

Hur skapar man ett välkomnande, värdeskapande och effektivt möte? Svaret och mycket mer kreativ mötesknow how finns samlat på Möteskulturdagen, som nu arrangeras för tredje året i rad. Mötesbarometern, Hur

du ÄR ditt varumärke, matens betydelse för ett energifyllt möte och ledarskap på apstadiet är några av programpunkterna.

Text och foto: Susanne Hushagen

Möteskulturdagen

Ett möte som lär oss att ha rätt möten

Möteskulturdagen arrangeras i Göteborg, Lund och i Stockholm och brukar totalt samla cirka 1000 personer.

– Det har blivit ett mycket uppskattad dag som bidrar till sätta fokus på just vår bransch och vilket enorm potential det finns i ett lyckat mötesarrangemang. Ett möte idag handlar inte bara U-sittning, säckosäckar och teknik. Vi vill visa på möten

utifrån ett tillväxtperspektiv där hela helheten är betydelsefull. Från planering, möblering och teknik till mat och själva innehållet/talarna, säger Florence Cardell på Scandic som är en av medarrangörerna till Möteskulturdagen.

– Tanken är att jobba tillsammans och inspirera varandra. Vi vill poängtera vikten av att få in en möteskultur med fokus på

mötets syfte och mål. Vår avsikt är att dagen ska ge inspiration, kunskap och nya insikter så att deltagarna får med sig något hem för att förändra, förbättra och ladda sina egna värden, sade Åsa Lindell, Meetmarket, som tillsammans med Micke Darmell från gr8 meetings var moderator för seminariet.



Några av talarna under Möteskulturdagen som lyfte fram vikten av rätt kommunikation, hur skapar man en effektiv mötespolicy? vad kan vi lära av Mötesbarometern. Her Sigge Birkendal, Åsa Lindell, Jacob Marinko och Micke Darmell.



Hela inramningen, med möblering, teknik och inte minst maten, har betydelse för ett lyckat möte. Vi jobbar mycket med att se möten utifrån ett tillväxtperspektiv där varje detalj är viktigt, säger Florence Cardell och Erika Olsson på Scandic, som är en av medarrangörerna till Möteskulturdagen.

Fakta/möteskulturdagen

Arrangeras: i Göteborg, Lund och Stockholm.

Arrangörer: Scandic, Värdskapet och Highlights.

Målgrupp deltagare: beslutsfattare, från vd till personalchefer och mötesbokare inom både offentlig och privat sektor.

Viktiga delar i en mötesstruktur:

- tydliga syften
- effektiv tid
- tydliga beslut
- vara väl förberedd
- en bra och tydlig ledning.



”Om något är värt att göra så är det värt att göra det bra”

Det finns mycket pengar att spara på att genom att ha en genomtänkt mötesstruktur. Att kartlägga syften och mål med en strategi och policy. Det är lite av tankarna bakom Mötesbarometern som nu genomförs för tredje året.

Jacob Marinko från 3 S har en lång erfarenhet av affärsutveckling och analys. Han hjälper organisationer, chefer och konsulter med verktyg och metoder för att driva strategi och förändringsarbete baserat på fakta. Idag utvecklar Jacob och 3S bland annat Mötesbarometern, en unik metod för att kartlägga organisationer, möteskultur och möteseffektivitet.

– Jag utgår ifrån tesen: ”Om något är värt att göra så är det värt att göra det bra”, och använder mig enbart på siffror och fakta i mina analyser. I år fick vi drygt 550 svar från chefer och ledare, vilket innebär att representativt urval av svenskt näringsliv, både offentlig- och privat verksamhet.

– De flesta företag och organisationer har en genomtänkt policy för utbildning, it och produktutveckling men inte när det gäller möten. Vilket innebär mycket slöseri med resurser. Genom att kartlägga sin mötesstruktur kan man vinna mycket, både pengar och effektivitet. Syftet för mig är att visa att det finns mycket att vinna på att ha en medveten policy och strategi för sina möten. Mot bakgrund av statistik och tabeller kan man omsätta tid i pengar, säger Jacob Marinko.

”Sitter” i möten

– Resultatet visar att det, tyvärr, är många medarbetare i organisationer som upplever att de ”sitter” i möten. De ser hälften av den tiden som ineffektivt använd tid, hela 30 % menar att deras möten tar energi, var 4e att det minskar deras produktivitet.

– Tiden har en nyckelroll, hur mycket tid man lägger på inför – på och efter mötet?

Därför har jag räknat lite på

hur mycket tid det handlar om och vad den tiden kostar i löner. Pratar vi en organisation på 100 personer är det cirka 19 000 000 årligen, lågt räknat. (400 SEK/timme x 40 veckor x 100 pers x 12 tim/vecka, uppdelat på 2,5 h planering, resor t/r 2 h och mötestid 7,5 h)

Hälften av det, det vill säga 9 500 000, är ineffektivt använda enligt deltagarna själva.

Vinna mycket tid

– Utifrån det menar jag att de flesta, med mycket små förändringar i sin mötesstruktur, kan vinna oerhört mycket tid, och pengar. En 5% förbättring i tid innebär nästan en hel arbetsvecka i tid/per anställd. Och en minskad (eller snarare omplacerad) lönekostnad, säger Jacob Marinko.

– Det viktiga i en mötesstruktur består av fem delar: tydliga syften, effektiv tid, tydliga beslut, vara väl förberedd och att ha en bra och tydlig ledning. Givetvis är även den sociala biten viktig på ett möte, men det

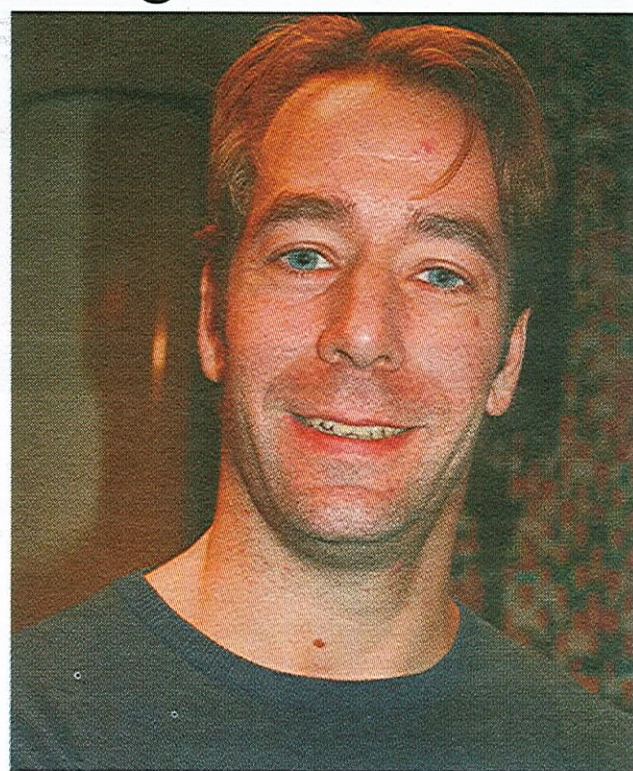
är ingen konflikt i detta.

– Jag har även undersökt hur mycket tid vi lägger på e-mail och om det finns en policy där. Resultatet visar även där att många upplever e-mail som en stor tidstjuv. Även här finns mycket att spara om man gör upp en klar policy för det.

Ett beteendemönster

– Det handlar inte om att bara lägga ut en mötespolicy eller e-mailpolicy på intranätet utan om ett kultur och beteendemönster som ska ändras för att nå förändring och förbättring. Att revidera sina möten vid bokslutet och enkla saker som att till exempel skapa en mall för olika typer av möten. Genom att mäta och ha genomtänkta syften blir du bättre. Min mission är att visa på tid och effektivitet omsatt i ekonomiska termer, säger Jacob Marinko.

Alla bör fråga sig: Varför ska vi ha mötet, vilka bör vara med? Vilka resurser har vi? Vilka mål har vi? Kort sagt, vad kan vi göra för att bli bättre?



Jacob Marinko från 3 S har en lång erfarenhet.