



# Vår samlade kunskap om möten

ALTITUDE MEETINGS  
WHITEPAPERS 2020

**ALTITUDE**  
— MEETINGS —

© Altitude Meetings 2021

[altitudemeetings.se](https://altitudemeetings.se)

[facebook.com/altitudemeetings](https://facebook.com/altitudemeetings)

[instagram.com/altitudemeetings](https://instagram.com/altitudemeetings)

[linkedin.com/company/altitude-meetings](https://linkedin.com/company/altitude-meetings)

#### **Maila oss!**

[meetingpoint@studiomalmo.com](mailto:meetingpoint@studiomalmo.com)

**Möten kan förändra världen! Det är i mötet mellan människor som idéer, tankar och visioner kan gå vidare till nästa steg och förverkligas.**

I den här broschyren har vi samlat några av våra tips för hur du ska tänka när du anordnar möten och hur du ska nå ut med ditt budskap i en digital värld.

Vi publicerar löpande whitepapers där vi delar med oss av vår kunskap. Följ oss för att inte missa våra kommande tips – och hör av dig om du vill veta mer om hur vi kan hjälpa dig med dina möten! Vi har fantastiska konferenslokaler, digitala studior av toppklass och ett fantastiskt nätverk inom våra hjärtefrågor demokrati och hållbarhet.

Kontakt och mer info: [altitudemeetings.se](https://altitudemeetings.se)

## **Innehåll**

<b>10 TIPS FÖR LYCKADE WEBBKONFERENSER OCH DIGITALA MÖTEN</b>	<b>4</b>
<b>5 TIPS TILL DIG SOM SKA PRATA FRAMFÖR EN KAMERA</b>	<b>10</b>
<b>10 GRUNDLÄGGANDE SAKER ATT TÄNKA PÅ NÄR DU ARRANGERAR MÖTEN</b>	<b>16</b>
<b>HYBRIDMÖTEN</b>	<b>22</b>
<b>5 TIPS FÖR MENINGSFULLA OCH ROLIGA KICKOFFER</b>	<b>30</b>
<b>SNABBA TIPS FÖR DIG SOM VILL TA KONTROLL ÖVER DINA INBOXAR</b>	<b>36</b>
<b>5 TIPS TILL DIG SOM VILL BLI EN BÄTTRE TALARE</b>	<b>42</b>

# 10 tips för lyckade webbkonferenser och digitala möten

## TIPS FÖR DIGITALA MÖTEN!

Webbkonferenser och webbmöten är fantastiska! Möjligheterna att kunna prata, utbyta tankar och samverka med människor från hela världen är en otrolig möjlighet för oss alla att bli klokare och skapa spännande saker tillsammans.

Digitala möten skiljer sig på många sätt från fysiska. Förutsättningarna är ju annorlunda. Men samtidigt är det ett misstag att tro att man som publik eller deltagare upplever saker på ett annat sätt bara för att mötet är digitalt. Och förberedelser vad gäller innehåll, presentation och genomförande är kanske ännu viktigare än inför fysiska möten – eftersom de flesta har mindre vana att genomföra digitala möten.

Här är därför tio av våra tips för dig som ska arrangera en webbkonferens eller ett webbmöte.

## 1. Mål och innehåll

Allt börjar med ditt mål. Vad är syftet med ditt möte och vad vill du att utkomsten ska vara?

I vårt eget arbete utgår vi sedan fem år tillbaka från vår egen niostegsmodell, där den första delen handlar om att sätta alla ramar som behövs, det vill säga att sätta målbilden, sätta innehållet och att sätta formatet. Gör du detta rätt från början riskerar du inte att hamna fel.

Just att sätta ramarna och att ta innehållsarbetet på allvar är super-viktigt inför digitala möten. Tänk i den här ordningen:

- Sätt dina mål först och gå därefter vidare till vilka ämnen som ska tas upp.
- Välj dina vinklar på ämnena och välj först därefter talare.
- När du har mål, ämne, vinklar och talare klara, väljer du bästa format – både utifrån dessa förutsättningar och utifrån ett större perspektiv, där du ser till mötetets helhet.

Bäst blir det om du får en variation genom att du varvar olika typer av inslag och mötesformer. Eftersom innehållet är så viktigt inleder vi alltid vårt arbete med en innehållsworkshop, där vi sätter allt från format till ämnen, vinklar och talare.

## 2. Vem sitter i publiken?

Att känna sin publik på djupet är ännu viktigare vid digitala möten än fysiska.

Det är ju inte säkert att du ser din publik under ett digitalt möte och kan därför inte läsa av den på samma sätt. Här är det en bra idé att checka av förväntningar och önskemål med publiken innan ditt möte och säkra ditt innehåll.

### 3. Hur har talarna förberett sig?

Det kan upplevas speciellt att prata in i en kamera och inte få omedelbar respons från de personer som lyssnar. Vårt råd till talare är alltid att försöka öva i en omgivning som liknar den man senare kommer att tala i. Ska du stå på en stor scen – försök öva på en stor scen.

Ska du tala i ett mötesrum – försök öva i just det mötesrummet. Ska du föreläsa på en webbkonferens – försök att öva i en setting som ser ut på det sättet. De allra flesta har lättare att utstråla entusiasm, energi och inlevelse framför en fysisk publik än framför en datorskärm. Men det handlar om vana och träning och det finns massor med knep!

### 4. Vad är rätt tid?

Precis som vid fysiska möten är svaret här nästan alltid: kortare än du tror.

Vi vet att våra hjärnor blir trötta efter 30 minuters passiv informationsinlämning. Därför är en bra talartid under ett fysiskt möte runt 15–20 minuter. Eftersom vi som publik inte får samma anknytning till en talare när vi sitter framför en dator, är det en bra idé att korta ner talartiden ytterligare under ett digitalt möte.

### 5. Hur ser din miljö ut?

Hur du designar din ”studiomiljö” under ett webbmöte eller en webbkonferens spelar väldigt stor roll. Här ingår allt från ljussättning och färgskala till möbler, dekorationer och eventuell branding.

Observera: din miljö kommer också att spela roll för dina medverkande talare.

Gör du det fint och lite mysigt eller trevligt, kommer de att slappna av mer och leverera bättre. En trevlig hemma-hos-soffsittning leder enligt vår erfarenhet nästan alltid till ett trevligare och mer avspänt samtal än en steril kontorsmiljö.



Exempel på enkel och trevlig soffmiljö.

## 6. Hur gör du publiken delaktig?

Under digitala möten kan publiken engageras och göras delaktigt på flera sätt.

Den kan prata tillbaka till dig (med ljud eller med ljud och video), den kan chatta, göra live-enkäter, och så vidare.

Hur du bäst gör din publik delaktig beror på vilken publik du har, men att du på något sätt utnyttjar möjligheterna att inte endast ha passiva mottagare av information på andra sidan din dator kommer att spela en väldigt stor roll för deras upplevelse och engagemang.

## 7. Utnyttja hela bredden av digitala mötesformer

Vilka former du använder dig av beror på ditt innehåll. Hur når du bäst dina mål? Hur når ditt budskap fram tydligast?

När du arbetar med att sätta ditt innehåll bör du fundera över vilka former som passar varje punkt bäst – och hur du skapar en helhet som är varierad.

Du kan till exempel välja att ha:

- en föreläsning (med eller utan bildpresentation)
- en intervju
- ett panelsamtal
- en Q&A-session (där publiken ställer frågor till en enskild talare eller en panel via ljud eller chatt)
- breakout-sessioner (där du delar upp din publik i mindre grupper och låter dem fortsätta diskutera ett visst ämne med videochatt i ett eget digitalt rum, för att sedan kalla tillbaka dem till det digitala huvudrummet när de är klara)

## 8. Se över dina bildpresentationer

En av de saker som en publik reagerar mest negativt på är dåliga Powerpoint- och Keynote-presentationer. För mycket text, för mycket

statistik, för många bilder, för mycket animeringar, typsnitts-cirkus och pixliga fotografier gör publiken sur.

Förflyttar du samma sorts presentationer till en digital miljö blir det dessutom oftast mycket svårare att se bilderna (eftersom en dator- eller mobilskärm är mindre än exempelvis en scen).

Vårt råd är att skala ner dina presentationer i antal bilder och samtidigt se till att minska ned textmängden till ett absolut minimum.

Sikta på en enkel, tydlig och ren design och utgå ifrån att din publik hellre tittar på dig eller pratar med dig än ser en lång powerpoint-presentation.

## 9. Säkra dina videofiler

Det är bra att ha en backup om din publik försvinner på vägen av tekniska skäl.

Har du en publik som är utspridd över hela landet och du inte riktigt kan hålla koll på hur säker uppkoppling alla deltagare har, kommer troligtvis en eller ett par personer att försvinna då och då. Om du ser till att spela in ditt webbmöte har du en bra backup. Vi rekommenderar också att streama mötet samtidigt till exempelvis YouTube eller Facebook (där man kan skapa slutna rum – om det inte är en öppen konferens), för att ytterligare säkerställa att folk kommer kunna ha tillgång till den inspelade konferensen.

## 10. Våga utforska!

Det kan kännas läskigt att gå från fysiskt möte till digitalt om du aldrig gjort det förr. Särskilt om du har kort tid på dig att ställa om. Men det finns hjälp att få och vågar du utforska möjligheterna är väldigt mycket vunnet. Framtiden handlar helt klart om en kombination av digitala och fysiska möten. Ibland samtidigt (där en viss del av publiken är på plats i ett fysiskt rum, medan resten är med via sina datorer eller telefoner) och ibland var för sig (där en seminarierie med digitala föreläsningar leder fram till ett fysiskt möte som avslutning, eller där en fysisk konferens leder fram till digitala möten och workshops som tar kunskapen vidare och skapar resultat av den).

# 5 tips till dig som ska prata framför en kamera

## FRAMFÖR EN KAMERA

I takt med att allt fler svänger om till att arrangera digitala möten och konferenser, får vi fler och fler frågor om hur man bäst förbereder sig på att prata eller föreläsa framför en kamera.

Här är därför fem av våra tips till dig som ska medverka på en webbkonferens!

### 1. Vässa innehållet

Ett tydligt huvudbudskap uppskattas alltid av publiken.

Som talare på en webbkonferens är ditt huvudbudskap extra viktigt, eftersom tiden då publiken är fokuserad tenderar att vara kortare om man tittar på en skärm jämfört om man tittar på någon live.

Fundera därför på hur du kan förenkla, förtydliga och korta ner din presentation.

### 2. Skriv ett manus

Ett skrivet manus är din kvalitetsförsäkring. Genom att skriva ner vad du ska säga – och lära dig det utantill – kommer du ge ett säkrare intryck framför kameran. Du kan självklart använda dig av stödord på plats, och har du möjlighet att använda dig av en bildmonitor kan du till och med ha hela ditt manus framför dig, men känslan av att veta vad du ska säga avspeglas i ditt uttryck. Och ger du ett säkert intryck kommer din publik att lyssna på vad du har att säga.

### 3. Som du tränar tävlar du

”Jag vet inget om tur. Bara att ju mer jag tränar desto mer tur har jag”

– Ingmar Stenmark.

Att lägga ner tid på vad du ska säga och skriva ner det i ett manus är naturligtvis väldigt viktigt, men glöm inte bort att det är minst lika viktigt att lägga ner tid på hur du ska säga det. Ju mer du tränar på ditt framförande, desto bättre kommer du att bli.

Använd gärna din mobil och spela in dig när du övar din presentation. På så sätt ser du dig själv med publikens ögon och kan justera ditt manus och förbättra ditt framförande.

### 4. Kameran = publiken

Att stå och prata inför en publik kan ibland kännas lite skrämmande och nervöst. Att prata framför en kamera väcker ofta samma känslor.

Eftersom man inte har direktkontakt med publiken är det lätt att man tappar intensitet och att publiken upplever att du har en låg energinivå. Därför är det extra viktigt att hela tiden påminna sig om att kameran ÄR publiken, för även om du kanske inte ser deras reaktioner så finns de där. Ser du kameran som en person, och linsen som personens ögon, kan du använda dig av ett personligt tilltal.

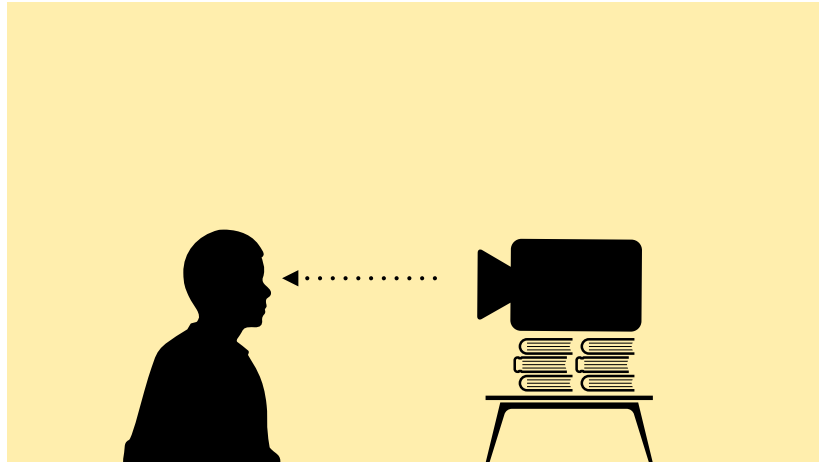
Ibland kan det faktiskt vara enklare att prata in i en kamera än direkt till en stor publik. Våga interagera med publiken, var dig själv, ha roligt – och glöm inte bort att le.

### 5. Preppa din studiomiljö

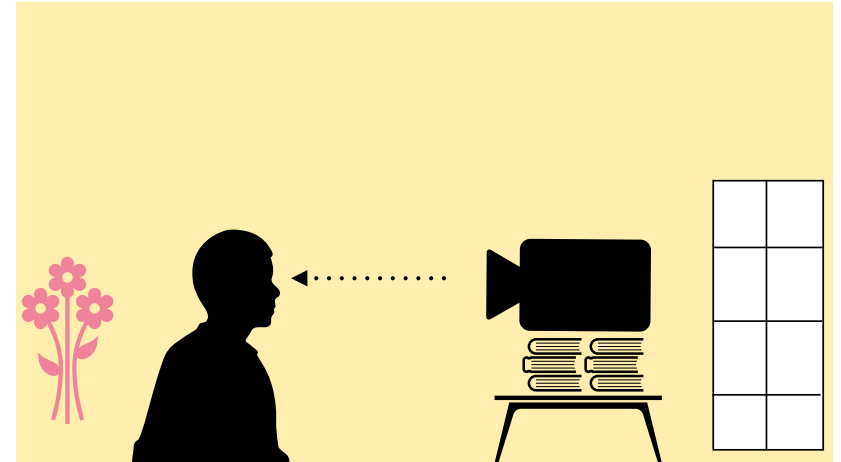
Är du i en studio – var alltid i god tid så du har möjlighet att testa utrustningen innan det är skarpt läge.

Att veta att allt funkar och gärna ha fått se bilden av dig själv på skärmen, innan ni går ut i sändning, ger en känsla av trygghet.

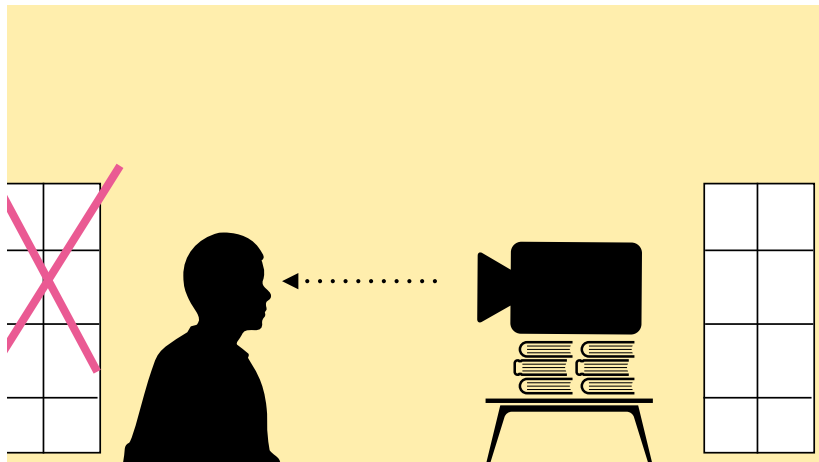
Gör dig bekväm i rummet där du ska spela in. Se till att det inte finns störande moment i omgivningen som gör dig ofokuserad. Ta reda på om du förväntas sitta ner eller stå upp när du håller din presentation. Se till att ha ett vattenglas när till hands. Är du hemma – preppa ditt eget rum! Följ stegen nedan.



Se till att kameran/datorn är i ögonhöjd.  
Använd böcker eller en stol för att få upp den tillräckligt högt.



Pynta din bakgrund, gör den fin. Ta bort allt som ser skräpigt ut.  
Nu har du åstadkommit skillnaden mellan de här två bilderna.



Ha ljus framför ditt ansikte, men aldrig bakom dig. Då kommer du bli väldigt mörk.



Exempel på hur otydlig bilden blir när du har ljus bakom dig.



Lägg nu till en vettig mikrofon och vettig medhörning  
– högtalare eller hörlurar – så är du hemma!

FRAMFÖR KAMERAN

”Som du tränar  
tävlar du!”



# 10 grundläggande saker att tänka på när du arrangerar möten

## LATHUND FÖR DIG SOM SKA ARRANGERA ETT MÖTE

På Altitude Meetings arbetar vi efter en niostegsmodell som säkrar att våra möten alltid uppfyller sina mål. Under de år som vi arbetat med konferenser, mässor, events, workshops och andra möten, har vi samlat på oss mängder med erfarenhet om vad ett bra möte egentligen är – och vilka vanliga misstag arrangörer normalt gör.

Här berättar vi om tio saker som vi tycker att det är extra viktigt att du funderar över innan du arrangerar ett möte.

### 1. Förstå syftet

Börja alltid med att lägga ordentligt med tid på att förstå syfte och mål med mötet. Varför är det just ett möte som ska arrangeras? Vad är det ni egentligen vill ha ut av det?

Vänd och vrid på allt! Men gör det strukturerat. Vi har själva tagit fram en egen start-workshop som vi kör vid varje uppstart av ett större möte, just för att säkerställa att vi verkligen kommer rätt från början. Här får vi koll på syfte och mål – men också vad som är relevanta ämnen för målgrupperna i publiken och vilka mötesformer som passar bra.

Vår erfarenhet är att arbetet framåt blir väldigt mycket lättare om man lägger tillräckligt mycket tid på just detta.

### 2. Slösa inte med människors tid

Fysiska möten är ett fantastiskt verktyg för att nå resultat och lösa problem. Men det kräver att mötena görs på rätt sätt. Annars är de faktiskt slöseri med någon annans tid. Just detta är kanske en av de vanligaste negativa upplevelser som besökare på mindre kärleksfullt arrangerade

konferenser tar med sig hem: det var inte värt tiden. Hur ser man till att inte hamna där? Vi tror på att alltid sätta sig in i publikens situation. Att alltid respektera den tid deltagarna lägger – och att alltid göra allt för att det verkligen ska vara värt något för dem att vara med.

### 3. Korvstoppa inte

Bara för att man har lyckats locka en grupp människor till en plats, så innebär det inte att man under just de få timmarna ska pressa in precis allt man själv tycker att de borde veta eller lära sig.

Dels finns det gränser för hur mycket information vi klarar av att ta till oss på kort tid (se punkt 4 nedan), dels har du som arrangör faktiskt andra möjligheter.

Se till att bygga förtroende med din publik så att deltagarna kan ta till sig information och kunskap före mötet – och använd det fysiska mötet för att komma ett steg längre – sätt kunskapen i arbete, upptäck nya samarbetsformer, hitta på spännande lösningar, eller vad som nu kan tänkas passa ditt mötes syfte.

### 4. Pauser är viktiga!

Både forskning och vår egen erfarenhet pekar på att vi måste ha någon typ av paus och reflektion efter 30 minuter. Det finns inte en talare som inte märker av att någonting händer med publiken efter en halvtimme. (Reflektera gärna över vad som händer med din egen energi nästa gång du sitter i publiken på en konferens.)

Se till att ha med detta i planeringen. Jobba med att skifta mellan olika format, mötesformer och kanske till och med lokaler. Jobba gärna med publikinteraktioner. Och håll presentationerna till max 30 minuter – oavsett vem talaren är.

### 5. Arbeta med dina talare

Stötta talarna. Fler än du tror behöver det, innerst inne.

Håll också koll på dem. Håller de sig till ämnet? Till tiden? Väldigt mycket av detta är ett arbete som görs före mötet i dialog mellan dig och föreläsarna. Och som alltid: ju bättre förarbete, desto bättre resultat.

Och vad gäller bildpresentationerna: sätt en skarp deadline för när dessa ska lämnas in. Ha en dialog om design och sätt en hög standard. Här bör du hjälpa de talare som inte klarar av att göra en bra design.

Tillåt inte att talare kommer med sina presentationer fem minuter innan föreläsningen. Då har du som arrangör heller ingen kontroll över vad som faktiskt presenteras (eller hur lång tid det kan tänkas ta).

För oss är i de allra flesta fall saker som att komma till konferensen med en usb-sticka, ta med en egen dator eller göra ändringar samma stund som en konferens börjar stora no-no:s.

### **6. Bygg ditt team rätt!**

Skapa ett tajt, litet projektteam, med tydliga roller och EN projektledare som pratar med leverantörer, kunder och deltagare. Glöm aldrig att dina mat och teknikleverantörer är dina bästa vänner. Arbeta tätt med dem och gör arrangemanget i samspel med dem, så ni förstår varandras förutsättningar och begränsningar. Och kan hjälpa varandra när det verkligen behövs!

### **7. Ta hand om dina deltagare**

Ge dem bästa möjliga förutsättningar att delta och själva bidra under mötet genom att ha en genomtänkt kommunikation före, under och efter mötet. Be alltså gärna om deras tankar och idéer även innan mötet eller konferensen börjar.

### **8. Missa inte den röda tråden**

Ha alltid en tydlig agenda och röd tråd, oavsett om det är digitala eller fysiska möten.

Någon måste ha rollen som moderator och leda mötet framåt. Här handlar det inte bara om att presentera talare eller programpunkter, utan också att sätta in allt som händer i en kontext som både är begriplig och spännande.

### **9. Utvärdera på rätt sätt**

Fundera på utvärderingsfrågorna innan du genomför mötet – inte när allt är slut och du är helt utmattad. När vi själva deltar i konferenser som publik, möts vi efteråt ofta av utvärderingsfrågor som handlar om saker som mat, lokal och talare. Men, handen på hjärtat, det här är ju saker som en bra projektledare redan har koll på. Kom ihåg punkt 2 om att slösa med människors tid och ställ istället frågor du på riktigt vill ha svar på. Frågor som lär dig något och som hjälper dig att finna lösningar på problem som uppstått.

Gå alltid in i utvärderingen med inställningen att du ska vara beredd att agera på resultatet.

### **10. Analysera på djupet**

När ditt möte är slut – lägg tid på att analysera, så att du ständigt förbättrar dig och ditt team. Lär dig att tänka nytt kring saker som inte fungerade och återkoppla gärna till deltagarna, så att alla får ett kvitto på att den tid de lade ned på mötet värderades och uppskattades.

# Hybridmöten

## EN BLANDVARIANT MELLAN DIGITALA OCH FYSISKA MÖTEN

Coronakrisen har förändrat förutsättningarna för alla sorters fysiska möten. Men det som skedde under pandemin kommer också att få bestående förändringar för hela mötesvärlden ur ett större perspektiv.

Våren 2020 blev första gången en majoritet tog klivet in i en heldigital mötesvärld.

En av de mer intressanta bieffekterna av de digitala mötena är utvecklingen av den blandvariant mellan digitala och fysiska möten som kallas hybridmöten.

Här finns fantastiska möjligheter inför framtiden och i detta whitepaper kan ni läsa hur vi som mötesbolag resonerar just nu.

## Från coronakris till hybridmöten

Det var otroligt spännande att se hur snabbt coronakrisen gjorde det som tidigare var omöjligt (eller i alla fall mycket svårt) till vardag. På bara några veckor digitaliserades stora delar av landet.

Digitalisering är ofta lite problematiskt att prata om. Kanske för att vi har pratat om den så länge. Kanske har vi till och med glömt bort vad vi drömde om innan vi började med allt vårt prat.

För vad drömde vi egentligen om innan de första webbsidorna hade kommit? Före sociala medier, före Internet of Things, AI och Big data?

Ett svar kan hittas i äldre science fiction-romaner. I dessa träder två drömmar fram väldigt tydligt: drömmen om automatisering (som att maten lagas när man trycker på en knapp och att tallriken diskas när man trycker på en annan) och drömmen om video.

Genom människans historia har vi alltid behövt leva med svårigheten att behöva skiljas åt från varandra. När tekniken började göra framsteg på 1800-talet, kom därför drömmen om video som en helt naturlig tanke.

Tänk om vi inte behövde skiljas åt bara för att vi skulle någon annanstans?  
Tänk om vi kunde ha med oss vår vän på en liten bildmanick i fickan?



Videosamtal i Fritz Langs "Metropolis" (1927)

När människor förr i tiden (ja, åtminstone vissa av dem) tänkte på det bästa som framtiden skulle kunna uppbringa, då tänkte de på video.

Och det är ju värt att fundera över en stund. Till exempel mellan två av dina Zoom-möten. Vi lever just nu några av våra förfäders dröm. Förvaltar vi den drömmen på rätt sätt?

Självklart har vi ju haft videomöten under en väldigt lång tid nu. Men det var faktiskt först i våras som de började fungera på riktigt (tacka konkurrensen för det, som kunde utmana de tjänster som år efter år aldrig utvecklats det minsta).

Men det var inte bara tjänsterna som förändrades. Vi som användare förändrades också. Vi tror att vi under coronakrisen upptäckte att vi, våra företag och vårt samhälle är väldigt fragila. Och att det enda som kan rädda oss ur en kris är samarbete och delad kunskap.

Hösten 2020 går vi alltså in i med ett helt annat fokus på kollaboration än tidigare. Vilket gör att vi måste börja fundera på vad mänsklig närvaro egentligen är i en digital värld. För om vi på riktigt ska mötas digitalt, måste vi också se till att vi får något ut av det.

- Vi tror inte att vi kommer att ha tålamod med teknik som inte funkar längre.
- Vi tror inte att vi kommer vilja ha onödiga möten – det vill säga möten som inte leder till resultat – längre.
- Vi tror inte att vi kommer att arbeta på samma sätt som tidigare, nu när så många har fått testa på att jobbat hemma då och då.
- Och vi tror att vi kommer att fundera massor på vad som egentligen gör oss kreativa. För kreativitet i kombination med kollaboration är det som kan ta oss framåt när det krisar.

På Altitude Meetings har vi lärt oss fyra saker av våren 2020 (eller ja, vi har ju lärt oss mängder av saker, men för enkelhetens skull listar vi fyra här):

### **1. Innehåll och mål är viktigare än någonsin**

Vi är ett innehållsfokuserat bolag. Tekniken löser ditt problem, men har du inte koll på ditt innehåll spelar det ingen roll hur mycket du lagt ner på tekniken. Och i en digital värld fungerar det inte att ha dåligt innehåll eller otydliga mål – för här jämförs du omedelbart med YouTube-videor, TED Talks och annat digitalt innehåll.

### **2. Teknikribban har höjts enormt**

Våren 2020 var en testperiod, när det var okej att misslyckas med digitala möten. Nu har ribban höjts och publiken accepterar inte längre dålig videokvalitet, dåligt ljud, oförberedda talare eller dåliga powerpoint-presentationer. Under ett möte förväntar man sig breakout rooms, polls, digitala workshops, interaktion, nätverksmingel och tydliga resultat.

### **3. Nyfikenhet kommer att belönas**

Att lära sig nya saker kräver att du tänker utanför boxen. Men också att du är villig att lära dig saker på egen hand. Det fina med digitaliseringen är alla möjligheter som finns. Det lite jobbiga är att det är en ständig läroprocess. Lärde du dig Zoom i maj? Du kommer nog få lära dig Hopin i oktober. (För att ta två typiska 2020-aktiga exempel.) Och det kommer aldrig att sluta, det komma ständigt komma något nytt. Därför tror vi att organisationer kommer att belöna nyfikna och självlärande människor – och vi vet att dessa är perfekta att ha som ansvariga i mötessammanhang.

### **4. Digitalt och fysiskt kommer att smälta samman**

Vi tror inte att vi kommer att gå tillbaka till den tid då vi skiljde på fysiska och digitala möten. Eller den tid då ett fysiskt möte streamades till en digital publik, som ständigt kom i andra hand.

Härifrån och framåt kommer vi att blanda formerna och hitta sätt som gör dem likvärdiga – både för den som är med på plats och för den som är med digitalt.

Och det finns massor av skäl till varför det kommer att bli så.

Det mest givna handlar om hållbarhet. Självkärl kommer vi inte att flyga in talare från hela världen längre. Eller åka upp och ner mellan Malmö och Stockholm för ett tvåtimmarsmöte med jobbet.

Vad vi går mot är alltså hybridmöten.

### **Vad är då hybridmöten?**

Ja, det är INTE att du har ett fysiskt möte som du filmar med en kamera. Under ett sådant möte kommer den digitala publiken alltid i andra hand och det finns sällan någon interaktion mellan grupperna.

Ett hybridmöte är det som sker i interaktionen mellan den fysiska gruppen och den digitala. Det kräver att alla hör varandra, att alla ser varandra, att den som talar har kontakt med samtliga och att du har ett svar på den svåraste frågan i sammanhanget – nämligen vad som kan tänkas få den fysiska publiken att koppla upp sig och interagera med den digitala.

För det är just här i mellanrummet mellan grupperna som vi hittar de riktigt spännande vinsterna. Se bara här:

- Vi kan ha en mycket större publik (det finns ingen övre gräns).
- Fler talare blir möjliga (från världens alla hörn).
- Det är hållbart.
- Det är ekonomiskt (en deltagare som inte kan komma eller blir lite småkrasslig kan fortfarande följa mötet digitalt och behöver inte ställa in helt).
- Det är demokratiskt – med digitala möten har vi har möjligheter att sprida kunskap till fler, att inkludera fler och att få fler röster att höras. (Vi arrangerade den digitala konferensveckan #iställetföralmedalen utifrån den tanken, vilket gjorde att vi utsågs till ”Innovativast i Almedalen 2020” – vilket vi är väldigt stolta för.) Så många fler borde ju kunna nås av de viktiga samhällsdiskussionerna. Och så många fler borde få lov vara med.
- Hybridmöten möjliggör mängder med interaktion.
- Du kan få ett digitalt arkiv över hela ditt möte.
- Mötet behöver egentligen inte ta slut – eftersom interaktionen kan fortsätta så länge den vill.

Ett riktigt hybridmöte kan bli ganska tekniktätt. Hur löser man till exempel problemet att alla ska kunna höra och se varandra – på ett sätt som inte är tråkigt?

Men egentligen handlar det i grund och botten inte om teknik utan om att våga testa nya vägar att tänka. Så, vi säger som vi alltid gör: tänk innehåll, innehåll, innehåll, så kommer du att gå i rätt riktning. Och se till att hela ditt team (även tekniksidan) jobbar utifrån ditt innehållsarbete.

Men den stora frågan är ju den vi nämnde tidigare: vad som kan få dig som sitter i en fysisk lokal att vilja koppla upp dig och interagera med andra människor som är med digitalt.

### **Vi tänker så här:**

Dels måste ju tekniktröskeln vara extremt låg (det vill säga du vill inte hålla på med massor av krångliga inlogg), dels måste du ju få ut någonting av det. Ett hybridmöte måste därför handla om interaktion.

Kikar vi då rent praktiskt, kan man säga att vi har några olika varianter att spela med.

### **Plattform**

Du kan ha en plattform där all interaktion och alla samtal tar plats.

En plattform som erbjuder rum för föreläsningar, men som också har möjlighet till direkta videokontakter mellan två eller fler av användarna och en chatt. Just nu utvecklas en rad sådana här plattformar i otroligt snabb takt och erbjuder väldigt spännande lösningar. (Den vi själva började jobba med under hösten 2020 heter Hopin.)

För att få hybridmötet att fungera på en plattform måste du tänka över hur det ser ut i den fysiska lokalen. Vad behöver den fysiska publiken för att kunna interagera fullt ut? Antagligen samma som den digitala publiken – det vill säga möjlighet att kunna sitta med en laptop.

### **Utbyggda Zoom-möten**

Det går naturligtvis också att exponera mötesdeltagarna i ett Zoom-möte på en projektorduk och samtidigt filma den fysiska publiken och ha den streamen som en deltagare i Zoom-mötet. Adderar du en mikrofon till den fysiska publiken kan alla prata med varandra.

### **Minivarianter**

Eller så kan man bygga ut ett videopoddande inför publik och interagera på den plattform som erbjuder den lägsta tröskeln. Ett exempel skulle kunna vara att streama till Facebook och låta all publik interagera genom kommentarer där (vilket innebär att de allra flesta inte behöver logga in på ett nytt ställe eftersom Facebook är så vanligt).

Utvecklingen går just nu extremt fort framåt. Vi är själva inte det minsta oroliga för de tekniska utmaningarna som kan verka avskräckande när man börjar fundera på hybridmöten. De verkliga utmaningarna handlar om innehållet och om genomförandet. För att utveckla hybridmöten till att vara mer än bara streamade fysiska konferenser, måste vi börja fundera ordentligt på frågor som:

- Vem pratar föreläsaren till?
- Vem riktar sig moderatorn till?
- Var sker interaktionen – och på vems villkor sker den?
- Och om vi flippar förhållandet och har så mycket större fokus på den digitala publiken – hur ser vi till att vi inte glömmer bort den fysiska publiken och det fysiska rummet?

För att allt ska fungera krävs dessutom kunniga och duktiga moderatorer som klarar av att navigera i det här nya landskapet, duktiga processledare (om du har workshopmoment) och duktiga digitala facilitatorer som hanterar och serverar publiken, samt sköter, underhåller och booster interaktionen.

Själva kan vi inte tänka oss mer intressanta saker att lösa. Särskilt inte eftersom möjligheterna och fördelarna med hybridmöten är så stora.

Den verkligt stora lärdomen från våren 2020 handlar för oss om vad mänsklig närvaro egentligen är. Det finns nämligen en anledning till varför vi ständigt jagar den – och varför vi blir så besvikna när den uteblir.

## FRAMTIDENS MÖTE

”Det enda som kan rädda oss ur en kris är samarbete och delad kunskap.”

# 5 tips för meningsfulla och roliga kickoffer

## TIPS FÖR DIN KICK-OFF!

De flesta har säkert varit på kickoffer eller interna företagsdagar som inte har gett så värst mycket.

Hur gör man för att det ska bli bra? Vi på Altitude Meetings har interna kickoffer varje vår och varje höst. Genom åren har vi samlat på oss en rad bra och roliga övningar. Här berättar vi lite kort om några av dem.

Tänk på att sammanhanget – allt runtomkring dig – alltid spelar väldigt stor roll för alla sorters möten.

Välj en plats som både passar för det ni ska göra, men som också har något slags värde i sig. Den kanske är fin, trevlig, mysig? Eller så kan du själv få den att bli det!

Att förvandla en plats till fin, trevlig eller mysig behöver inte kosta pengar. Du behöver alltså inte flyga till ett annat land med dina kolleger för att få en speciell upplevelse.

Vi har själva haft fantastiska middagar på våra egna bakgårdar och arrangerat cykelutflykter och picknickar i parker. Vi har seglat kanalbåtar, haft morgonyoga på stränder, gjort superfina egna drinkar och skippat dyra restaurangbesök för att istället äta billiga falaflar på gatan utanför stans bästa falafelställen.

Det behöver inte kosta för att det ska bli något extra. Men att någon ägnat platsen och kontexten omtanke – det både märks och spelar roll för hur teamet kommer att uppleva kickoffen.

## 1. Laga mat tillsammans

Gemensam matlagning är det bästa vi vet! Vi brukar dela upp oss i två lag: ett aktivitetslag och ett matlagningslag. Aktivitetslaget kommer på roliga saker att göra under eller efter middagen (här har vi gjort allt från frågesporter till karaoke) och matlagningsteamet är ansvarigt för att laga och servera en god tre-rätters-middag. (Vi är ofta borta tre dagar med två övernattningar, så det blir en matlagning per grupp.)

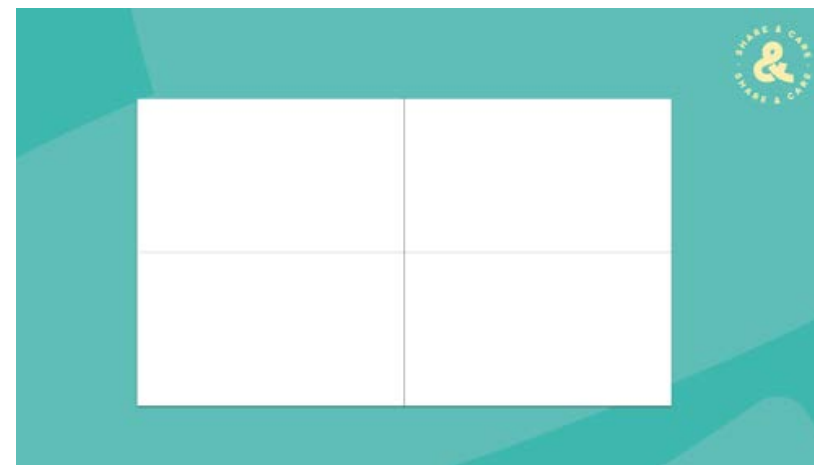
Förutom att det alltid är roligare att äta mat som teamet själv har lagat, bidrar matlagningen till en väldigt trevlig stämning. Dessutom skapar det band mellan oss som handlar om andra saker än jobbet – och diskussionerna om mat och recept fortsätter sedan ofta resten av terminen.

Det finns en annan poäng med matlagning i grupp. Mat kräver idéer, struktur, teamwork och uppfinningsrikedom. Med andra ord mycket av det som vi gärna vill se i våra företag.

## 2. Självreflektionsövning

Tipset om den här övningen fick vi av vår vän Gautam Ramdurai på Google. Testa den med en kollega!

Börja med att dela in ett A4-papper i fyra lika stora rutor.



Utan att kollegan ser, skriver du ned några saker som du tycker att du är bra på och några saker som du tycker att du kan bli bättre på.

Vik pappret. Ge det till kollegan som skriver sina tankar om dig – utan att smygtitta på vad du har skrivit.

Sedan vecklar ni upp det tillsammans. Vi lovar att du kommer att få en ny bild av dig själv!

### 3. Vad driver dig?

Vi gillar Brené Brown! Vi har använt hennes lista över drivkrafter för att själva reflektera vad som egentligen driver oss innerst inne. Vi valde alla tre drivkrafter (i ordning) och berättade sedan för alla om varför just dessa var viktiga för oss.

Genom detta lärde vi oss mer om oss själva, samtidigt som vi tydligare kunde se kopplingen mellan våra projekt och våra medarbetare. Och dessutom skapade vi en större förståelse inom vårt team för hur enskilda medarbetare agerar i olika situationer. Vi kan varmt rekommendera detta!



Läs mer på: <https://daretolead.brenebrown.com/wp-content/uploads/2019/02/Values.pdf>

### 4. Vad är en kvart?

Alla inom ditt team eller på din arbetsplats gör lite olika arbetsuppgifter. Medarbetarna har ofta koll på vad andra gör – men inte exakt vad arbetet innebär. Eller hur lång tid det tar.

Välj ut ett par arbetsuppgifter och ställ öppna frågor om dem, så här:  
– Hur lång tid tar det att producera ett nyhetsbrev?

Alla får varsitt papper. Man skriver ner tiden man tror att det tar (till exempel ”45 minuter”) och på given signal vänder alla på sitt papper och visar gruppen vad man skrivit. Vi kan utlova skratt och stora insikter i kollegernas vardag med den här övningen!





## 5. Workhack

Vi driver sedan länge en utbildning som heter Workhack, där vi lär andra att arbeta mer strukturerat, stressa mindre och få mer gjort. På våra egna kickoff-möten har vi alltid ett workhack-inslag för att hela tiden försöka bli bättre själva.

Dela in er i grupper, två och två. Den ena berättar om ett struktur-relaterat problem under arbetsdagarna (till exempel hur man misslyckas med att hantera mailen, speciella arbetsuppgifter som alltid kör ihop sig, ständiga kalenderkrockar eller liknande).

Den andra kommer på ett förslag till lösning.

Sedan byter man, så att båda två får hjälp med ett problem och därefter redovisas allt för gruppen, som då både kan få tips som var och en kan använda – men också ge input och idéer till hur de hade löst problemet.

KICKOFFEN – ÅRETS HÖJDPUNKT!

”Skippa dyra restaurangbesök för att istället äta billiga falafelar på gatan.”

# Snabba tips för dig som vill ta kontroll över dina inboxar

## WORKHACK – TA KONTROLL ÖVER DINA INBOXAR

Vi på Altitude Meetings arbetar med många olika projekt samtidigt. Ofta är projekten komplexa och innehåller många olika arbetsuppgifter med många olika deadlines och många personer inblandade – både internt och externt.

För några år sedan började vi leta efter bättre sätt att arbeta. Vi ville undvika att bli stressade och samtidigt få mer saker gjorda.

Vi pratade med folk, letade efter inspiration och erfarenheter vi kunde använda oss av, läste böcker, hittade metoder – och bröt ner allt till lättfattlig kunskap gick att använda. Och utifrån detta skapade vi Workhack – våra tips hur man snabbt kan börja att arbeta på ett sätt som innebär att man stressar mindre och mår bättre.

Workhack finns att boka som inspirationsföreläsning med Anders Mildner och Anders Thoresson (mellan 30 minuter och upp till en halvdag), som vi skraddarsyr utifrån en organisations eller ett bolags behov. Vi pratar om hur man hanterar inboxar, hur och varför stress uppkommer, ger tips på metoder för att få struktur på arbetsdagar och delar med oss av vår kunskap kring arbetssätt som faktiskt fungerar. Allt enkelt, handgripligt och lätt att använda redan nästa dag för dig och ditt team.

I detta whitepaper tar vi upp några av våra inledande tips för att få mer ordning på arbetstimmarna.

Man kan sträva efter att bli mer strukturerad på jobbet utifrån en ambition att på så sätt också få mer gjort. Vår utgångspunkt är i stället att struktur och ordning och reda ger en ökad känsla av kontroll och därmed också en minskad stress.

Ofta kan det säkert också resultera i att mer blir gjort, kanske till och med snabbare. Men effektivitet och produktivitet är en tänkbar positiv bieffekt av de här tipsen – viktigast är att må åtminstone lite bättre.

## 1. Den viktiga grundprincipen

Det här handlar om struktur. Ordning och reda. Det går också att formulera på ett annat sätt: Var sak på rätt plats.

I arbetslivet hanterar vi idag flera olika typer av information:

- Kommunikation med kollegor, kunder och andra personer.
- Uppgifter som ska utföras.
- Möten som inte får glömmas bort.
- Referensmaterial som ska finnas lättillgänglig när vi behöver det.

Var och en av de här informationstyperna har sin plats där de hör hemma. Kommunikationen hör hemma i e-postprogram, chattappar och samarbetsjänster.

Uppgifterna hör hemma i en kom-ihåg-lista. Mötena i en kalender. Och referensmaterialet i en mapp på hårddisken.

Problemet är att mycket av det här hamnar på ett och samma ställe: i e-postens inkorg.

Och det är värt att notera namnet: inkorg.

## 2. Identifiera dina inkorgar – och låt dem vara det

En bra startpunkt för att få struktur är att börja med att identifiera inkorgarna i din vardag. E-posten är den mest uppenbara, den vi kanske oftast menar när vi pratar inkorg utan att precisera begreppet ytterligare. Men inkorgar finns det ju många fler av. Ett fysiskt postfack är en inkorg, precis som chatt- och meddelandefunktionen i tjänster och appar som Facebook,

Instagram och LinkedIn. Slack, röstbrevlådan för telefonen, vanliga sms – också inkorgar.

På alla de här ställena kan informationsbitar av alla tänkbara slag dyka upp. Uppgifter, eller till och med stora projekt, som någon ber dig ta hand om. En mötesförfrågan. Bakgrundsmaterialet till nästa månadsmöte. Allt det här kan få skvalpa kvar i inkorgen. Men det är inte ordning och reda.

Det går att göra en liknelse med en annan inkorg vi alla har i våra liv: den fysiska brevlådan (vilket också kan vara ett brevack i trappuppgången eller ett brevinkast i lägenhetsdörren).

Det är inte många av som nöjer sig med att titta där och se vad som dykt upp, men sen lämna allt kvar i lådan eller på hallgolvet. För att när frågan plötsligt poppar upp i huvudet – ”När var bröllopet?” ”Hade jag några räkningar att betala?” – gå ut till brevlådan och bara ta med bröllopsinbjudan eller alla räkningar in.

Men trots att det är uppenbart hur bakvänt det skulle vara att göra så är det ändå så lätt att hantera de digitala inkorgarna på precis det sättet.

Vad vi behöver göra är alltså att låta inkorgarna vara inkorgar.

### 3. Frågan som tömmer inkorgarna

Genom att för varje sak som dyker upp i inkorgen ställa en fråga går det att tömma dem. Frågan är enkel. ”Vad är det här?”

- Om svaret är skräp: radera.
- Om svaret är en lättbesvarad fråga: svara, och arkivera sedan.
- Om svaret är en uppgift: skriv upp på uppgiftslistan, och arkivera.
- Om svaret är möte: in i kalendern, och arkivera.
- Om svaret är bakgrunds- eller referensmaterial: spara till rätt mapp i datorn, och arkivera.

Att ställa frågan och faktiskt utföra uppgiften som följer på svaret så kommer inkorgen successivt tömmas. Fördelarna med det här är framför allt två. För det första innebär det att det som ligger kvar i inkorgen är sånt som återstår att ta hand om. Inkorgen innehåller inte längre en salig blandning av sånt som redan är omhändertaget, kanske till och med hunnit bli inaktuellt, sånt som fortfarande väntar på att utföras och sånt som ännu inte blivit läst.

Det blir alltså lättare att få överblick över det som finns i inkorgen samtidigt som det är tydligt vad det är som finns där: det som fortfarande inte är omhändertaget. Allt annat ligger där det hör hemma. Vilket är fördel nummer två: när alla uppgifter finns på uppgiftslistan och alla mötesbokningar finns i kalendern är det i uppgiftslistan vi tittar för att se vad som ska göras, i kalendern för att se vad som är inbokat.

Alternativet är att hoppa runt bland alla inboxar för att få den samlade överblicken. Vilket föder en massa stress.

### 4. Projekt-, uppgifts- och dagslistor

Ofta pratar man om kom-ihåg- och uppgiftslistor. Ett förslag är att jobba med flera olika typer av listor. Tre bra startpunkter är projektlistan, uppgiftslistan och dagslistan.

På projektlistan finns alla större uppgifter, de där sakerna som kräver flera steg för att slutföra. På uppgiftslistan de mindre, mer avgränsade sakerna. Hit hör bland annat många rutinsaker som ska utföras någon gång i veckan eller månaden och som lätt glöms bort. Problemet är att de här båda listorna ofta blir väldigt, väldigt långa. Vilket i sig är en stressfaktor.

Att titta på en lista med tiotals, kanske hundratals, uppgifter kan få vem som helst att känna sig både stressad och dränerad på energi. Lösningen på det är först att identifiera alla faktiska deadlines, de projekt och uppgifter som måste vara slutförda en viss dag, och sen själv eller i dialog med chefen, avgöra om det verkligen är en rimlig arbetsbelastning. Därefter ser man de här båda listorna som ett smörgåsbord att plocka från. Och tallriken, som ska lastas lagom full, får representeras av dagslistan. Här skriver man upp dagens målsättning. Antingen det sista man gör innan man går hem från jobbet, eller det första man gör när man kommer dit.

Med den rutinen minskar risken för att e-posten blir det första man ger sig i kast med – bara för att en timme senare upptäcka att man fortfarande sitter och gallrar i mailen.

##### **5. Från vad till när**

I kalendern finns alla möten med andra personer. Med kunder, kollegor – och ibland också med dig själv. I perioder med mycket att göra kan det vara en bra idé att planera arbetsdagarna, kanske till och med hela arbetsveckor i stöten, och i kalendern lägga in när du tänkt att jobba med vilka arbetsuppgifter. Det blir ett sätt att titta på uppgiftslistan från ett annat perspektiv. Inte vad som ska göras, utan när. Och därmed samtidigt ett sätt att dels försäkra att allt som behöver göras får tid avsatt, dels undersöka om tiden kommer att räcka till eller inte.

## WORKHACK

”Ordning och reda ger en ökad känsla av kontroll och därmed också en minskad stress.”

# 5 tips till dig som vill bli en bättre talare

## TIPS FRÅN VÅR HANDBOK

Vi på Altitude Meetings föreläser mycket själva. Vi tar också hand om mängder med talare på våra egna konferenser och möten.

För några år sedan samlade vi vår kunskap om hur man bäst hjälper talare att bli bättre i en liten handbok. Boken använder vi i vår framgångsrika talarcoaching, där vi hjälper föreläsare att nå längre, bli mer professionella och nå fram med sina budskap.

Under åren har vi har samlat på oss mängder med erfarenhet om vad en bra presentation egentligen är – och vilka misstag talare ofta gör. Och ja, vi har så klart gjort många av dem själva! Inget konstigt med det, tycker vi. Det bästa sättet att lära sig är ju att lära sig av sina misstag. Just därför berättar vi om de fem vanligaste misstagen som talare gör i den här foldern.

### 1. Att buffra

Väldigt många talare buffrar. Och du har garanterat hört buffrande när du suttit i publiken.

Att buffra är att inte börja. Istället för att dra igång presentationen pratar man om en massa annat. Inget av det här brukar ha med ämnet att göra.

Väldigt vanligt är att föreläsare redovisar de saker som de senare ska prata om. Istället för att bara börja prata om dem direkt. Det blir lite som att lyssna till en kapiteluppläsning. Och det är ju inte särskilt kul.



### Exempel 1:

*Hej allihopa, så himla kul att se att så många har orkat sig hit idag! Jag är jätteglad för att vara här! Idag hade jag tänkt prata om att bli en bättre talare. Och jag tänkte börja med att berätta lite om vad som gör en talare bra och dålig. Sen kommer jag att ge er tips på hur ni kan göra för att bli en bättre talare. Vi kommer också ha lite paus där ni kan ta en kopp kaffe där ute i loungen...*

Ett annat vanligt buffrande är att talaren känner ett behov av att berätta vem hon eller han är och har gjort i sitt liv.

### Exempel 2:

*Hej! Jag heter Buffra Buffrasson och jag är forskare på institutionen för långpratande. Idag ska jag prata om långpratande, men jag tänkte börja med att berätta vad jag har gjort. Jag fick min grundutbildning vid universitetet för prat och gick sedan vidare till en doktorandtjänst i extremprat. Sedan 2015 har jag sysslat med en rad projekt, varav jag nu kortfattat kommer att gå in på 14 stycken.*

Anledningen till att vi buffrar är psykologisk. Vi är osäkra (ja, de flesta som ställer sig på en scen är faktiskt det) och vi försöker (oftast omedvetet) få tid att kolla av publiken. Är den vänligt inställd? Är den på min sida? Buffrandet gör det lättare för talaren att finna sig till rätta på scenen, men det paradoxala är att ju längre man buffrar – desto mer börjar publiken tycka illa om en. För det är ju så tråkigt att lyssna på!

Den svenska normalbuffringen (uppmätt av oss) är 2,5 minuter. (Ja, 2,5 minuter!)

Här händer två saker: publiken tappar intresset (vanligen flyr den till sina telefoner efter mindre än en minut) och talaren blir själv allt mer nervös eftersom publikkontakten har försvunnit och alla ögon som stirrar tillbaka från publikhavet plötsligt ser skeptiska ut.

Tipset är alltså att inte buffra. Alls!

Bara börja – pang!

## 2. Start och slut

Okej, så om man inte ska buffra – hur inleder man då sitt anförande?

Det är otroligt viktigt att ha en bra och tydlig start, som direkt fångar publikens intresse, och ett bra och tydligt slut som får budskapet och hela föreläsningen att verkligen landa hos publiken.

Testa gärna med att inleda med att berätta en historia. Vi är tränade att lyssna till just historier (ända sedan du var barn har du ju faktiskt tränat på detta med alla sagor du tog del av – och du fortsätter säkerligen din sagoutbildning redan ikväll när du slår på Netflix). Att vi har historier och berättelser så djupt inom oss spelar roll för den som sitter i publiken. När vi hör orden: ”Det var en gång...”, så gör vi egentligen inget medvetet val. Vi börjar instinktivt att lyssna, vare sig vi vill eller inte.

Exempel på fångande startfraser när man ska hålla ett föredrag kan till exempel vara:

*När jag...*

*Minns ni...*

*För fem år sedan...*

Dessutom: om du berättar en historia får du oftast en mer naturlig röst. Det blir ju som om du berättar något för dina vänner eller din familj.

På samma sätt som att många talare missar att ha en bra början, är det väldigt vanligt att glömma bort hur viktigt ett bra slut är. Många föreläsningar liksom fejdar ut:

*Där tror jag att jag är klar...*

*Jag vet inte, har jag med tid kvar att prata eller hur är det...?*

*Egentligen hade jag tänkt visa fler bilder men jag hinner nog inte...*

*Där tänkte jag egentligen sluta, men det kanske är någon som har frågor...?*

Vi tycker att du ska ha ett slut som på riktigt är ett slut. Det ska kännas att din föreläsning slutar just där. Slutet ska runda av något och gärna vara emotionellt: gripande, sorgligt, roligt. Det viktiga är att publiken känner något och har ditt huvudbudskap med sig när den lämnar lokalen.

Om det går: knyt gärna ihop säcken med en avslutning som hör ihop med inledningen. Då skapar du en helhetskänsla.

Och till sist: måste man inte presentera sig som föreläsare? Berätta vem man är och vad man gjort?

Nej! Vi säger så här: vänta med det. En person som sitter i publiken kommer att vara intresserad av ditt namn och vad du jobbar med först om du lyckats fånga hennes intresse. Gör du det på ett bra sätt kommer hon dessutom att komma ihåg ditt namn. I de allra flesta fall blir du dessutom presenterad av någon annan.

## 3. Att inte vara rolig

Roliga talare får bättre omdömen. Varför? För att vi – alla – tycker om att ha roligt. Vi söker skrattet, leendena. Vi mår bra av att få dra på smilgrupparna. Det där känner publiken instinktivt och belönar en talare som fått den att le med ett högre betyg. Och det är ju bra! Men dessutom minns vi faktiskt saker bättre om vi har haft roligt medan vi fått kunskapen serverad. Och det är ju ännu bättre – för du vill ju så klart få ditt budskap att stanna kvar i folks huvuden även efter att de lämnat sina stolar.

Det här betyder att du måste lägga in roliga saker i din presentation.

Vi vet att det kan kännas jättesvårt, och det krävs ofta en del mod för att faktiskt våga göra det. Men! Detta innebär inte att du ska börja köra stand-up, dra Göteborgsvitsar eller spela clown. Snarare säger vi så här: försök le. Bara genom att le skapar du faktiskt en positiv stämning i rummet, eftersom leenden är ganska smittsamma. Prova får du se!

(Hur ser man förresten ut när man inte ler på en scen? Många tror att de ser ”neutrala” ut, men faktum är att en person som inte ler ser lite halvsur ut. Kika själv nästa gång du sitter i publiken!)

Lägg sedan till lite glimten i ögat-attityd. Det finns alltid saker du kan skoja lite om på ett sätt som skapar en positiv stämning i rummet – och se

till att dina skojiga saker är förberedda. Skriv in dem i ditt manus, repetera dem. Testa dig fram och se vad som fungerar för dig.

Pratar du om ett allvarligt ämne? Bra, säger vi – för då behöver du kontraster och då är humor, leenden och skratt dina bästa vänner.

#### 4. Att glömma publiken

Det här kan låta lite hårt, men vi är övertygade om att den vanligaste tanken som far genom folks huvuden när de sitter och lyssnar på en tråkig och innehållsmässigt icke-relevant presentation, är:

*– Vad fan gör jag här?*

Följt av:

*Herregud, jag borde ha jobbat istället. Oj, nu blev jag jättestressad. Bäst jag kollar mejlen i telefonen.*

Följt av:

*Jag smiter nog i pausen.*

Den här första frågan – Vad fan gör jag här? – är en fråga som du som talare genom ditt innehåll och din presentation måste besvara. Du gör det genom att ha koll på din publik, vara väl förberedd och ha ett relevant innehåll.

Vilka sitter i publiken? Var ligger deras kunskapsnivå? Vad är de i behov av för information? Vad kan just du ge dem?

Det här är saker du kan kolla innan din föreläsning. Genom att göra en ordentlig avstämning med arrangören säkrar du att du inte pratar över – eller under – publikens huvuden.

Att glömma publiken är ett supervanligt misstag. Till denna punkt hör också saker som att föreläsaren är lite von oben, inte bryr sig, kör en gammal presentation för hundraelfte gången eller till och med själv verkar undra varför han eller hon är på scenen.

Ett säkert sätt att inte glömma publiken är att interagera med den. Delaktighet, publikkontakt och interaktion är bra. Det tycker vi – och

alla de tiotusentals människor som någon gång har svarat på våra publikenkäter.

#### 5. Death by Powerpoint

Vi har sparat det bästa misstaget till sist. Vi skriver bästa eftersom det inte finns någonting som får en publik att gå igång så mycket som en riktigt dålig Powerpoint-presentation. Gå igång negativt, alltså.

Ibland när vi gör djupintervjuer ställer vi frågan: Vad är egentligen en dålig Powerpoint-presentation? Sedan slutar folk i stort sett aldrig att prata. (Det är sant.)

För det finns så många olika exempel på hur man kan döda ett intressant innehåll med en dålig bildpresentation. För liten text, för mycket text. Dålig design, knäppa typsnitt. Animationer och märkliga utbyggnader. Stora diagram. Oändliga bullet points-listor. Pixliga bilder. ”Roliga” bilder som inte är roliga. Företagsloggor på varenda bild. För många bilder. Fel färger. För många färger.

Det är också vanligt att föreläsaren tror att Powerpoint-bilderna är själva presentationen och liksom läser högt ur den. Vilket för övrigt är en annan sak som en publik reagerar väldigt starkt negativt på.

Vi har generellt höga designkrav i Sverige och Norden. Det innebär att en publik faktiskt kan känna sig kränkt när den får dålig design i ansiktet.

En Powerpoint ska vara ett stöd för din presentation. Den ska förstärka eller visa saker som du inte kan förmedla på annat sätt.

#### Två tips:

- Gör alltid din Powerpoint efter att du skrivit manus till din presentation. Utgå aldrig ifrån den som ett manusverktyg.
- Testa att flytta saker du har på bild i din presentation till den fysiska världen. Ta med saker du lika gärna kan hålla i handen och visa upp dem för publiken.

