

- Vad gjorde det stora förvaltningsföretaget när kunderna inte kom på möte?
Bjöd på en egen "Antikrunda" med värdering av kundernas egendom.
– Tillsammans med kunden skapade vi ett jättelyckat seminarium med många deltagare och en egen prägel, säger Nina Spegel, försäljningschef på Talarforum.

TEXT CHARLOTTE VON PROSCHWITZ

SPEAKERS CORNER

Att arrangera ett seminarium

Långa bord med pennor och block i all ära, men det krävs mer för att entusiasmera, inspirera, leda, utveckla, attrahera, förändra, förbättra, strukturera, utbilda eller motivera andra.

Miljön och aktiviteterna är förstås viktiga.

Platsen. Men det som inte går att sopa under ens den finaste av äkta mattor är själva innehållet. Allt hänger på det som ska sägas och göras under ett möte, och utan en vettig tanke och planering bakom riskerar allt att bli pannkaka.

Alla företag är förstås experter på sig själva. Att arrangera ett seminarium borde vara enkelt och det borde dessutom alltid bli lyckat, men ofta är verkligheten raka motsatsen.

– Vi gör runt 4000 matchningstillfällen om året vilket har gett oss stor erfarenhet och lärdom om lyckade möten efter tolv år i branschen, säger Nina Spegel, försäljningschef och en av 60 anställda på Talarforum.

– Visst kan företagen göra bra saker själva. Det vi kan bidra med är att stärka innehållet i kundens möte. Vi gör alltid en behovsanalys inför kundens tillfälle. Vad är syftet? Vilken känsla vill kunden skapa? Vilka är de kortsiktiga och långsiktiga målen? Vad vill man uppnå för resultat?

Om man kallar ett möte för Kick Off är det vettigt att fråga sig om det egna företaget klarar av att inspirera till detta själv.

– Ja, nu kör vi igång igen, hurra! Det kan ju vara lite kärt

att säga i januari, menar Nina Spegel.

– Vi hjälper kunderna att ta vara på den kunskap de redan har med hjälp av en utomstående moderator, eller någon annan extern person, som exempelvis intervjuar högsta chefen. I stället för sega PowerPoint-presentationer görs en intervju på en scen med chefen i en härlig röd fåtölj. De som deltar tittar på händelsen med helt andra ögon, och man får man reda på något man inte visste förut.

Ett annat vanligt fel är att planera in för mycket i mötesagendan.

– Våga bjuda in luft i programmet, säger Nina Spegel.

– Var inte rädd för att det ska bli tid över. Peppra inte med så mycket aktiviteter att det inte går att hinna med allt som ska göras. Vad får man ut av det? Det är bättre att vara förberedd och fokusera på det man vill och nå målet. Om något ska förbättras kanske vi rekommenderar kunden att dela upp sig i arbetsgrupper som kommer med var sin fråga till seminariebordet.

– Titta med utgångspunkt från affärsplanen till exempel – och se detta som en process som ska fortsätta en månad efter mötet och avhandlas då i en ny träff, säger Nina.

– Allra bäst brukar det bli när en extern facilitator driver processen. Då kommer alla till tals. Bjud in en keynote speaker som drar folk och som kan ge en annorlunda bild.



Nina Spegel, försäljnings-
chef på Talarforum

” Det är viktigt att
man bestämmer sig för
vilken känsla man vill
skapa – vi uppmanar
alltid kunden att tänka
till om det ”

Anlita någon som ger en knorr på slutet i ett avslutningstal efter en middag, till exempel. Det största målet är att de som deltar ska bli engagerade.

– Det är viktigt att man bestämmer sig för vilken känsla man vill skapa – vi uppmanar alltid kunden att tänka till om det, säger Nina Spegel.

– Det går inte bara att bjuda in någon som var poppis på äkta makens konferens. Det som passar perfekt på ett Stockholmsföretag kanske inte alls platsar i ett företag i en kommun långt utanför storstan. Är det ökad försäljning ni vill uppnå? Inled med en inspirerande person som ger sitt perspektiv på försäljning, till exempel. Skapa nya tankebanor!

Ett företag åkte till Medelhavsön Korsika på teambuildingresa och vandrade i bergen varvat med samtal i mötesrum. En kväll åt alla middag på en underbar gammal lantgård med kandelabrar och härlig fransk mat med gott vin. När efterrätten och kaffet var klart trodde deltagarna att kvällen var över – men då bjöds de att göra en liten promenad ut i det fackelupplysta mörkret till en stuga med fällor och öppen brasa. Där blev det fler goda drycker och en diskussion som leddes av en extern hemlig gäst. Diskussionerna och festen fortsatte långt in på småtimmarna.

– Man kan stanna hemma och skapa bra möten med annorlunda klang också, säger Nina.

– Vi ordnade en föreläsning häromdagen med en Japan-expert. När mötesdeltagarna kom dit fick de först en kopp japanskt te. Sedan var det föredrag. Allt avslutades med att alla fick en härlig sushilunch.

Nina Spegel berättar också om äldreboendet som ville göra något åt sin mindre lyckade mat och bjöd hela personalen på en entusiasmerande föreläsning av Paolo Roberto om mat, hälsa, glädje och välbefinnande.

– Efteråt fick alla kökschefer fick vara med och laga god Medelhavsmat tillsammans med Paolo. Det blev mycket lyckat.

Vid ett annat tillfälle skulle ett företag med ett stort intresse för bildspråk åka till Sydafrika i tre dagar och lära känna varandra bättre.

– Några frågor skulle diskuteras, och en känd fotograf åkte med för att avbilda allt som hände. Efteråt fick alla deltagare bilddokumentationen i form av en enkel, stilfull bok. Föreläsning och diskussion kring bildspråk blev ett återkommande inslag under hela konferensen.

Mellanchefer är en utsatt grupp som behöver mycket inspiration.

– Innovativa personer från reklambranschen jobbar kanonbra med mellanchefer, berättar Nina.

– Ett koncept som berikade mellanchefernas vardag var när en reklamare berättade hur reklamvärlden gör när den kommer fram till en bra problemformulering och sedan brainstormar kring olika lösningar. Resultatet blev ett inspirerande verktyg för mellanchefer. Liknande saker har vi gjort med regissörer, skådespelare och dirigenter. Toppen!

På Talarforum lyssnar personalen på två nya talare i veckan. Totalt finns 7 000 talare med i Talarforums nätverk.

□ Har du gått bet någon gång?

– Ibland får vi frågor som verkar omöjliga. För inte så länge sedan ville ett pappersmassaföretag hitta en kinesisk pappersmasseexpert som också kunde kanadensiska förhållanden. Vår internationella avdelning satte igång med research och detektivarbete och fann en bra talare som stämde perfekt med kundens önskemål.

□ Vilka ämnen är inne nu?

– Miljön är hett just nu – tack och lov. Många företag vill veta vilka trender som gäller för att kunna hitta fram till sina kunder och medlemmar. Mental hälsa står i fokus och olikheter – diversity – är ett stort ämne ju mer globala vi blir.