enda variabeln en ledare kan kontrollera är klimatet inom företaget. Ledaren som förstår att skapa en miljö där medarbetare inte är rädda för varandra, eller för ledaren, får den naturliga reaktionen förtroende och samarbete. Men skapar man en organisation där det finns fruktan för ledaren och rädslan för att förlora jobbet vid minsta lilla misstag, så pass att medarbetarna inte längre vågar tala öppet, då blir den naturliga reaktionen paranoia, cynism, missstro och egennytta. Ett bra ledarskap skapar en miljö som främjar känslan av tillit och samarbete."

Det låter så självklart men är förstås inte så lätt i praktiken. I ett värderingsstyrt företag måste ledningen verkligen tro på och verka för att det arbetet kommer att leda till framgång. Framförallt måste man bestämma om man verkligen vill, i hjärtat, vara ett värderingsstyrt företag med allt vad det innebär av förändringsledning.

Men å andra sidan, vad är alternativet?

Så hur ser det ut i ditt företag/din organisation? Har du koll på vilka värderingar som är viktiga för din verksamhet ur ett framgångsperspektiv?

I Madicon jobbar vi med värderingsverktyget CTT – Cultural Transformation Tool – som enkelt kan mäta företagets värderingar. Syftet är att utveckla verksamheten till att bli ett värderingsstyrt företag från grunden och därmed säkerställa en bättre arbetsmiljö, engagemang och ökad lönsamhet.

Du är mycket välkommen att höra av dig så berättar vi mer.

Pia Widell Corden  
Business Sherpa

pia.widell.corden@madicon.se  
+46 706 545 463