

Case - Danske Bank

Når tre medarbejdere kan påvirke adfærden hos 1500

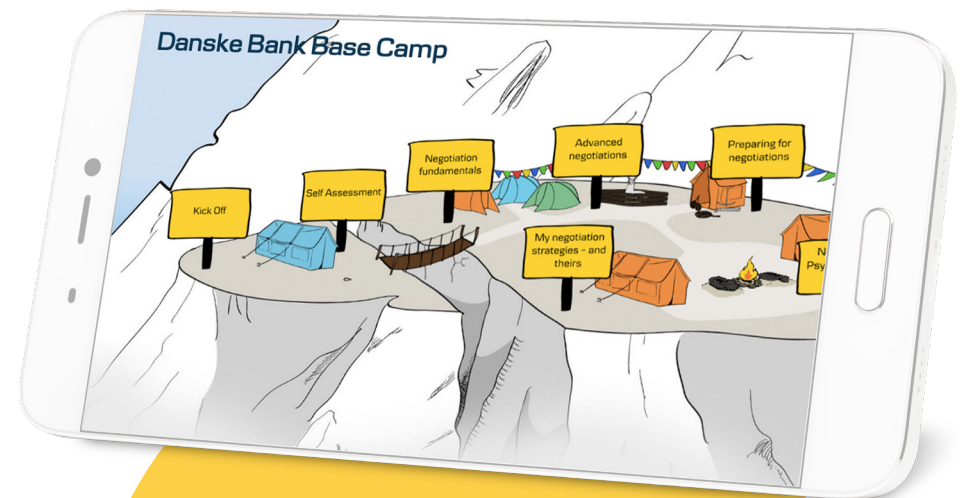


Ikke blot ny viden, der skal “fyldes på”

Her fortæller Senior Business Consultant & Project Manager Marianne Lykke Nielsen, hvordan Danske Bank arbejder med at gøre bankens medarbejdere dygtigere til at forhandle løsninger, der både skaber værdi for banken og erhvervskunderne. Det er ikke blot ny viden, der skal ‘fyldes på’. Men derimod ny adfærd, der skal læres.

Med 1500 medarbejdere og en omsætning på 2 mia. kr. er erhvervsdelen i Danske Bank ikke nogen lille forretning. Det er ikke desto mindre netop den forretning, som Marianne Lykke Nielsen og hendes lille team skal påvirke og forandre. De er tre medarbejdere i ‘Aim High’, og de er en slags interne ‘bannerførere’ for den forandringsrejse, som startede i Danske Bank da de måtte reorganisere oven på finanskrisen, der skyllede ind over verden i 2008 og skabte massive forandringer, kundeflugt og masser af udfordringer til følge.

”Aim High står for, at man skal være ambitiøs og have modet til at forandre sig. Da Danske Bank mistede rigtig mange kunder i 2008, kom vi fra en selvforståelse af, at banken var urørlig. Men verden forandrer sig. Og det skal vi også,” fortæller Marianne.



Vi vil sikre en konsistent kundeoplevelse på tværs af landene

"Aim High er med til at sikre, at forandringen sker på en smart og sammenhængende måde, så vi får fire lande til at arbejde efter de samme principper og skabe en konsistent nordisk kundeoplevelse. Derfor er det rigtig praktisk, at træningen er blevet digitaliseret og dermed skalerbar via Learningbank," forklarer Marianne.

Læringsmål: Stærke forhandlingsevner og 'bløde værdier'

Helt konkret skal medarbejderne træne deres evne til at have strategisk dialog med kunderne, hvor forhandling er en del af det: "Medarbejderne forhandler med en bred vifte af kunder fra små start-up's til virksomheder med op til 500 medarbejdere. Ofte sker forhandlingen direkte med CEO og founder. Det er nogle ildsjæle og nogle spændende kunder. Men hvordan forhandler man f.eks. med et konkurrencemenneske, hvis man selv er lidt blød i det? Det er lige præcis dét, vi gerne vil hjælpe vores rådgivere med, så vi både får skabt værdi for kunden og samtidig en god forretning for banken. Og vi har fået super feedback på den læringsløsning, vi har lanceret via Learningbank," fortæller Marianne.

Træningen tager højde for, at de har travlt ude i fronten

Træningen er digital og foregår via Learningbank platformen, hvor hver medarbejder har sin egen personlige profil, så egen leder kan støtte op og tracke udviklingen både på de hårde og bløde parametre. Træningsmodulerne er holdt i et kort og enkelt format på mellem 5 og 20 minutter, så de kan passe ind i en travl hverdag.

Indholdet er visuelt og spændende. Det digitale læringsspil er bygget op som en fortælling om medarbejderen, der skal bestige et bjerg. Bjergmetaforen er valgt, fordi udfordringerne i en forandringsproces kan være så krævende, at det minder om livet for en bjergbestiger, der kæmper sig vej til toppen. Learningbank har leveret selve den digitale platform, og Learningbank's eget digitale læringsteam har skabt noget af indholdet, som omfatter video, læringsspil og quizzer. Derudover har Aim High selv bygget læringsforløb med Learningbanks forfatterværktøj, som dybest set er en slags 'byg-selv' modul.

Tre fordele ved den valgte løsning

1. Vi kan følge op

"Normalt er det rigtig svært at lave opfølgning på adfærd. Men nu kan vi følge meget tættere op, fordi vi kan se, hvem der træner, og hvor meget de træner. Og jeg kan sige til de lokale ledere i landene: 'Godt, hvis I vil have en forandring, så skal I også bruge træningsmaterialet aktivt.' Det er en kæmpe fordel," fortæller Marianne.

2. Vi kan skalere

"Aim High blev etableret i 2013 og er blevet skalerbart på en helt ny måde. Og mit lille team er godt i gang med at få nye interne kunder, da de andre dele af banken er blevet nysgerrige og også gerne vil prøve noget tilsvarende," fortæller Marianne.

3. Vi får det rigtige budskab helt ud til målgruppen

"Tidligere brugte vi en kaskade, hvor vi forberedte en masse slides til vores SIA (Strategy Implementation Agents). Men uanset hvor meget man anstrenger sig, så kan der gå vigtig viden tabt undervejs. Og vores SIA's var heller ikke begejstrede ved tanken om at skulle agere eksperter i forhandlingsteknik. Nu har vi fået skabt noget suverænt og levende indhold på fire sprog i højeste kvalitet, som via Learningbank rammer direkte ud til målgruppen," fortæller Marianne.

Danske Bank har lanceret Aim High læringsløsningen i samarbejde med Learningbank som et led i den samlede strategi frem mod 2020.

Skab de bedste læringsoplevelser for dine medarbejdere

learningbank 

Støberigade 14
2450 København SV

+ 45 71 999 123

info@learningbank.dk

learningbank.dk