

CORPORATE ENGAGEMENT PLANNING | EXAMPLE

Interne interessenter	Fase 2 – Kotter		Fase 3 –Kotter	
	Step 1 - Forandring		Step 2 / Forankring- implementering	
	Hardwiring	Softwiring	Hardwiring	Softwiring
Ledelse	• Styregruppe med deltagere fra bestyrelse og ledelse • Projektgruppe med deltagelse af medarbejder/mellemledere. • Referencegruppe bestående af udv. kunder og andre eksterne. • Kobling ml. ISO og SDG. (Fokus på governance – godt ifht. investorer)	• CLAN-type virksomhed: Temamøder/workshops med bestyrelsen og projektgruppe. • Udveksle visioner og værdier. Se på tendenser i omverden – biodiversitetskrise, ønsker om purpose. Hvad er biodiversitet og bæredygtighed. Hvad betyder det i GV?	• CSR-strategi ind i 360^o Sprint + budget, evt. som STO. • Lave årshjul for CSR-temaer. • Data/opgørelse af CO2 besparelse og el-indfasning. • CSR i årsrapport (bilag) og beretning. • Ind kundesurvey og medarbejderundersøg./APV	• Tydelig ankerperson i ledelsen • Plan for intern kommunikation og arrangementer – særligt digital fokus (APP) • Branding på messer og “Havedage” • Halvårlige seminarer for ledelsen • Adoptering af en truet art, udvalgt af medarbejderne (insekt, sommerfugl). • Plan for ekstern kommunikation (inddrage resultater/KPIer)
Mellem-ledere	Gennemgå arbejdsbeskrivelser/ jobbeskrivelser –evt justering.	Udannelsesprogram: danne faglige ambassadører/fyrtårne og kulturbærere.	Inddrages i årshjul for CSR: KPI (outcome) : større stolthed og arbejdsglæde, når de er led i virksomhedens CSR-rejse. Måles i APV.	• Engagere: “fremtidens biodiversitets-frontkæmpere”. • Inddrage mht. tiltag i opgaverne og på arbejdspladsen (affald, transport mv). – evt. som konkurrence i opstart.
Grønne anlægs-gartnere	Gennemgå arbejdsbeskrivelser/ jobbeskrivelser –evt justering.	Udannelsesprogram: udvikle faglige kompetence og indsætte værdier i udførelsen. Evt. danne et særligt bio-korps, men alle skal kende virksomhedens retning/værdier.	Indarbejdes i hverdagens opgaveløsning. KPI: Flere ansøgere og lavere udskiftning (output).	• Fejring af gode ideer og godt arbejde. • Samle op på hvad der er svært, sammen finde løsninger. • Indføre nyansatte i værdierne.
Salgsfunktion	Ansvarlighed ind i salg/ kundedialog. Udvikle spørgeguide om kundens ambitioner/forventninger.	Workshop om kobling af salg og CSR. Finde frem til det sprog/argumenter, der skal bruges i salg. Besøge KLS Pure Print.	KPI: Flere “grønne” kunder (output) KPI: Loyale kunder pga. historien/godt brand (outcome).	• Løbende lytte/sparring om hvad der er behov for i salg mht. hvordan kunder modtager dialogen om fremtidens grønne pleje.

Susanne Raben Rasmussen, Hold 2020