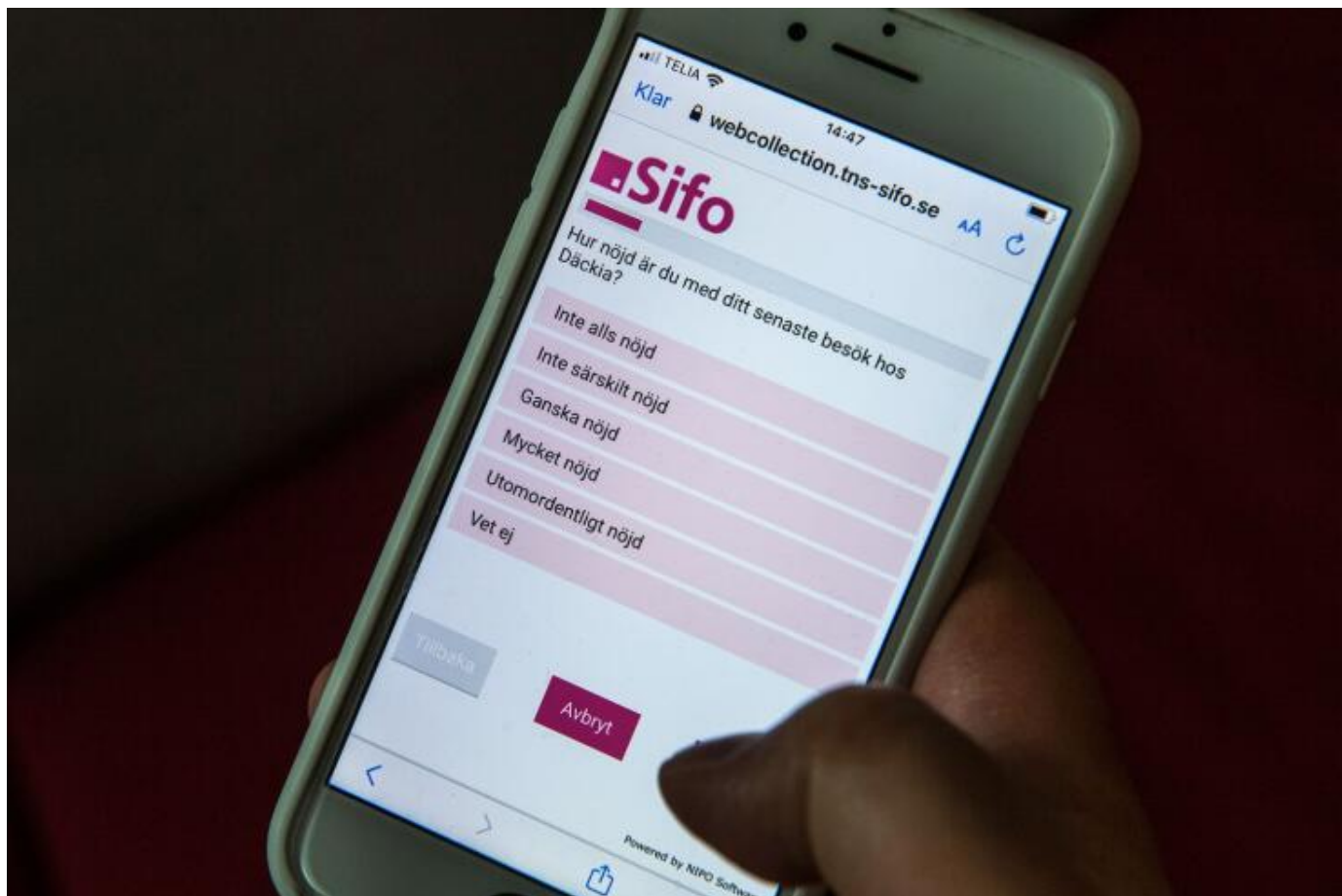


NYHETER

# Utbrott mot utvärdering blev bok om poängen med nyfikenhet

PUBLICERAD: 2020-04-05



Klas Hallberg fick ett utbrott mot alla utvärderingar och ringde sin kompis Per Kristensson. Nu har de skrivit en bok.  
FOTO: PETER BÄCKER

**Hur upplevde du ditt däckbyte? Hur var kudden på hotellrummet? Utvärderingsenkäterna duggar tätt i dagens samhälle och många irriteras av dem. Till exempel Karlstadsbördiga föreläsaren och husfilosofen Klas Hallberg som fick ett utbrott för tre år sedan.**

**– Och då ringde jag Per, säger han.**

---

**Jonas Brefält**

jonas.brefalt@vf.se  
054-17 56 78

---

Per heter Kristensson i efternamn och är professor i konsumentpsykologi och innovation på Centrum för tjänsteforskning vid Karlstads universitet. Han och Klas Hallberg är gamla vänner.

– Ta till exempel den här robotrösten som ringer upp efter att man redan suttit 35 minuter i telefonkö hos en bank eller ett försäkringsbolag och kanske fått hjälp eller inte. Varför gör de det här? Varför slutar dom aldrig? Jag blev frustrerad och ringde Per, berättar Klas Hallberg, som numer är bosatt i Stockholm.

– Han försökte förklara att de gör det för att förstå sina kunder. Men det lyckas de ju inte med, sa jag. Nej, sa han. Det blev en dialog som pågick ett par år, sedan blev det föreläsningar och nu en bok.

Boken, som släpptes nu i veckan, heter "I kundens skor: Att skapa värde utifrån mottagarens perspektiv".

– Kundenkäter är standard i dag. Man ställer nästan de här frågorna för att vara artig och för att man fått höra att så ska man göra. Vi tror att de irriterar folk mer än de gör nytta, säger Per Kristensson, som menar att enkätsvaren ofta heller inte är särskilt användbara och tar ett tänkt exempel:

– Det är 3,74 på bemötande i kundtjänst just nu på vårt däckbyte. Vad ska vi göra av den informationen? Nästa år kanske det är 3,78. Vad har vi gjort bättre? Har vi blivit mer positiva? Eller har folk bara slarvat undan svaren?



Klas Hallberg och Per Kristensson började diskutera kundenkäter för tre år sedan. Det ledde till en bok som handlar om vikten av att försöka sätta sig in i andras situation.

FOTO: NIKLAS NYMAN

Per Kristensson berättar att det finns forskningsstudier, som refereras i boken, som pekar på att det många gånger inte ens går att agera utifrån den insamlade enkätinformationen, oavsett om man vill eller ej.

– Och hypotesen vi driver är att det inte är så många som agerar.

Men det borde de göra, fast kanske på andra sätt, menar Per Kristensson.

– Det vi egentligen vill är att organisationer ska bli mer nyfikna på de effekter de har på sina medborgare, patienter eller kunder. Ställa sig frågan vilka problem människor står inför och hur företaget eller organisationen hjälpa dem. Enkäter handlar oftast inte alls om det.

#### • Men hur bör företag och organisationer då göra i stället?

– Det finns ingen mirakelmedicin. Vi föreskriver ingen metod och säger "det här är Kungsvägen". Ibland kan det vara bra att skicka en enkät. Vi tror bara inte på de slentrianmässiga frågorna som alltid hystas ut. Andra sätt kan vara att fråga människor när man träffar dem eller observera deras reaktioner. Det ser olika ut beroende på vilken situation man befinner sig i, säger Per Kristensson.

– Boken handlar om den goda intentionen att försöka förstå dem man är till för. I den här kaosartade situationen vi är nu så pratar jag gärna om hur vi kan sätta fötterna i varandras skor lite mer nu. Ta någon annans perspektiv och försöka förstå hur vi kan samskapa värde. Det är det som är bokens kärna, säger Klas Hallberg.

– Ja, det här med enkäter är bara ett kapitel i boken. Det är åtta kapitel till. Ett kapitel kallar vi för samskapande, säger Per Kristensson, som tar Folkhälsomyndighetens numer dagliga coronapresskonferenser med statsepidemiolog Anders Tegnell som exempel.

– Han vill att vi bildar armkrok och jobbar tillsammans. Att vi inte är för nära varandra, ser till att tvätta händerna och håller samhället igång. Du jobbar på VF och jag på universitetet. I andra länder hanterar man det inte på samma sätt. Där är det mer auktoritärt.

”Boken handlar om den goda intentionen att försöka förstå dem man är till för”, säger Klas Hallberg.

FOTO: VOLANTE FÖRLAG

– Om vi tar nuvarande situation är det uppenbart att sjukvården behöver hjälp av medborgaren. Nu måste vi vara med och skapa värde långt innan vi är i kontakt med vården. Boken handlar om det egentligen. Den värdeskapande kedjan vare sig börjar eller slutar med företagets organisationsmodell. Det går längre ut i världen än själva organisationen, säger Klas Hallberg.

Huvudpoängen är att hjälpas åt och försöka förstå varandra, menar han.

– Även när det inte är krissituationer. Det är lite ironiskt att vår bok handlar om hur man kan jobba proaktivt med detta och inte vänta tills man får en global pandemi och kaos. Det här skulle vi kunna göra i samhället mycket, mycket mer. Om man ska leta små ljusglimtar i eländet som är nu så är väl det en av konsekvenserna framöver, att vi alla kommer att förstå lite bättre att vi faktiskt samskapar värde.

**• Slutligen måste jag fråga, om ni graderar mellan 1 och 5, där 1 är mycket dålig och 5 är mycket bra: Hur upplevde ni den här intervjun?**

– Det var en femma, skrattar Per Kristensson och tar ytterligare ett exempel för att förtydliga bokens poäng – vikten av nyfikenhet och att försöka förstå människors behov.

– Du som är journalist kan fundera på vad är det människor vill uppnå när de läser sin tidning. För några handlar det kanske om att skaffa en bild av omvärlden, för andra är det en bra morgonrutin att läsa sin VF med en kopp kaffe. Det finns massor med sådana mål också och den typen av frågor tycker vi att man ska fundera mer över.

– Jag tycker det är en fyra. Det som skulle ha gjort intervjun till en femma hade varit om det varit bättre täckning, säger Klas Hallberg på en lite hackig telefonlina från Stockholm.

– Det pratar vi också om i boken. Det fina professorsordet för det är ”resursintegration” och det är en komplex faktor som vi tycker att man måste uppmärksamma tydligare. Det vill säga det upplevda värdet av vår intervju påverkas också av andra faktorer som egentligen inte ingår varken i ditt eller mitt jobb.



KARLSTADS UNIVERSITET



KLAS HALLBERG



PER KRISTENSSON



VÄRMLANDS LÄN

*Så här jobbar Värmlands Folkblad med journalistik: uppgifter som publiceras ska vara sanna och relevanta. Vi strävar efter förstahandskällor och att vara på plats där det händer. Trovärdighet och opartiskhet är centrala värden för vår nyhetsjournalistik.*

---

Copyright 2007-2020  
www.vf.se är en del av **NWT Media AB**.