

Når FM skaber værdi Kommunikation

**Den der kommunikerer først....
.... kommunikerer bedst.**



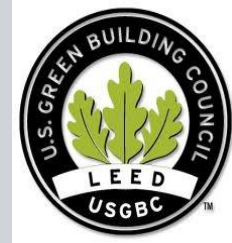
Bygningen

Introduktion til huset

SIEMENS

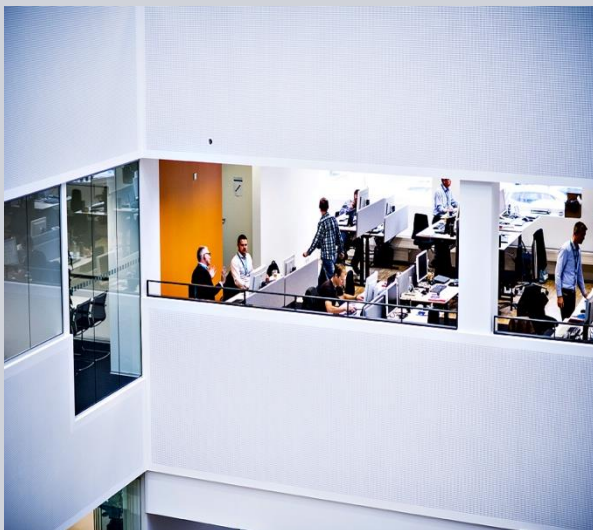
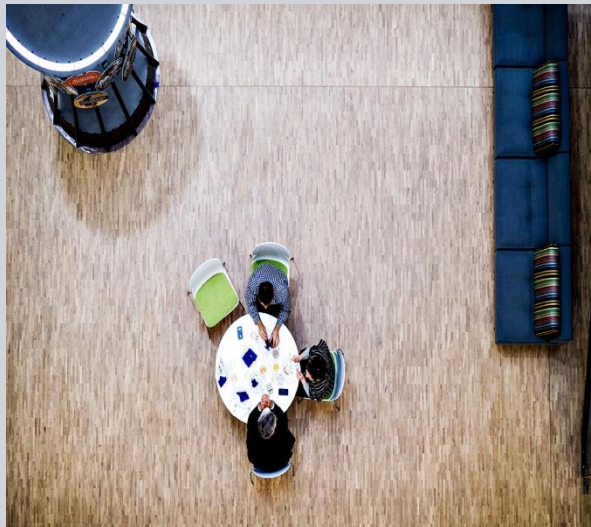


- **LEED – gold certificeret**
- Indflytning 4. november 2013
- 13.100 m² i 5 etager
- Atrium sikrer stort indfald af naturligt lys
- 710 arbejdspladser til over 900 medarbejdere
- Over 100 mødelokaler
- Bygningsautomatik – løbende overvågning af varme-, vand- og elforbrug
- Sikringssystemer – brandsikring, adgangskontrol, tyverisikring samt videoovervågning



På 'rundvisning' i Siemens nye domicil

SIEMENS



Siemens Office Concept





Hvordan bygherren

forklarede projektet...



Hvordan projektlederen

forstod det...



Hvordan arkitekten

tegnede det...



Hvordan ingeniøren

konstruerede det...



Hvordan projektet blev

beskrevet...



Hvad entreprenøren

byggede...



Hvordan projektet blev

dokumenteret...



Hvordan projektet blev

faktureret...



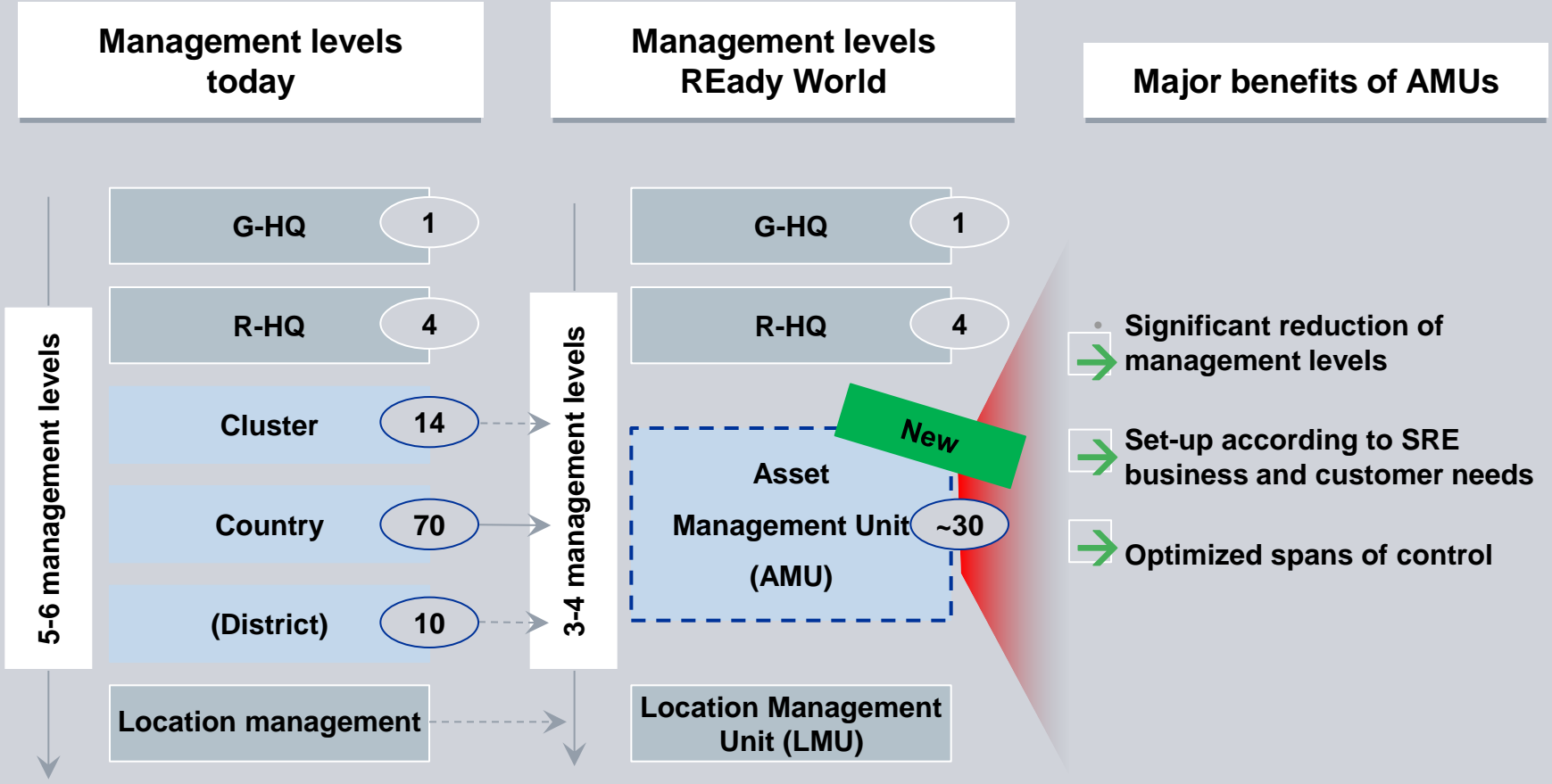
Funktionaliteten...



Bygherrens faktiske

behov...

AMU set-up



of entities per management level

Note: G-HQ = Global Headquarter; R-HQ = Regional Headquarter; AMU = Asset Management Unit

Source: REady Workforce Survey, REady World project team

Få puslespillet til at passe – FM den vigtige brik



SRE DK vil som den foretrukne samarbejdspartner, supportere forretningsområdernes drift og udvikling ud fra et samlet strategisk, bæredygtigt og rentabelt perspektiv.

Kommunikation - NHQ

Vort nye hovedkvarter

- management
- medarbejderne
- AMU UK
- HQ München



Siemens Office Concept - Oversat til dansk kultur

Sælge huset til brugerne – fra kontorer til open office mv.

Værktøjer

- Visualisér – før og efter
- Brugergrupper – og find og uddan ambassadørerne
- Sælge som egen idé
- Tilnærm dansk kultur – f.eks. trægulve i stedet for nålefilt samt ikke linære vinduespartier



Kommunikation

Mindst halvdelen af FM arbejdet og succes er kommunikation

- Overfor kunden
- Overfor medarbejderne
- Overfor ledelsen

HUSK

- At kommunikere på modtagerens præmisser
- Du er ejer af budskabet
- At være autentisk og synliggøre (mer)værdien
- Det enkle budskab – (kan du forklare det på 15 sek. ?)

HVORFOR?

Motivation og forventningsafstemning

En meget vigtig del af et professionelt ansigt udadtil

Sikre buy-in hos FM stakeholders

Være en del af beslutningen

Og ikke mindst, at du er/forbliver den **foretrukne samarbejdspartner**