



Winningtemp lanserar turbo-HR

© 03 JUNI 2015 KL 19:32 UPPDATERAD: 03 JUNI 2015 KL 21:31



ABC om Winningtemp

Hemvist: Göteborg.

Ägare: Mathias Hansson, teknisk chef, och Pierre Lindmark, vd.

Anställda: Två.

Aktualitet: Lanserar ett nytt och unikt verktyg som mäter hur ett bolags personal mår – i realtid.

Göteborgsföretaget Winningtemp släpper i veckan sin världsnyhet.

Ett verktyg som mäter hur ett bolags personal mår – i realtid.

– Sociala medier gör att vi vänjer oss vid att få feedback direkt, säger vd Pierre Lindmark.

Winningtemp startade i fjol och ägs och drivs av grundarna Mathias Hansson och Pierre Lindmark. Gemensamt för duon är en bakgrund inom avancerad systemvetenskap och ledarskap. Under elva år jobbade Pierre Lindmark med teknologi inom HR och var bland annat involverad i ett större nationellt projekt med fokus på hållbar rehabilitering. Det vill säga tidigare sjukskrivna skulle i möjligaste mån slippa återfall.

– Mathias och jag utbytte erfarenheter och hade liknande tankar om vad som gör arbetsplatser mer välmående. Den kombinationen parat med vår tekniska kunskap mynnade ut i den unika innovation som vår produkt är, säger Pierre Lindmark.

Hur är ni säkra på att den verkligen är unik?

– Innan vi drog igång företaget gjordes en gedigen marknadsundersökning. Där konstaterade vi att det varken i Sverige eller utomlands fanns liknande koncept. Det gjordes även en utredning av en extern oberoende part när vi klassificerades för att få statligt innovationsstöd.

Max 160 tecken om läget

Produkten eller tjänsten är ett digitalt verktyg som ska hjälpa bolag och dess chefer att mer upplyst och medvetet kunna utveckla sina organisationer. Utgångspunkterna är dels målen som ska uppnås, dels hur medarbetarna beskriver sina situationer. Processen är designad för att stimulera till täta uppföljningar mellan chef och medarbetare i form av tiominuterssamtal.

Beslutade mål och förutsättningen att nå dem bollas. Chefen gör direkt efteråt en sammanfattning på max 160 tecken via en app.

– Många chefer bekräftar hur de tvingas försumma medarbetare för att de saknar tid. Men vår modell och lösning kräver inga långa möten, säger Pierre Lindmark.

Algoritmer i nyckelroll

Chefens sammanfattningar bildar i nästa steg en bas av data utifrån vilken systemet successivt pushar ut frågor till medarbetarnas mobiler. Frågor där svarsalternativen presenteras i ett spann av typen från ledsen till jättenöjd figur. A och O är att just fånga upp både frågor och resultat som organisationen vill mäta och få bättre koll på.

Algoritmer summerar och analyserar.

Cheferna får uppdaterade bilder av medarbetarna hur mår.

– Ambitionen är att snabbt identifiera olyckliga mönster. Så att företaget har möjlighet att agera proaktivt istället för att tvingas handla reaktivt. Tjänsten visualiserar helt enkelt organisationens temperatur utifrån medarbetarnas upplevda arbetssituation i kombination med deras dagliga arbete i verktyget, säger Pierre Lindmark.

Konsultbolag i kikaren

Just att koppla tillbaka kvickt är en viktig nyckel. Utvecklingssamtal en gång om året passar allt sämre, inte minst för yngre medarbetare, hävdar han.

– De vill bli sedda och få snabb feedback. Det är en annan erfarenhet vi fått och som triggat oss att satsa.

Tre kunder har tjuvstartat och konsultbolag är en kundkrets Winningtemp ser som viktig framgent. Ofta har bolagen sin personal geografiskt spridd. Det vill säga cheferna får utöva ledarskap på distans. Förhoppningen är att täta uppföljningar med hjälp av den moderna tekniken blir ett framgångsrikt stöd.

– Sjukvården har också – av eget intresse och behov – börjat höra sig för. Den konstaterar att för att kunna vara en bra resurs i rehabilitering måste dess personal och organisationer fungera väl, säger Pierre Lindmark.

Hur säkras den personliga integriteten? Hur presenteras svaren medarbetarna ger via mobilappen?

– Allt anonymiseras och redovisas som en helhet. Cheferna kan inte spåra vem som har svarat vad. Utan det som visas är övergripande bilder. Som över en hel avdelning. Det finns både gott om mänskliga värden och pengar för företagen att spara när informationen finns tidigare, säger Pierre Lindmark.

Hur ser affärsmodellen ut?

– Winningtemp är en molntjänst. Kunderna betalar per användare och månad.

Martin Holmberg

martin.holmberg@affarerivast.se