

**AstraZeneca**

Fra ADSKILTE  
afdelinger TIL  
FÆLLES team

**MOTIVATION** FACTOR

# CASE STUDY

## FRA ADSKILTE AFDELINGER TIL FÆLLES TEAM

Et udviklingsforløb med Motivation Factor™ forandrede to produktopdelte afdelinger til et velfungerende team, hvor nøgleord som: tillid, sammenhold, forståelse, hjælpsomhed og selvsikkerhed nu er blevet en del af dagligdagen.

AstraZeneca Danmark har gennem de seneste 60 år vokset sig til en position, som - målt på omsætningen - Danmarks største medicinalvirksomhed. AstraZeneca står bag banebrydende udvikling, blandt andet inden for behandling af astma, cancer, mave/tarm og hjerte/kar sygdomme samt sygdomme i centralnervesystemet.

### Metodevalget var nemt

Valget af Motivation Factor™ var nemt. "Såvel min kollega Jeannie Bjerregaard som jeg selv er uddannet i programmet, og vi er begge imponerede over de resultater, som vi personligt har opnået ved at anvende metoden. Vi følte os derfor sikre på, at programmet ville kunne tilføre den nye fusionerede afdeling rigtig meget...", fortæller afdelingsleder Charlotte Hagelund Lindhardt.

*"Hvor vi var før, og hvor vi er i dag er uden sammenligning! Vi var slet ikke et team og en afdeling, men det er vi virkelig nu! Folk kender hinanden og ved, hvem der har hvilke styrker. Vi bruger hinanden på en helt anden måde - nu er vi bare en stor afdeling. Vi er kommet ind under huden på hinanden på rekordtid."*

Lone Vilstrup, projektleder

Jeannie Bjerregaard tilføjer, at valget faldt på Motivation Factor™ også skyldtes programmets tilgængelighed, simplicitet og at metoden hurtigt lader sig implementere.

### Vi-holder-sammen-stemning

Alle er enige om at forløbet hurtigt skabte et fælles sprog og referenceramme for den fusionerede afdeling.

Lige inden de gik i gang med forløbet var der dog lidt skepsis og tilbageholdenhed hos enkelte. Men det ændrede sig hurtigt: "I starten var folk forbeholdne, men alle sagde ja til forløbet. Efterhånden som programmet skred frem blev folk mere og mere tændte, og der opstod hurtigt et sammenhold og en slags rummelig forståelse. Metoden er fantastisk i teamsammenhæng, for vi ved alle, hvor nemt det er at arbejde sammen med nogen, der gør tingene ligesom os selv, og når man arbejder med Motivation Factor™, begynder man pludselig at tænke "hov! hvad er det for nogle behov de andre har? Og hvad er deres styrker? Så begynder man at forstå, hvorfor de gør som de gør ...", fortæller Charlotte Hagelund Lindhardt

Motivation Factor-forløbet blev en kovending for de 11 personer, som de to sammenlagte afdelinger består af. Strukturen i forløbet passede alle i gruppen, da det gav dem en ro at vide, hvad de skulle igennem, hvornår og med hvilket resultat. Allerede fra første workshop begyndte de at se nye sider af deres kollegaer og blev klogere på dem selv. Mange var overraskede over, at de nåede så hurtigt ind til kernen. Projektleder Lone Vilstrup fortæller: Fra første workshop udviklede vi en "vi-holder-sammen-stemning" - en ællesfølelse, som gjorde starten på forløbet helt speciel. Alle fik et kæmpe boost af arbejdsglæde, og det fælles projekt var søsat.

### Happy hour

Forløbet bestod af seks fælles workshops og fire individuelle samtaler. Denne vekselvirkning blev af gruppen døbt "Happy hour". Under de forskellige teamworkshops fik deltagere virkelig lært hinanden godt at kende, men det var i de individuelle samtaler, at læringen blev forankret.

Jeannie Bjerregaard sætter ord på: Det er jo vekselvirkning



gen, der gør konceptet komplet. Workshops er gode til at få åbnet op for nogen ting og dermed opnå kollektiv indsigt.

Men i den individuelle coaching får man en helt anden indsigt, som afdækker, at det måske er nogle helt andre problematikker, der er vigtigst at tage fat på. Workshoppen er god for team-ånden, og kører hele tiden i et positivt energiniveau, hvor der bliver talt om muligheder”.

## Udviklingen

Afdelingen tog et kvantespring i løbet af det halve år forløbet strakte sig over, både som samlet team og som enkeltpersoner. ”Det er helt vildt som det har rystet gruppen sammen”, fortæller Charlotte Hagelund Lindhardt begejstret, ”der er en åbenhed og gensidig forståelse i gruppen, så man tror, det er løgn!”.

## Anderledes dialogværktøj

Værdien af at deltagerne selv bearbejder de behov og styrker, som den internet baseret test: Motivation Factor Indicator™ havde givet den enkelte, er uden sammenligning i forhold til at få at vide ”sådan er du!”, som så mange andre personlighedstests gør. Lone Vilstrup tilføjer: ”Selvom man har samme styrker, som en kollega, så betyder de noget forskelligt for hver enkelt. Det er rart, at man kan sætte sine egne ord på, da det på den måde favner bredere og bedre. Man får ikke bare at vide ”du er sådan!”, som i andre metoder. Jeg må sige at jeg er meget begejstret for metoden..!”

Jeannie Bjerregaard understreger også det effektfulde i, at Motivation Factor Indicator™ giver den enkelte 10 helt almindelige ord for deres top fem behov og top fem styrker, som man så efterfølgende selv er med til at ”pakke ud”. Det giver en helt anden dybde og forankring hos den enkelte, slutter Jeannie Bjerregaard.

## Resultater på bundlinien

Samstemmigt er deltagerne enige om, at kommunikationen efter Motivation Factorforløbet er blevet mere naturlig og målrettet. De føler, de er blevet mere effektive, fordi de ikke hele tiden skal afklare forventninger eller gennemskue, hvad de andre mente. Desuden er fordelingen af opgaver

## Udfordringen

”Med baggrund i beslutningen om at sammenlægge to afdelinger, havde vi et ønske om at medarbejderne skulle lære hinanden bedre at kende. Tendensen var, at man arbejdede i hvert sit lille kontor, uden at vide, hvem naboen var, hvad hun eller han kunne, lavede eller stod for. De to afdelingers tilgang til opgaverne var - af historiske årsager - vidt forskellige, og vi indså tidligt i processen, at vi havde et stort behov for at kunne trække det bedste frem fra hver gruppe, både fra gruppen, men også fra den enkelte medarbejder..”

Jeannie Bjerregaard, projektleder

”Når man føler, at man bidrager og gør en forskel, så kommer effektivitet, produktivitet og færre sygedage helt af sig selv. Man giver lige lidt mere, end der forventes”

Jeannie Bjerregaard, projektleder

og dannelsen af nye projektteams blevet langt hurtigere og effektiv, fordi alle kender hinandens kompetencer og ved hvem der kan få mest ud af hvilken opgave. Men som noget af det vigtigste understreger de alle, at de har fået en kæmpe arbejdsglæde, samt større tillid såvel til sig selv som kollegaer.

”Resultatet af Motivation Factor-forløbet er større effektivitet, produktivitet og arbejdsglæde. Og du vil pludselig få øje på nichekompetencer, fordi medarbejderne nu tør byde ind med de styrker, der måske ikke lige falder naturligt i deres daglige arbejde, men som måske sagtens kan bruges til noget. Firmaerne kunne spare mange penge, hvis de fandt og brugte de interne nichekompetencer...”, påpeger Charlotte Hagelund Lindhardt

## Aha-oplevelser

Alle deltagerne i Motivation Factor-forløbet i AstraZeneca har fået egne aha-oplevelser fra start til slut. Fælles er det dog, at deltagerne har opdaget, hvordan Motivation Factor-metoden går langt dybere end de troede, så de har alle taget værktøjerne og indsigterne med dem hjem fra arbejdet over i privatsfæren.

Derudover har alle oplevet stor personlig og kollektiv indsigt i arbejdet med Motivation Factor™ Indicator og de personlige behov og styrker. Charlotte fortæller om hendes personlige aha-oplevelse: ”Hvis du sørger for, at dine behov er dækket, så blomstrer styrkerne, og så er du dig selv i den bedste udgave!”.

”Min største aha-oplevelse var resultatet af testen: Motivation Factor Indicator™, som præsenterede mine behov og styrker og sammenhængen mellem dem - sort på hvidt. At man så kan forklare det videnskabeligt, gør blot det hele endnu mere interessant ...”, slutter Jeannie Bjerregaard.

”Jeg synes virkelig det er genialt det her. Jeg føler virkelig at vi har fået noget for pengene. Folk rykker hurtigere end jeg har set før, både personligt og professionelt ...”

Charlotte Hagelund Lindhardt, afdelingsleder

**MOTIVATION FACTOR INSTITUTE** er etableret af Helle Bundgaard i forbindelse med lanceringen af Motivation Factor® Metoden og Motivationspyramiden®. Interessen for indsigt, motivation og adfærd stammer fra 20 års international erfaring med salg- og forretningsudvikling og er drivkraften bag en fortsat udvikling af effektive værktøjer til udviklings- og forandringsprocesser.

Målet er at være frontløbere og omsætte de nyeste opdagelser indenfor neuropsykologien til operationelle værktøjer, som skaber motivation, resultater og forankring. Vores motto er: "Keep it simple" – og vi efterlever det ved at fokusere på enkeltheden og simpliciteten i alt, hvad vi udvikler.

Kort sagt er vores vision at bidrage til, at mennesker trives, fordi de finder nøglen til varig motivation og engagement – på tværs af kulturer, religion, køn, uddannelse og evner.

# CASE STUDY

**MOTIVATION** FACTOR

Symbion Science Park  
Fruebjergvej 3  
DK – 2100 København Ø

T : +45 70 25 16 46  
E : [info@motivationfactor.com](mailto:info@motivationfactor.com)  
I : [www.motivationfactor.com](http://www.motivationfactor.com)