

3 Mobilitetstrender vi forventer å se i 2021

Angela Gutu, Director, Global Account Management
Yathy Abdul Fatah, Director, Global Account Management

Hvordan outsourcing kan støtte mindre globale mobility-team

Verden opplever nå en ny fase av pandemien, ettersom utsendelsen av covid-19 vaksinene i varierende grad har begynt. Etterhvert som selskapets interessenter begynner å tenke på en verden etter covid-19 planlegger de også hvordan man kan møte potensielle forretningsmuligheter, mens interne mobility-team forbereder seg på å støtte organisasjonsmålene. De investerer tid i scenario-kartlegging med interne bedriftsenheter, gjennomgår samarbeid med tjenesteleverandører, mobility-programmene og vurderer nåværende interne talentbehov.

3 mobility-trender vi forventer å se i 2021

- 1. Mobility-funksjon vil være mindre og mer smidig*
- 2. Mobility-funksjonen vil i større grad involvere seg i program- og organisatorisk strategi*
- 3. Mobility-funksjonen vil bli stadig mer involvert i medarbeideropplevelse*

3 Mobility-trender som kan forventes i 2021 og hvordan outsourcing kan hjelpe

I denne SIRVA-artikkelen diskuterer vi tre trender som vi forventer vil fortsette neste år, betraktninger for hver trend og hvordan outsourcing av mobility kan støtte egne team i dette spennende, men utfordrende nye mobility-landskapet.

1. Mobility-funksjon vil være mindre og mer smidig –

Normalen vil bli at færre personer som tar på seg mer arbeid. I mange tilfeller har reduisering i antall ansatte resultert i at organisasjonene mister noen av sine kunnskapsrike ressurser. Selv om vi forventer at remobiliseringen skal skyte fart rundt midten av neste år vil mobilitets-teamene sannsynligvis ikke øke i størrelse, i hvert fall ikke umiddelbart etter pandemien. Tilpasning vil være en pågående prosess og krever en ny tilnærming til hvordan man reorganiserer ressurser, kjennskap til organisering og engasjering av eksterne partnere.

Forestill deg for eksempel en avgjørelse gjort av et globalt selskap:

Ledelsen så på disse turbulente tidene som en mulighet til å utføre scenariomodellering og til å se etter de mest effektive egne (kontra eksterne) ressursallokeringene. Avgjørelsen om å innføre et slankere mobilitetsteam in-house, med en sentralisert outsourcet tjenestemodell, har allerede gitt mange fordeler. **Gjennom konsultering med SIRVA mottok selskapet rettidig markeds- og konkurranse-benchmarkingsdata, som direkte omdannes til et mer vellykket og tilpasningsdyktig mobility-program.**

Det er viktig å huske at gjenåpning av grenser og heving av reiserestriksjoner vil skje gradvis, men ikke nødvendigvis i en lineær (eller konsistent fremadgående) manøver. Vi forventer at normalisering vil begynne med flere grønne broer mellom et lite antall land, etterfulgt av større reisebobler likt det vi har sett i asiatiske områder. En global standard som den [foreslått av International Air Transport Association \(IATA\)](#) (eller tilsvarende) må være på plass før bedrifter kan gjøre fornuftige antakelser rundt full gjenopptakelse av global talentflytting.

Det overstående adresserer kun noen få av mange variabler som mobility-ansatte må tenke på i en svært usikker verden. Det å rett og slett holde følge med de siste immigrasjonsendringene – og de som ennå ikke er iverksatt – vil være en utfordring for allerede travle team. Å slå seg sammen med et ekstern mobilitets- eller relocationselskap gir umiddelbar tilgang til globale ressurser, ekspertise og nettverk, og kan gjøre det å administrere mobilitet enklere.

2. Mobility-funksjonen vil i større grad involvere seg i program- og organisatorisk strategi –

En rekke områder gir muligheter hvor mobility-funksjonen kan spille en strategisk rolle. Dette gjelder:

- Beredskapsplaner: Mobility-funksjonen spiller en avgjørende rolle i gjennomgangen av organisasjonenes eksisterende beredskapsplaner. Disse

har ofte vist seg å være ineffektive i sammenheng med covid-19. Ringvirkningene rammet samtidig på lokalt, regionalt og globalt nivå, og påvirket både ansatte og organisasjoner i alle forretningsområder. Nivået på konsekvensene som inntraff var uten sidestykke. I samarbeidet med våre kunder gjennom 2020 opplevde vi behovet for mer motstandsdyktige planer for uforutsette hendelser, slik som pandemien.

Å bygge motstandskraft var et av hovedmålene for et annet globalt selskap: Deres spredte talent-pool er utstasjonert på fjerntliggende, ikke-tradisjonelle expat-steder over hele verden. Mens de responderte på pandemien identifiserte selskapet samtidig hull i sine beredskapsplaner og bestemte seg for å engasjere en ekstern leverandør med en veletablert forsyningskjede for å støtte alle flyttende ansatte, spesielt de på de mest sikkerhetssensitive stedene.

I tillegg til å trenge robuste administrasjonsprotokoller for leverandører og et bredt fotavtrykk, outsourcet selskapet for første gang mobility-tjenester og trengte å forstå den beste metoden for å omforme retningslinjene sine med forbedret rettferdighet og konsekvent levering som hovedfokus.

Fordelene for de ansatte ved å inngå partnerskap med SIRVA merket man umiddelbart. De fikk bred og dyp støtte på måter som både var konkurransedyktige og bedre tilpasset deres situasjon. [Teknologi](#) spilte også en kritisk rolle. For første gang kunne organisasjonen estimere kostnader, sikre godkjenninger, igangsette flyttinger og innhente rapporter, alt gjennom en sentralisert plattform.

Organisasjoner som jobber gjennom en sentralisert Relocation Management Company (RMC)-modell, kan oppleve at det er enklere å utføre en grundig vurdering av sine virksomhets beredskapsplaner, primært på grunn av den enkle administrasjonen som følger med å ha færre partnere å kommunisere med, men også på grunn av RMC-ens eksisterende teknologi og den mangfoldige logistiske

ekspertisen de har utviklet som et resultat være «lokalt» til stedet med sine ansatte, over hele verden.

- **Risiko i forsyningskjede og ineffektiviteter:** Forsyningskjeder innen mobilitet involverer vanligvis mange partnere som opererer i flere geografiske områder, med varierende personvernkontroller og protokoller for systemgjenoppretting. I lys av dette kan denne modellen bidra til bekymring. Fagfolk innen mobility har jobbet tett med rådgivere om compliance og aktsomhet ettersom de i en unikt posisjon for å informere juridiske avdelinger om hull som kan oppstå under gjeldende omstendigheter. De kan også synliggjøre behovet for nye parametere og modeller der risiko reduseres ytterligere. Outsourcing med et erfarent globalt relocation-selskap kan også være en fordel i denne forbindelse: Hvis mobility-leverandøren bruker et internt nettverk av leverandører, overvåkes data gjennom et enkelt nettverk, noe som minimerer risikoen. I tillegg, når leverandører/byråer overvåkes gjennom ett system hele veien (og er i samsvar med standarder), maksimeres produktivitet, effektivitet og kvalitet.

Bransjen forventer at den strategiske rollen til mobility vil fortsette å vokse, og dermed også behovet for at mobility-funksjonen går fra en operativ rolle til en som er aktivt involvert i virksomhetstilsyn og planlegging.

Et globalt selskap tok en beslutning som er et godt eksempel på den potensielle verdien outsourcing gir i form av modne, velprøvde mobilitetsprogrammer. På grunn av sin suksess med det eksisterende mobility-programmet, bestemte organisasjonen seg for å fortsette å outsource deler av programmet til SIRVA. **Aktiviteter knyttet til vurderinger av utstasjonering og familiestøtte – før- og etter flytting – ble gitt til SIRVA.** Denne endringen var gradvis og godt kalibrert gjennom konsultasjon med flere interessenter, og underbygd av et ønske om å gi enda større bredde og støtte til det interne mobilitetsteamet. **Spørreundersøkelser etter flytting indikerte at det var en forbedring av kundeopplevelsen. Flyttende familier opplevde t at støtten som ble mottatt var bedre tilpasset deres omstendigheter og svartiden på forespørsler ble redusert.**

Det overordnede budskapet er at fagfolk innen mobility har blitt kastet inn i svært kritiske interne beslutningsprosesser, som krever tid til undersøkelse og refleksjon hvis de skal formulere sine anbefalinger til juridiske avdelinger og forretningsområder/divisjoner. Disse aktivitetene krever mye prioritering og god tidsstyring fra mobility-utøvere. Å effektivisere ekisterende partnerskap gjennom sentralisert kontroll er beste praksis og en vei mange organisasjoner tar.

3. Mobilitetsfunksjonen vil bli enda mer engasjert i medarbeideropplevelsen –

Ettersom mobility-team fortsetter å operere med redusert bemanning, vurderer de hvordan de best kan signalisere empati og inkludering til de ansatte de betjener. I tillegg til den nøye overvåkingen av reise- og innvandringsretningslinjer og styrking av beredskapsplaner stiller mobilitetsutøvere de riktige spørsmålene slik at de kan bli godt orientert om behovene til de ansatte. Hva tenker de om fremtiden? Hva føler de? Hvordan ser vellykkede utstasjoneringer ut for dem? Hva må ha «høy prioritet» i denne nye fasen?

Et oppstartsselskap i Sørøst-Asia satte deres ansattes erfaring i sentrum av sin beslutning om å outsource mobilitet for første gang. Deres virksomhet utvides geografisk. Produktene deres varierer. Talentprofilen de ser etter er alltid varierende.

Fordi organisasjonen er så oppmerksom på medarbeideropplevelsen, endret ledelsen sin forståelse av hva deres flyttende ansatte i stor grad trengte etter hvert som pandemien utviklet seg og påvirket deres utstasjonerte ansatte. Som et resultat krevde de fleksibilitet fra sin relocation-partner for å justere tjenestetilbudene. Policyene endret seg vesentlig fra de tidlige stadiene av outsourcing-reisen, og samsvarer nå bedre med hva det flyttende ansatte føler er mest relevant i dag. **SIRVA inngikk et samarbeid med selskapet for å balansere ansattes behov, kostnadstrykk fra forretningsenheter og gi konkurranseevnen selskapet trenger for å tiltrekke seg talentene de trenger. Med en intern mobility-funksjon som bare støttes av én**

medarbeider (med begrenset kunnskap), har SIRVA gitt verdifull støtte og internt styrket den verdien mobility-funksjonen gir de ansatte.

Aktiv lytting er en kritisk ferdighet som fagfolk innen mobility viser hver dag, men det tar tid å bestemme de nåværende og utviklende følelsene til de ansatte som de hjelper til med å flytte. Å forstå hva som er viktig for ansatte er et grunnleggende skritt i re-design av mobility-programmer. Eksterne partnerskap med mobilitetspartnere, som for eksempel et relocation-selskap, kan være et verdifullt alternativ for organisasjoner som ønsker å utforske nye modeller når de tilpasser seg en verden etter covid-19.

Støtter mindre mobilitetsteam gjennom outsourcing

Oppsummert er det mange muligheter for mobility-funksjonen for å bidra og komme organisasjonen til gode.

I en verden med hard konkurranse om talenter må bedrifter demonstrere at de er årvåke og lydhøre. De må signalisere at de forstår hva som er nødvendig for at talent skal flytte i en verden som er i rask endring, og at de kan designe og gjennomføre skreddersydde programmer som passer for lokale formål. Mobility-ansatte må holde seg oppdatert på allmenne interesser når det gjelder immigrasjon og helse, og konsultere juridiske partnere rundt forretningskontinuitet og risikoreduserende planer. Det er også avgjørende at mobilitetsteam avstemmer planlegging og utførelse med forretningsmål. Det er like viktig at de beholder bredde for å proaktivt signalisere empati og inkludering til den globalt mobile ansattgruppen de betjener. Samlet er dette en vanskelig oppgave.

Implementering eller styrking av eksterne partnerskap med relocation-selskaper gir støtte til interne team ved å øke bredden i organisasjonen og utvide tilgangen til globale nettverk og ekspertise. Som et resultat står disse interne teamene fritt til å fokusere på selskapets strategi, overholdelse og styrking av medarbeideropplevelsen.

For å lære mer om hvordan SIRVA kan støtte din bedrift og gjennomføre en grundig gjennomgang av din virksomhets mobility-struktur, prosesser og retningslinjer, kontakt oss på concierge@sirva.com.



Bidragstere

Jialin Chia, Senior Regional Marketing Manager, APAC og Midtøsten

Lisa Marie DeSanto, Content Marketing Manager