

Relevans og fokus på møder og mails.

Tak for jeres refleksioner og kommentar til mine klummer. Godt de kan inspirere.

Denne klumme er den sidste i denne omgang. De tidligere klummer har handlet om den gode omgangstone, lederskab anno 2011, trivslens betydning i forhold til vækst, mobning samt det at kunne være i nuet. Aspekter der giver vækst samtidig med lønsomhed. Der er masser af tage fat på i erhvervslivet. Nye muligheder (som måske giver andre begrænsninger) finder løbende sted. Det aktuelle, jeg hjælper erhvervslivet med for tiden, handler om at få gode og bedre møder samt stressen ved en fyldt mailboks.

Få bedre møder.

Når vi holder møder sker det ofte at lederen kommer med en masse information. Hvis mange ikke hører efter kan refleksionen være; hvilken information er relevant her? Kunne man med fordel ligge det ud på intranettet, hvis det er ren orientering? Et godt møde kræver oftest en involvering af de tilstedeværende. Ellers kunne man i princippet sætte en skypeløsning op. Nogle informationer er blot en gennemgang og kan være nødvendige, men hvad med at inddrage ressourcerne hos medarbejdere, bringe dem i spil, gøre dem mere commitet og engageret samt bruge deres energi mere optimalt? Det kunne være en kort runde i mindre grupper med status eller f.eks. ugens udfordring? Det kunne være en gul seddel hvor alle skriver kreative ideer eller kommentarer på. Ofte har andre gode erfaringer eller har løst et lignende problem før.

En anden mulighed er at tale mere om de gode historier. Hvilken succes har der været i ugens forløb? Hvordan skal vi fejre den og få flere? Hvordan "spiller vi hinanden gode"? Bruge hinandens kompetencer optimalt. Der skal være plads til kritik og positiv feedback, som er konstruktiv og fremadrettet.

Nogen af de samme logikker gælder med mail.

Er mailen blevet et mareridt?

Mange - særligt ledere, oplever de får for mange mails, der ikke er relevante. De bruger megen tid og størstedelen af manges arbejdstid går til at flytte informationer, sortere og slette irrelevante mails. På mange møder lægger folks elektroniske forlængere fremme på bordet. Og det er pudsigt at der altid er en, der glemmer at slukke mobilen til møder.

Virksomheden kan skrive og fastlægge en mail-, kommunikations- og informationspolitik. Det handler dog samtidig om, at folk selv må sætte grænser og sige fra og til. Hvornår sendes og svares på mail. Påvirker det mig at læse mailen, så jeg straks må handle eller sende videre. Kan jeg med lethed sortere relevansen med det samme. Tal om niveauet sammen.

Når du sender en mail. Tænk over hvem der skal have. Hvem er ansvarlig for at handle på det der står? Skal alle eller nogen forholde sig til det? (er det for vores gode samvittighed eller umiddelbar nemheds skyld?) Skal der stå cc på alle mails? Hvad er blot info og kunne det med fordel informeres andre steder og på andre måder.

Skal du vælge at lægge telefonen om aftenen eller lave faste tider til mails. Ved at være online og altid tilgængelig, kan du miste overblik. Det gør ikke noget, man er gået i stå - bare man står et godt sted ! Tænk

over, hvad er nice to know and need to know, inden der sendes mail ud. Nogle større firmaer har indført gårima. Gå, ring eller mail i den rækkefølge. God fornøjelse.