

Velkommen til:

TID for endring – i frivillige organisasjoner

rekruttering historie TID nettverk økonomi

dugnader fritid fri-villig-het START nåtid

inspirasjon team mot MÅL fremtid

engasjement kunnskap lagspill

kultur entusiasme integrering



Hedmark og Oppland musikkråd

Et serviceblikk på
medlemsrekruttering til frivillighet:
«Byrde» eller «verdi»?

OLE JØRGEN RANGLUND

SOSIOLOG, HØGSKOLEN I HEDMARK

«Den vildeste fantasi er at tro, at ting ikke kan være annerledes end de er».

Piet Hein (1984) PROSA-GRUK.



Paradigmeskifte

I gårsdagens normale og tilbudsstyrte verden møttes kundene med forakt. På tross av alle de fengende slagordene à la «kunden er konge», ble de ofte behandlet som forretningsverdenens spedalske. Kjøperne måtte ta til takke med «en størrelse passer alle» løsninger (Ridderstråle og Nordstrøm 2004:115)

[«a bill of rights for protection of the customer» Kennedy, 1962.
Det var forbrukernes rettigheter som måtte sikres]

Sysselsatt år 1900

Jordbruk 80 %

Industri 17 %

Service 3 %

Sysselsatt år 2010

Jordbruk 3 %

Industri 17 %

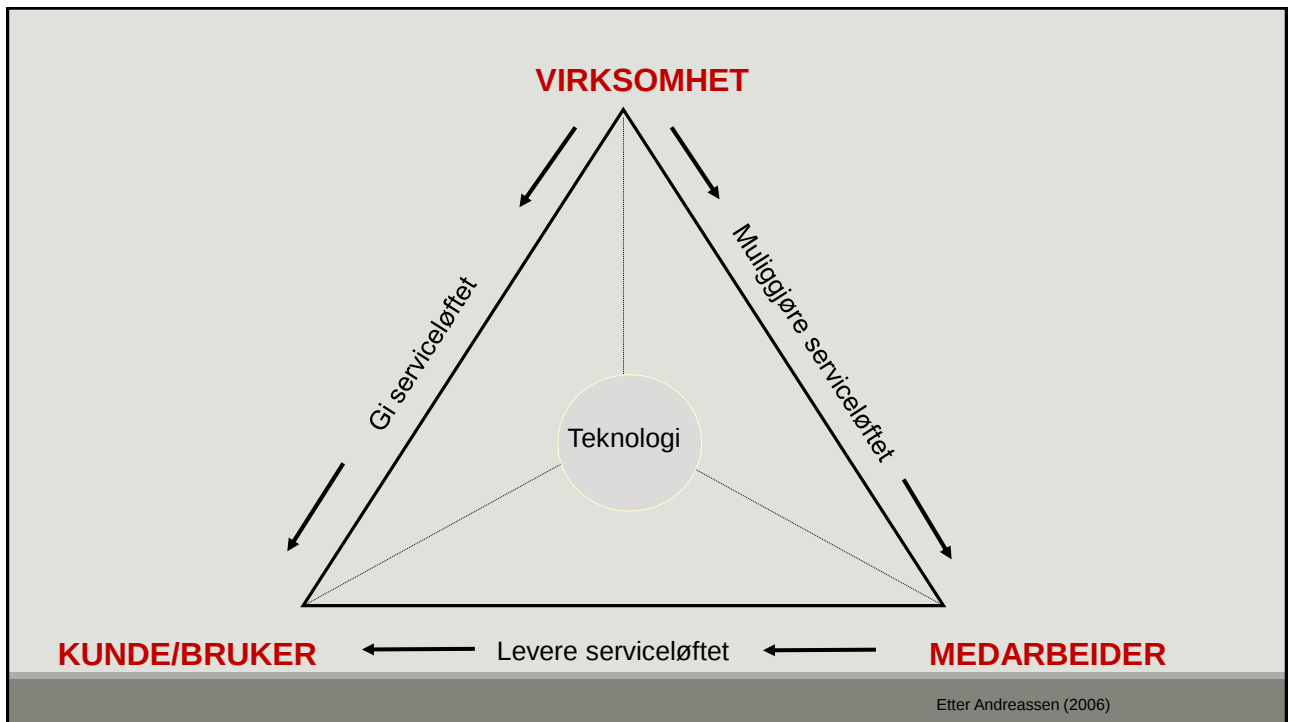
Service 80 %

Kilde: Echeverri og Edvardsson (2012:28)

Velkommen til oss!



(Bilde fra TV2.no)



Hva er et serviceløfte?

"Et serviceløfte er alt fra de mer eller mindre diffuse forventningene som skapes gjennom et omdømme, en velkjent logo, et slagord eller det opplevde kvalitetsstempelen som gjerne følger en kvalitetsvare. Eller "løftet" kan være knyttet til et dokument som en tjenestebeskrivelse eller garantiordning, en etablert svarfrist, eller en formell avtale, eller en blanding av flere informasjonsbærere, og i visse tilfeller understøttet av lovverk for bytterett, klageadgang osv. I offentlig sektor vil mye av "løftet" ofte være bakt inn i lovverket, blant annet i form av rettigheter den enkelte brukeren er gitt gjennom eksempelvis Pasientrettighetsloven og generelt lovverk for opplysningsplikt, innsynsrett osv." (Aasbrenn 2008:39)

Hva hvis *noe* går galt?

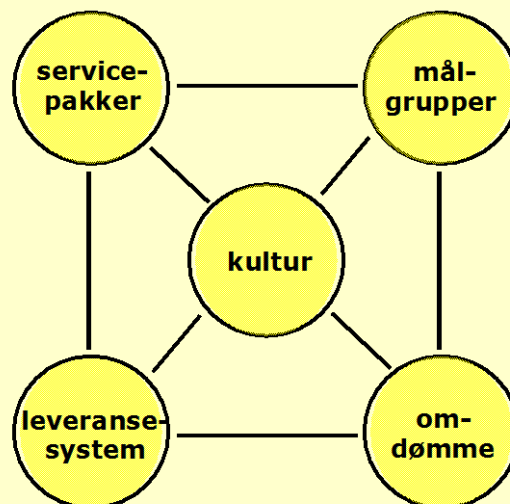


"Just because nobody complains doesn't mean all parachutes are perfect."
- Benny Hill



«Klager» – fiasko eller mulighet?

- «Klager» er en viktig kilde til informasjon
- Kundene/brukerne/medlemmene føler de blir tatt på alvor når vi lytter til deres synspunkt og erfaringer
- Misfornøyde kunder/brukere/medlemmer gir oss en mulighet til å høyne kvaliteten på tjenestene



Kilde: Normann 2000

Interaksjon
mellom leverandør og bruker



Sannhetens
øyeblikk

«Servicemøtet»

Tjenestepakker

Kjernetjeneste =
den "egentlige" tjenesten

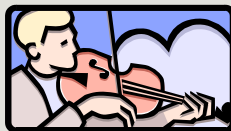


+

Bitjenester = nødvendig tilbehør



+



Støttetjeneste = krydder

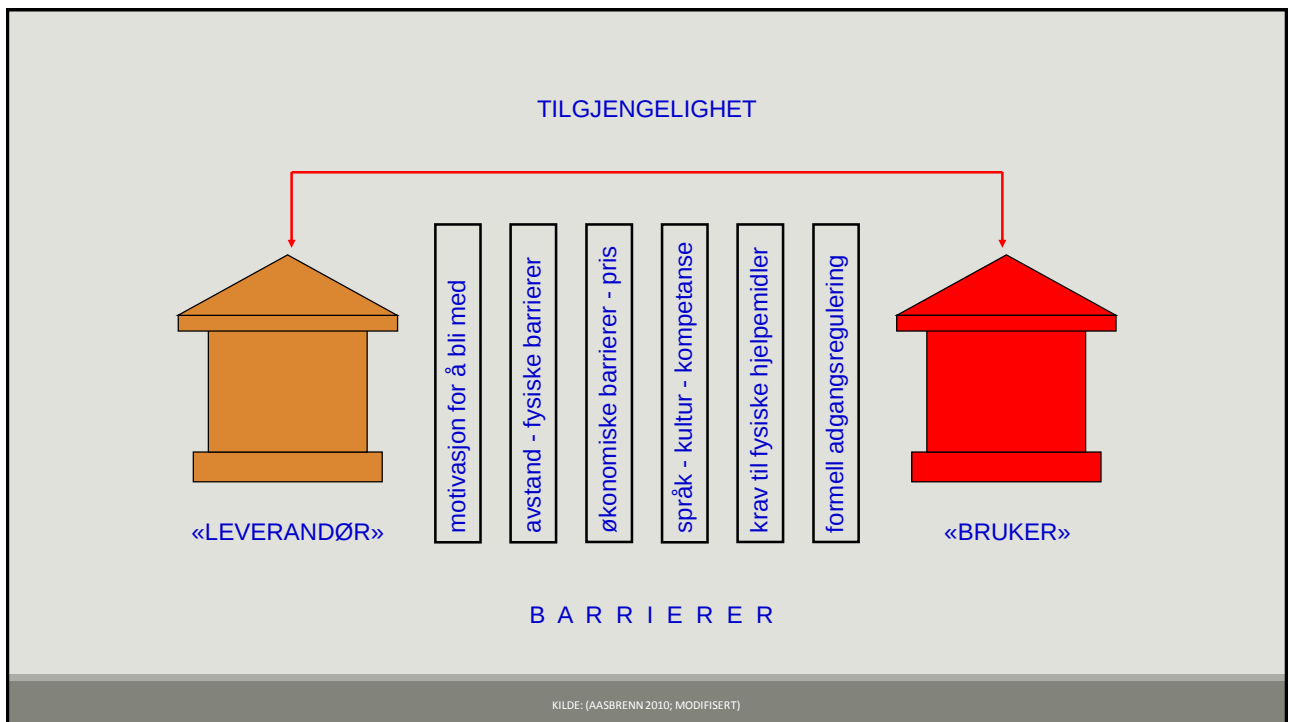
Ofte en serie aktiviteter



*Mange sannhetens øyeblikk (servicemøter)
blir en serviceprosess*



Hva kan hindre kontakt?





Hva er viktigst for «kunden»?



Kilde: Aasbrenn (2010)

«Kundene» vektlegger:

Vennlighet
 Kommunikasjon, evnen til å lytte
 Villighet
 Empati, innlevelse
 Tilgjengelighet
 Pålitelighet
 Faglig dyktighet
 Troverdighet
 Sikkerhet
 Konfidensialitet
 Fysisk miljø

TANGIBLES: fremtoning av fysiske fasiliteter, utstyr, personer

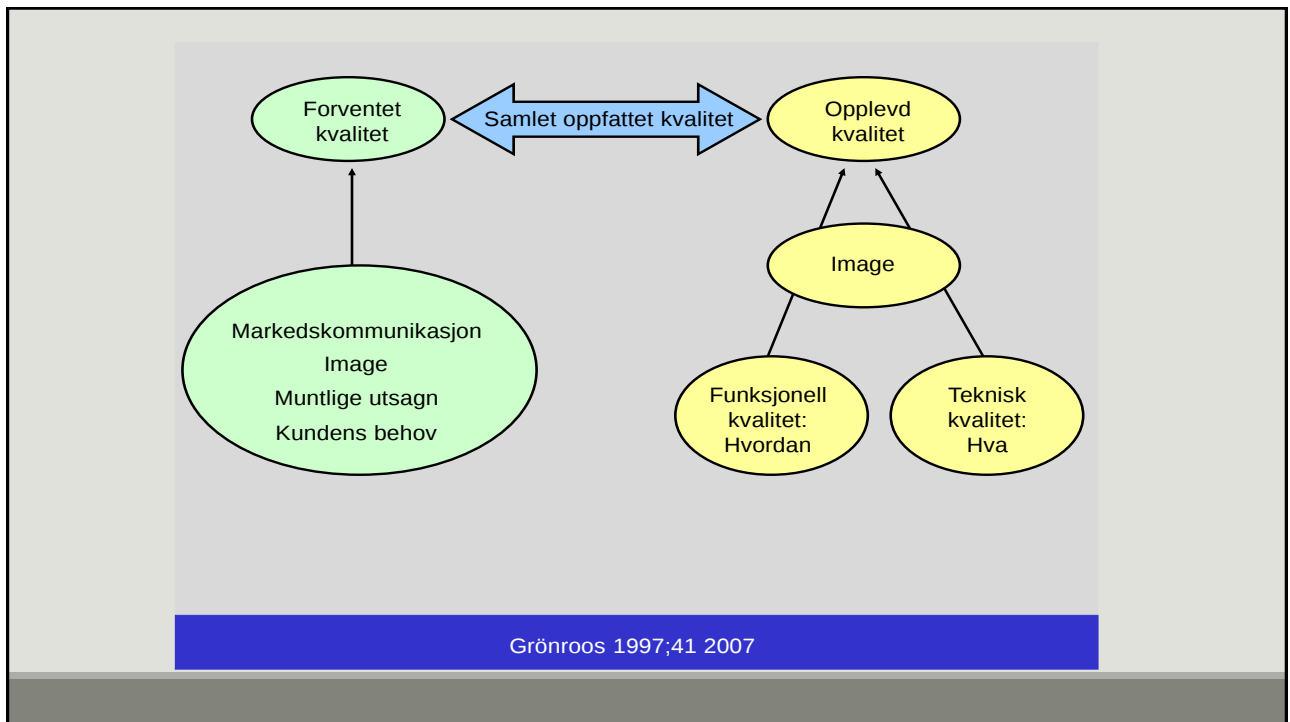
RELIABILITY: evnen til å utføre den lovede tjenesten sikkert og presist

RESPONSIVENESS: viljen til å hjelpe brukere og tilby en effektiv tjeneste

ASSURANCE: ansattes kunnskap og høflighet

EMPATHY: evnen til å leve seg inn i den andre parts situasjon, evnen til å vise omsorg og medfølelse

Zeithaml, V.A, Parasuraman, A, & Berry, L. (1990)



Opplevelsen

kompetanse og faglig utførelse

holdninger og atferd

tilgjengelighet og fleksibilitet

pålitelighet og trygghet

gjenoppretting

opplevelsesrommet

renommé og troverdighet

"I've learned that
people will forget
what you said,
people will forget
what you did, but
people will never
forget how you
made them feel."

- Maya Angelou -



Kvalitetsmålinger: Karakter eller verktøy?



Et annerledes postservicesamfunn?

- FRIVILLIGE ORGANISASJONERS RENESSANSE?

Bransjer kommer til å slukne som døende stjerner og folk vil få panikk

Dramatiske jobb-spådommer fra Stanford-forsker.

Et nytt paradigmeskifte?

Mange har de siste årene spådd at roboter de neste årene [vil ta over mange av jobbene](#) som mennesker utfører i dag.

Men få ser for seg like dramatiske omveltninger som Stanford-forskeren Vivek Wadhwa.

- Allerede i løpet av de neste 15-20 årene vil vi gå inn i en fremtid uten jobber, skriver [Wadhwa i en kronikk i Washington Post](#).

Han tror jobber og også hele bransjer vil forsvinne og ende opp som rester av en fjernt husket fortid.

Selv om menneskene i hele industrihistorien har blitt erstattet av maskiner, har dette ifølge Wadhwa aldri skjedd i samme fart og like stor skala som nå.

Kilde: *Dagens Næringsliv*, 23.09.15



TAKK FOR OPPMERKSOMHETEN!