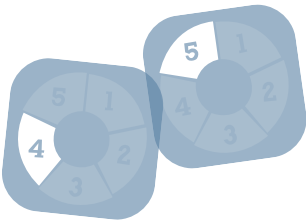




Möteskokboken

Handbok i mötesledning för
en global och digital värld

III



ERIK MATTSSON & PIA MOBERG



Till alla er som tror på kraften i det mänskliga mötet

Ordrum AB

Rosengatan 2 A

413 10 Göteborg

© Erik Mattsson & Pia Moberg, 2023

Grafisk form: Ola Carlson

Illustrationer: Thomas Feiner, Helena Bergendahl

Upplaga: 1

Tryck: Bulls Graphics, 2023

ISBN: 978-91-982321-3-4

Boken kan beställas från Ordrum AB via

www.moteskokboken.se.

Mångfaldigandet av innehållet i denna bok, helt eller delvis, är enligt lag om upphovsrätt förbjudet utan medgivande av författarna. Förbudet gäller varje form av mångfaldigande, genom tryckning, duplicering, inspelning etc.

Innehåll

VANLIGA FRÅGOR 7

| | |
|----------------------|---|
| Vanliga frågor | 8 |
|----------------------|---|

MÖTETS FÖRUTSÄTTNINGAR 11

| | |
|------------------------------|----|
| Mötets syfte & mål | 12 |
| Mötets typ, tid & form | 14 |
| Mötets formalitet | 24 |
| Kulturell kontext | 32 |
| Mötesregler | 58 |

MÖTETS AKTÖRER 61

| | |
|-----------------------|----|
| Mötesledaren | 62 |
| Mötesdeltagarna | 64 |
| Funktionärerna | 68 |

MÖTESLEDARENS ROLL & VERKTYG 69

| | |
|--------------------------|----|
| Spela rollen | 70 |
| Mötesledarrollen | 72 |
| Presentatörsrollen | 76 |
| Dialogmetoder | 80 |

MÖTETS DESIGN 95

| | |
|--------------------|----|
| Mötesmoduler | 96 |
| Mötesmetoder | 98 |

MÖTETS PLANERING 109

| | |
|--------------------|-----|
| Processen | 110 |
| Mötesexempel | 112 |

APPENDIX 119

| | |
|----------------------------|-----|
| Sökordsregister | 120 |
| Författarna | 122 |
| Produkter & tjänster | 124 |

Förord

Vi tror på möten mellan människor. Vi tror också på mötets kraft att föra processer framåt. Vi ser samtidigt behovet av en handbok som hjälper till att göra meningslösa möten till meningsfulla möten. Detta blir än viktigare när larmen kommer tätare om alla de tusentals timmar som går till spillo på grund av dåliga möten, med frustration och ekonomiska förluster till följd.

Det var under pandemin det hände. De digitala mötena slog igenom på allvar och världen växte – och blev samtidigt mindre. För trots att vi människor är väldigt lika, finns också stora skillnader. Med denna bok vill vi skapa förståelse för dessa olikheter, överbygga dem och skapa ett klimat för bättre och mer respektfull kommunikation. Det kräver träning och vilja men ger garanterat resultat. Vi lovar!

God hjälp på vägen under skrivandet har vi haft av många konstruktiva rådgivare och förvandlingen till bok har gjorts av ett synnerligen professionellt bokmakar-team. Stort tack till Ola Carlson för struktur och grafisk form. Tack Thomas Feiner och Helena Bergendahl för fantastiska ikoner. Tack Peter Chadwick för ständig inspiration och kunskapsutbyte om mötets interkulturella dimensioner. Tack också till Ardi Bouwers, Seyda Buurman-Kutsal, Charlotta Brynger, Patti McCarthy och Camilla Degerth för konstruktiva råd. Tack till Fredrik Mattsson för outtröttlig texttvätt och goda råd och tack Anna Jöborn för värdefulla kommentarer och kloka inspel.

Erik Mattsson

Pia Moberg

Göteborg och Brännö, januari 2023

Inledning

Möteskokboken 3 är en praktisk handbok för dig som leder möten i dagens globala och digitala värld. Här lär du dig hur du kan tänka kring mötets förutsättningar, aktörer och design. Du lär dig hantera kulturella skillnader och skapa effektiva möten även på distans.

VEM ÄR BOKEN TILL FÖR?

Som chef, ledare eller projektledare saknar de flesta av oss utbildning i mötesledning. Och det är underligt med tanke på att denna kompetens är viktigare än någonsin i vårt nya möteslandskap. I denna bok vill vi söka bot på detta och ge våra bästa tips och tekniker kring hur vi möts på ett meningsfullt vis.

INTE EN BOK UTAN TRE

Möteskokboken 3 har fokus på möten i en global och digital värld. Boken har två syskonböcker:

Möteskokboken 1 har fokus på grunderna i konsten att skapa effektiva möten och introducerar 30 enkla *Mötesmetoder*.

Möteskokboken 2 innehåller mötesexempel med upplägg och design av 50 vanliga möten.

Mötesledaren är huvudpersonen i alla tre böckerna. För de allra flesta

är rollen som mötesledare bara en av våra många arbetsuppgifter. Resten av tiden är du kanske:

- chef/ledare
- projektledare/koordinator
- personalare
- utbildare/lärare
- forskare/utvecklare
- eventarrangör
- styrelseledamot
- ombudsman

Du kan arbeta inom offentlig sektor, inom näringslivet eller föreningslivet. Du kan vara fast anställd, konsult eller ideellt verksam.

BOKENS UPPLÄGG

Boken inleds med ett kapitel om mötets förutsättningar, därefter följer ett kapitel med fokus på mötets aktörer. Sedan kommer ett kapitel med fokus på mötesledarens uppdrag och mot slutet tittar vi närmare på mötets design. Allra sist följer sedan ett kapitel med fokus på planeringen av mötet.



Vanliga frågor



Vanliga frågor

För dig som är otålig följer här några av de vanligaste frågorna vi brukar få och var i boken du hittar svaren. I slutet av boken finns också en klassisk sökordslista om du föredrar en sådan.

HUR FÅR VI FÄRRE MÖTEN?

Möten är inte lösningen på allt. Ibland är det enskilt arbete som krävs, inte ytterligare ett möte. Ett annat sätt att minska antalet möten är att ifrågasätta alla mötesserier av typen ”Måndagsmötet”. Allt börjar med att ha tydliga mål. Läs om *Mötets syfte & mål* på sid 12.

HUR GÖR VI VÅRA MÖTEN KORTARE?

Möten drar ofta ut på tiden för att mötets mål är oklart. Var noggrann med att bestämma syfte och mål och kommunicera detta gärna redan i kallelsen/möteslänken. Välj mötesform (digitalt, fysiskt eller hybrid) utifrån detta. En timme är inte alltid den optimala mötestiden: testa olika möteslängd för olika typer av möten. Läs om *Mötets typ, tid och form* på sid 14.

NÄR PASSAR DIGITALA MÖTEN BÄST?

De digitala mötena är att föredra när deltagarna är utspridda, när vi ska göra snabba avstämningar eller för beslutsmöten som inte kräver långa diskussioner. Läs om *Digitala möten* på sid 18.

HUR FÅR MAN HYBRIDMÖTEN ATT FUNGERA?

Hybridmöten, där det finns både fysiska och digitala deltagare, är utmanande eftersom risken är stor att makten hamnar hos dem som är med fysiskt. Som mötesledare måste du planera två parallella möten. Läs om *Hybridmöten* på sid 20.

HUR SER VI TILL ATT ALLA HAR SAMMA FÖRVÄNTNINGAR?

Genom att bestämma mötets formalitetsnivå – som fungerar som en mötets klädkod – vet alla också vad som förväntas innan, under och efter mötet. Läs mer om *Mötets formalitet* på sid 24.

VARFÖR FUNGERAR INTE REFLEKTIONSRUNDAN?

En anledning kan vara att deltagarna kommer från en miljö med stark *Hierarki* och har olika status. Då kan det vara svårt att få igång spontana samtal. En lösning är att låta samtal ske i grupper med samma status. Läs om *Hierarki* på sid 38.

HUR HANTERAR JAG PERSONER SOM AVBRYTER HELA TIDEN?

Mötesledarens uppgift är att skapa ett bra mötesklimat. I detta ingår att fördela ordet och också våga avbryta dem som tar för mycket plats. Om det finns deltagare i gruppen med olika snabb *Turtagning* (sid 50) är det bra att skapa mötesregler för hur turtagningen ska gå till. Läs om *Mötesledarens roll & verktyg* på sid 69.

VAD GÖR JAG OM NÅGON BLIR AGGRESSIV UNDER MÖTET?

Mötesdeltagarna kan ha olika uppfattningar om hur mycket man får uttrycka sina känslor. Försök att skilja på debattvilja och riktig aggressivitet. Läs mer om *Konfrontation* på sid 56.

HUR FÅR JAG ALLA ATT KOMMA TILL MÖTET?

Se till att det alltid finns en tydlig mötesagenda i kallelsen/möteslänken. Där ska också mötets syfte och vad som förväntas av mötesdeltagarna framgå. Då ökar oddsen att de kommer. Läs om *Mötesdeltagarna* på sid 64.

HUR GÖR JAG MED MÖTESDELTAGARE SOM ALLTID ÄR TYSTA?

Det kan finnas många skäl till att någon sitter tyst. Det kan vara att man inte tycker att man har något att säga. Det kan också bero på att man kommer från en miljö med stark *Grupplöjalitet* (sid 44) eller stark *Hierarki* (sid 38). Använd också gärna *Uppmuntra* (sid 91) och se till att ge mötesdeltagarna förutsättningar att förbereda sig, och tydliga instruktioner var i agendan de förväntas bidra och på vilket sätt. Läs mer om *Mötesdeltagarna* på sid 64.

HUR BEHÅLLER VI VÅRT FOKUS UNDER MÖTET?

Ta paus varje timme om mötet är fysiskt eller efter 45 minuter om mötet har digitala deltagare. Se också till att det finns tydliga *Mötesregler* (sid 58) kring vad som förväntas av deltagarna och arbeta gärna med variation under mötet. Läs mer om *Mötesmetoder* på sid 98.

HUR ARBETAR VI EFFEKTIVT NÄR DEN SPRÅKLIGA NIVÅN VARIERAR?

Våga *Fråga* (sid 93) om det du inte förstår, be den som talar att *Sakta ner* (sid 86) taltempot så att alla hinner med. Vid återkommande möten är det bra att sätta en standard för hur vi ska *Förenkla* (sid 82) språket.

HUR FÅR JAG RESPEKT SOM MÖTESLEDARE?

Det räcker inte alltid med att vara utsedd till mötesledare för att vinna mötesdeltagarnas respekt och förtroende. I mötesdeltagarnas ögon kan du ha såväl ”fel kön” som ”fel position”. Läs om *Mötesledaren* på sid 62.

HUR FÅR JAG MÖTESREGLERNA ATT EFTERLEVAS?

Ett bra sätt är att gruppdeltagarna själva – när så är möjligt – utformar reglerna tillsammans. Läs mer om *Mötesregler* på sid 58.

HUR BYGGER JAG EN MER FLEXIBEL MÖTESAGENDA?

Om du bygger ditt möte av *Mötesmoduler* (sid 96) som du sedan fyller med innehåll som till exempel *Mötesmetoder* (sid 98) är det lätt att lägga till eller ta bort någon modul om förutsättningarna förändrats under mötet.

HUR FÅR JAG MÖTESDELTAGARNA MER AKTIVA?

Var kreativ som mötesledare och använd *Mötesmetoder* (sid 98) för att involvera och inspirera. Du kan också arbeta aktivt med att *Uppmuntra* (sid 91) och *Fråga* (sid 93) dina mötesdeltagare. Läs om *Dialogmetoder* på sid 88.

HUR SKA JAG HINNA FÖRBEREDA MIG SOM MÖTESLEDARE?

Det tar tid att förbereda ett möte därför måste vi avsätta tid för förberedelser. Detta tillhör en av kärnuppgifterna för dig som ofta leder möten. Det är med mötesledning som med andra färdigheter, man blir bättre ju mer man tränar och då går också förberedelserna snabbare. Läs mer om *Mötesledarens roll & verktyg* på sid 69 och framåt.

HUR TAR JAG EMOT NEGATIV FEEDBACK UTAN ATT BLI SÅRAD?

För att utvecklas måste vi våga be om återkoppling. Ett sätt att dra nytta av negativ kritik utan att bli sårad är att be om att få specifik feedback på en roll, till exempel mötesledarrollen. Kom sedan ihåg att feedbacken inte handlar om vem du är som person utan på hur duktig du är i rollen. Läs mer i kapitlet *Spela rollen* på sid 70.

Hierarki



Hierarki handlar om hur vi utövar ledarskap och följar-skap. Det handlar om hur vi ser på maktförhållandet oss emellan. Hur viktiga är egentligen titlarna?

SVAG HIERARKI

Svag *Hierarki* innebär att distansen mellan chef och medarbetare är kort. Medarbetare och chefer kommunicerar fritt. Chefens ord väger inte tyngre än någon annans. Ofta förespråkas ett coachande ledarskap när organisationen är platt och jämlik. En kultur med svag *Hierarki* utmärks av att medarbetarna uppmuntras att ta egna initiativ och förväntas kunna ge återkoppling både om sig själv och sin arbetsplats.

I en miljö med svag *Hierarki* är positionen inte så viktig. Det är vanligt att man tilltalar varandra med förnamn och undviker att nämna den egna titeln.

Då problem uppstår i dessa miljöer skickar man ofta tillbaka problemen nedåt i hierarkin. Det ses som något positivt att själv lösa problemet istället för att gå till chefen.

STARK HIERARKI

Stark *Hierarki* innebär att hackordningen är tydlig. I en sådan miljö kritiserar man inte sina överordnade. Det finns ofta yttre markörer som markerar position. Vem som får kommunicera

med vem är strikt reglerat. Man tar ogärna egna initiativ utan är beroende av instruktion. I hierarkiska miljöer finns mängder av yttre markörer, t.ex:

- KLÄDSEL
- TJÄNSTEBILEN STORLEK OCH UTRUSTNING
- TJÄNSTERUMMETS PLACERING OCH INREDNING
- VISITKORT MED EXKLUSIVT TRYCK
- PLACERINGEN PÅ MÖTET, I BILEN ELLER VID FÖRHANDLINGSBORDET
- SÄRSKILD TOALETT ELLER KAFFEMASKIN

Synen på hierarki syns tydligt överallt också i hur man skickar sina mejl och inte minst i ordningen på namnen som får kopior (cc). Mottagaren läser ofta cc-listan innan man läser själva meddelandet.

Världvärlden, uniformsyrken (militär, polis och brandkår) samt trossamfund är i regel hierarkiska. Universitetsvärlden likaså. Här är till exempel turordningen på namnen i en vetenskaplig artikel extremt viktig.

Då problem uppstår i hierarkiska kulturer delegerar man i regel till närmaste chef. Det ses inte som en svaghet eller att man friskriver sig från ansvar när man ber chefen om hjälp. Snarare visar man att man tar ansvar för det ömsesidiga beroendet och är medveten om organisationens olika chefsnivåer. Det man måste se upp med är att ta kontakt med en chef flera nivåer upp eftersom man därmed inte respekterar sin närmaste chef.

Stark *Hierarki* är vanligare i *relationskulturer* än i *prestationskulturer*.

HUR HANTERA STARK HIERARKI UNDER MÖTEN?

Låt deltagarna välja hur de vill bli tilltalade

I interkulturella team är det bra att låta deltagarna själva berätta hur de vill bli tilltalade: förnamn, efternamn eller titlar?

Eftersom en titel på en viss nivå fungerar som ett passerkort, behöver man den för att kunna utöva sitt ledarskap eller ens kommunicera.

Hur man titulerar varandra och förhåller sig till hierarkin inom organisationen kan också ha med generation att göra. Den yngre generationen i traditionellt hierarkiska kulturer har i regel en mer avslappnad inställning till titlar är vad den äldre generationen har.

” När jag nämnde att jag tänkte börja cykla till jobbet blev mina kinesiska medarbetare förfärade. De berättade att vår avdelning hade betydelse eftersom chefen har ett rum på översta våningen och åker BMW med privatchaufför till jobbet.”

Svensk hög chef i Kina
(svag *Hierarki* möter stark)

Dialogmetoder

Digitala möten, språkbarriärer och komplexa ämnen är exempel på sådant som kan göra kommunikationen svår. Men det finns hopp. I detta kapitel introducerar vi ett antal dialogmetoder som hjälper dig att skapa dialog trots att förutsättningarna inte alltid är de bästa.

VAD ÄR BESKUREN KOMMUNIKATION?

I dagens mötesvärld kan det vara mycket som gör kommunikationen svår. Det kan handla om teknik, om att vi möts digitalt, om att vi talar olika språk eller om att våra kulturella ramar är olika.

För vissa kan en mötesdeltagares position vara det som möjliggör eller omöjliggör förståelse. För någon annan kan *Gruppoljaliteten* förhindra hen att interagera.

HUR KAN VI FÖRSTÅ VARANDRA ÄNDÅ?

Det finns yrken där kommunikationen måste fungera även om vi inte har samma modersmål eller samma kulturella referenser. Piloter är en sådan yrkesgrupp. En enda liten kommunikationsmiss mellan pilot och flygledartorn och liv står på spel. Piloter världen över har enats om att använda en förenklad formaliserad engelska. Genom att kommunikations-sättet är så tydligt definierat fungerar lufttrafiken i världen väldigt bra. Man behöver inte kunna sin Shakespeare, eller ha högsta poäng på grammatik-testet i engelska för att vara pilot. Det man måste kunna är den kommunika-

tionsstandard som International Civil Aviation Organisation har bestämt mellan piloter och flygledartorn – Air Traffic Control (ATC).

I den globala affärsvärlden finns ingen liknande överenskommelse, även om det kanske borde finnas det.

I internationella grupper är det oftast engelska som är språket vi kommunicerar på. För de allra flesta av oss betyder det att vi måste uttrycka oss på vårt andra- eller tredjespråk. Dessutom måste vi försöka förstå de i gruppen som kanske talar en annan engelska än den vi är vana vid både vad gäller taltempo, intonation och ordval.

En vd på ett av Sveriges största företag beskrev med stolthet att deras koncernspråk var ”Bad English”. Det viktiga var inte att språket är perfekt utan att man gjorde sig förstådd. Budskapet var att det är långt viktigare att kunna kommunicera med varandra än att tala felfritt rent grammatiskt.

När vi accepterar att språket i första hand är till för att kommunicera med – inte för att briljera med – kan vi börja hantera andra faktorer som gör kommunikationen svår, som kulturella skillnader, digitala möten eller tekniska utmaningar i kommunikationsprocessen.

DIALOGMETODER UNDERLÄTTAR FÖRSTÅELEN

Dialogmetoder är tekniker för att underlätta förståelsen så att en verklig dialog uppstår. Vi delar upp dem i sändarmetoder och faciliteringsmetoder. Sändarmetoderna är i första hand för dig när du talar och faciliteringsmetoderna är för att hjälpa den andre att tala. Vem som talar och vem som lyssnar skiftar förstås ständigt i ett samtal.

När du är förtrogen med dialogmetoderna kan du smidigt växla mellan dem för att underlätta dialogen i möten där kommunikationen är beskuren.

Sändarmetoder

- FÖRENKLA
- REPETERA
- DELA UPP
- SKYLTA
- SAKTA NER
- BESKRIVA
- VISA

Faciliteringsmetoder

- INTRODUCERA
- UPPMUNTRA
- SPEGLA
- KVITTERA
- FRÅGA

” Jag trodde jag var ganska bra på engelska, men vår brittiske chef gjorde det svårt att hänga med i alla interna skämt och ordvändningar. Allra svårast hade våra kollegor från Mellanöstern och Asien som inte delade samma humor. Då han på slutet frågade om vi förstått svarade vi alla 'yes' för att få slut på mötet.

Medarbetare på ett globalt bolag

SÄNDARMETODER

Följande dialogmetoder används främst då man själv vill sända ett budskap.



Förenkla

- **MODERSMÅLS-TALARE HAR** en särskild utmaning i en blandad grupp eftersom de ju är vana vid att kunna använda språkets alla nyanser. Om man dessutom inte talar fler språk än sitt eget kan det vara svårt att ens föreställa sig hur mycket man måste förenkla för att det ska bli begripligt för alla.
- **IRONI FÖRVIR-RAR** lätt om ni inte känner varandra väl. Tvetydigheter riskerar att såra mötesdeltagarna.
- **GRADEN AV** förenkling beror helt på gruppen. Om alla har samma yrkesbakgrund fungerar fackspråk väl. Och om alla talar samma språk fungerar idiomatiska uttryck.

BESKRIVNING

Förenkla handlar om att – även när man talar om något komplext eller använder sitt andraspråk – använda begripliga ord, meningar och uttryck. Vad som är begripligt avgörs förstås av dem du talar till.

VARIANTER

Använda begripliga ord

Försök att:

- undvika interna fackord
- undvika långa och komplexa ord.

Använda begripliga meningar

Försök att:

- undvika onödigt långa meningar
- undvika påhängsfraser (t.ex. "let's go home, shall we").

Använda begripliga uttryck

Många begrepp och förkortningar är interna och många talesätt och uttryck är nationella, försök att

- undvika interna förkortningar
- undvika ordspråk och talesätt
- undvika idiomatiska uttryck (t.ex. "ingen fara på taket")
- undvik ironi.

Använd substantiv istället för verb

- säg "who's your boss?" hellre än "who do you work for?"
- säg "what's the price?" hellre än "what does it cost?"

Mötesexempel

Nedan följer några exempel på vanliga möten och hur man kan resonera i förhållande till de verktyg, metoder och annat som du lärt dig i boken.

SYFTE

Komma vidare i en process

MÅL

Formulera nästa steg

MÖTESFORM

Fysisk/digital

MÖTESLÄNGD

2 h

MÖTESTYP

Processmöte

FORMALITET

Låg (2)

MÖTESLEDARE

Projektledare

DELTAGARE

Projektgruppen

FUNKTIONÄRER

Inga

NÅGRA VIKTIGA...

- MÖTESMODULER

Incheckning, Idégenerering, Utcheckning

- MÖTESMETODER

Tvårtom, Hjärnstorm, Upptäcktsresa, Dialogvägg, Stafettväxling

- DIALOGMETODER

Introducera, Uppmuntra, Fråga, Repetera

Brainstormingmötet

Syftet med mötet är att komma vidare i en process genom att vara kreativa tillsammans. Målet är att efter mötets slut ha formulerat konkreta nästa steg. Mötesformen är fysisk eller digital beroende på vilka som är på kontoret. Mötet lämpar sig bäst för en grupp som redan känner varandra. Därför måste vi – särskilt när många mötesdeltagare kommer från *relationskulturer* – inleda med möjlighet till att lära känna varandra och småprata informellt i början av mötet. Mötesledare är projektledaren.

Då vi ibland har mötesdeltagare med stark *Grupployalitet* är vi särskilt noga med att skicka ut så mycket material det går i förväg, eftersom de alltid har förmöten med varandra innan våra gemensamma möten. Eftersom några i gruppen är från en ingenjörsmiljö med stark *Faktabasering* måste vi enas om vilken data man tar med sig in i mötet redan i kallelsen. Då några av deltagarna är från en miljö med stark *Hierarki* använder vi *Gruppindelning* så att de med liknande position hamnar i samma grupp.

Eftersom mötet är kreativt och deltagarna diskuterar och inventerar olika möjligheter och perspektiv används flera mötesmetoder bland andra *Tvårtom* och *Upptäcktsresa*. Alla idéer samlas på en digital *Dialogvägg*. I slutet görs en *Stafettväxling* så att arbetet fortskrider efter mötet. Mötesledaren har en nyckelroll, inte minst när mötet är digitalt. Viktiga dialogmetoder är *Uppmuntra* och *Fråga. Repetera* är bra att använda i slutet av mötet som utcheckning.

Författarna

FOTO: OLA KJELBYE



ERIK MATTSSON är vd, utbildare, moderator och grundare av Ordrum AB. Han har skrivit *Möteskokboken 1 och 2*, *Talar kokboken* och varit redaktör för *Skrivarkokboken*. Han har också skapat ett digifysiskt 30-dagarsprogram i presentationsteknik. Erik undervisar på doktorandutbildningen vid Chalmers tekniska högskola och har tidigare undervisat i retorik vid Uppsala universitet. Han föreläser inom ett flertal ledarskapsprogram och har under årens lopp modererat ett stort antal konferenser. Hans utbildningsbakgrund omfattar en FK i statskunskap med retorik,

matematik, ekonomisk historia och fysik i bagaget. Han har haft uppdrag för åtskilliga företag, kommuner, landsting, organisationer, universitet och myndigheter och anlitas för uppdrag såväl nationellt som internationellt. Bland kunderna återfinns Sveriges Advokatsamfund, SKF, Volvo, Regeringskansliet, Scania, SSAB, IKEA, Skatteverket och Socialstyrelsen.

” Det roligaste i mitt jobb är att få besöka så många världar. Jag älskar när en uppdragsgivare säger: ’Välkommen in bakom disken, hit brukar vi inte ta våra leverantörer’. Då vet jag att jag kommer att få se något spännande och när hen sedan fortsätter: ’Det här är en mycket speciell verksamhet’. Det är då jag vet att vi är lika. Speciella som vi alla är.

FOTO: THOMAS FEINER



PIA MOBERG är grundare av företaget Japco. Med fokus på kulturell medvetenhet utbildar, coachar och inspirerar hon företag och organisationer. Hon har en PhD i japanologi vid Göteborgs universitet och är utbildad ledarskaps- och verksamhetscoach. Pia har skrivit böckerna *Etikett och kommunikation i Japan*, *Foolproof International Communication*, *Meningsfulla möten* samt ett flertal artiklar och bokkapitel inom ämnesområdena Japan, CQ (kulturell kompetens), ledarskap, komparativ retorik och möteseffektivitet. Kunder som Volvo Group, IKEA, ABB Hitachi och Göteborgs

stad har anlitat Pia för kulturträning av expatriater, rådgivning i interkulturella frågor och utvecklingsdagar för multikulturella team. Pia har tidigare varit lektor vid Göteborgs universitet och undervisat i affärskultur, Japans kultur- och samhälle, japansk kalligrafi och akademiskt skrivande. Hon driver också en Aikido-klubb och innehar svart bälte av sjätte graden (6 dan).

” När jag upplever hur deltagarna på mina utbildningar knäcker koden till ökad kulturell förståelse – det är en helt fantastisk känsla! Min drivkraft ligger i att ständigt leta efter rätt nycklar till den där ’aha-upplevelsen’, den som kan hjälpa oss framåt i våra mellanmännsliga möten. Detta att få dela min upptäckarglädje med andra och få en inblick i deras världar är oerhört inspirerande.