

”Det räcker inte med att ha gott att säga, du måste skapa bra forum för samtal. Envägskommunikation ska bort från mötesrummen”, säger mötesexperten Erik Mattsson, som i den här bilden (som är ett montage) håller en workshop med sig själv.



Så lyckas du med en workshop

En duktig mötesledare, en inbjudan där förväntningarna tydligt framgår – och bra förberedelser. Det är några av nycklarna för att skapa framgångsrika workshops, enligt mötesexperten Erik Mattsson.

– Om man inte har hunnit förbereda workshopen ordentligt bör man avstå från att hålla den, säger han.

/ TEXT Petra Olander / FOTO Anna-Lena Lundqvist

Det var de många, otroligt dåliga mötena som gjorde att Erik Mattsson började intressera sig för mötestekniker. Då, för 25 år sedan, arbetade han med politiska processer.

– Där är det extra viktigt att människor möts och kommer till tals. Redan då såg jag att många inte tyckte att de behövde anstränga sig, för de hade ju så goda intentioner. Det räcker dock inte med att ha gott att säga, du måste skapa bra forum för samtal. Envägskommunikation ska bort från mötesrummen.

Sedan dess har Erik Mattsson skrivit tre Möteskokböcker. Den första kom ut 2009 och den senaste i mars i år. Han driver också utbildningsföretaget Ordrum som ger handfasta råd och tips vad gäller att hålla effektiva och produktiva



möten, en färdighet som han menar är grovt underskattad i affärsvärlden i dag, där vi tillbringar en stor del av arbetstid i möten. Bland höga chefer går 70–80 procent av arbetstiden åt till möten, visar studier.

– Ändå utbildar man inte mötesledarna. Mötesledarna är ofta experter i sin yrkesroll, inte på att leda möten. Att inte kosta på dem någon utbildning i att hålla möten och workshops är fascinerande och rentav taskigt. Vi skulle väl aldrig inom andra områden avstå att ge utbildning till någon som ägnar så stor del av sin arbetstid till en arbetsuppgift?

Han varnar också för kostnaderna som onödiga möten orsakar i tappad arbetsglädje, ökad stress, minskad produktivitet och i rena kronor och ören.

– Grovt räknat kostar tio personer i ett rum i en timme 15 000 kronor. Efter mötet surar de ner några till på sina egna avdelningar och där har du tappat 15 000 kronor till. Det är sorgligt och slösaktigt.

Möten hålls ofta på ungefär samma sätt, av slentrian. Det är något vi behöver komma ifrån, menar Erik Mattsson. Att göra vissa möten till workshops kan vara en viktig pusselbit.

– Det gäller att veta vad man vill få ut av sitt möte. I en workshop försöker man aktivera gruppen, till exempel lösa ett problem eller lära sig något tillsammans. Då finns det många olika tekniker som gör att deltagarna engagerar sig och du får ut maximalt av gruppen och mötet. //

TRE WORKSHOP-METODER

Parpromenad

Metoden går ut på att låta två personer samtala under en promenad utomhus. Om mötet är digitalt kan samtalet ske i telefon. För att skapa dynamik kan man sätta samman par av personer som vanligtvis inte har så mycket kontakt med varandra. Det är viktigt att frågan som ska diskuteras är tydlig. Samla sedan gruppen och låt deltagarna dela med sig av sina reflektioner och av svaren de har diskuterat sig fram till.

Tvärtom

En metod där man genererar idéer genom att i ett första steg vända bak-och-fram på frågan man söker svar till. Metoden drar nytta av att det oftast är lättare att finna det negativa än det positiva. Identifiera en fråga ni vill besvara, exempelvis: "Hur kan vi göra konferensen så bra som möjligt?" Vänd sedan frågan till dess – ofta mycket roligare – motsats: "Hur kan vi göra konferensen så dålig som möjligt?" Försök därefter att använda varje förslag för att hitta en lösning till frågan man söker svar på.

Linjen

En metod där man tänker sig en linje över golvet som representerar en glidande skala från till exempel "ja" (vid ena väggen) till "nej" (vid andra väggen). Deltagarna kan sedan besvara frågor genom att placera sig utmed linjen. Mötesmetoden fungerar bra som inledning till en pratstund om vad deltagarna anser och varför, och är ett sätt att bättre förstå varandra på olika avdelningar och ge ett nytt perspektiv.

Expertens råd: Så lägger du upp din workshop

1 FÖRE MÖTET

Innan du kallar till en workshop eller möte: fråga dig om det finns ett annat sätt att lösa problemet du har. Mötet är bland det dyraste verktyget du har i en verksamhet, så därför måste du vara försiktig med vad du gör när du samlar människor i ett rum.

Bestäm ett tydligt syfte och ett mål med mötet. Målet får gärna vara mätbart. Är det en workshop, berätta i förväg att deltagarna förväntas vara aktiva, annars kan någon gå fullständigt i baklås. Deltagaren har kanske tänkt sig att sitta längst bak och ta anteckningar och det slår helt fel när du plötsligt börjar ställa frågor.

Därefter kan du fundera på vilka som har nytta av att vara med. Kalla inte människor i onödan, det kostar arbetstid och skapar stress.

Nästa steg är att fundera på är mötesformen. Vissa möten lämpar sig väl för att ha digitalt, andra fysiskt, andra i hybridform, alltså en blandning mellan de båda.

Var tydlig med vad det är för sorts workshop eller möte redan på kallelsen. I dag finns det många digitala whiteboard-lösningar, vilka gör att man kan hålla riktigt bra workshops även digitalt. Är syftet teambuilding där ni ska lära känna varandra – då måste alla delta fysiskt. Kan någon inte delta annat på länk får den vara frånvarande.

Var också tydlig med vilka förberedelser som krävs. Är det ett beslutsmöte där deltagarna förväntas ha läst utskickad information, måste alla veta om det. Vissa mötesledare börjar ändå, för säkerhets skull, mötet med att högt läsa upp informationen som har skickats ut, men då förbrukar man en massa mötestid när deltagarna borde kunna förväntas ha gjort sin läxa. Detta sänder också signalen att man inte behöver förbereda sig.

Skriv gärna också redan vid kallelsen hur resultatet kommer att tas vidare, till exempel av berörd chef, så du gör mötet meningsfullt.

2 UNDER MÖTET

Är första frågan på mötet "Vad handlar det här om?" betyder det att något har gått fel. Varför ni samlas ska framgå redan vid inbjudan.

Få bort så mycket som möjligt av envägs-kommunikation. Det finns många sätt och metoder att bygga en workshop: metoder för samtal, involvering, bearbetning, utvärdering ... allt beroende på vad du vill göra i din workshop. För att hålla deltagarna aktiva är det framför allt en bra idé att inte låta alla möten bli likadana av slentrian. (Se faktaruta på tidigare uppslaget.)

Tänk utanför boxen. Med modern teknik kan



//
Är första frågan på mötet "Vad handlar det här om?" betyder det att något har gått fel.

ny input enkelt läggas till. En kollega från en annan avdelning, en kund eller en Harvardprofessor kan kopplas upp via länk under 20 minuter och ge gruppen nya tankar och insikter.

Mötet måste dokumenteras, men lägg inte tiden på att skriva ner allt som sägs. Lägg i stället energin och tiden på att dokumentera det som är viktigt att ta med sig därifrån.

Ta en stund i slutet av mötet och reflektera över vad ni har kommit fram till och vem som ska göra vad. Det blir en kvittens där deltagarna får information om hur resultatet kommer att tas vidare.

3 EFTER MÖTET

Nu är det viktigt att någon tar ansvar att resultatet förs vidare. Du kan avsluta mötet med en liten ceremoni där du överlämnar mötesresultatet till en utsedd person som ansvarar för att ta det vidare. Det ska inte landa på en sekreterare eller assistent som plockar ihop era anteckningar utan att veta vad det ska vara till.

Kom ihåg att de som ansvarar för workshopen eller mötet måste ha tid efteråt för att göra verklighet av resultatet, för det krävs arbetstid. Det innebär att nästa möte inte kan komma dikt an, och sedan nästa. Mötena måste vara en del av arbetslivet, men de kan inte vara hela arbetslivet.

Efter mötet ska också syftet och det mätbara målet mätas. Var målet att företaget skulle bli bättre på att ge service, då ska listan över åtgärder sättas upp på väggen i personalrummet och någon ska ha det tydliga ansvaret för att bocka av punkterna efter hand.