

Rend mig i anerkendelsen...

- "Too much of a good thing is a bad thing"

En forrygende flabet, inspirerende og humoristisk udfordring af den anerkendende religion. Anerkendende kommunikation og ledelse markedsføres i visse fagmiljøer som arbejdslivets schweizerkniv, metoden over alle metoder. Men pas på!! "Too much of a good thing is a bad thing" som briterne siger. Der kan gå omklamring og rygklapperkulturer i den. På bekostning af det ærlige og kritiske modspil vi *også* har brug for. Bliv udfordret på de pæne uimodsigeligheder med blandt andet:

- Gartnerprincippet: Vand endelig blomsterne, men det stopper ikke ukrudtet!
- Hvis vi skal anerkende, må man så ikke underkende?
- Anerkendelsesjunkier eller ansvarlige professionelle?
- Hvad er der galt med et kærligt spark i røven, og hvad med det autentiske?
- Hvor meget tøj har kejseren på?

Den gode arbejdsplads?

- Det starter med dig!!

Vi ønsker alle et godt job og en god arbejdsplads. Noget er ledelsens ansvar – resten er dit. En god træner *gør* en forskel. Men selv den bedste træner kan ikke vinde landskampen alene. Hvad nu hvis ansvar ikke er noget du får, men noget du tager? Bliv inspireret til at være et aktiv for din arbejdsplads ved at starte med dig selv. Hør blandt andet om:

- Hvad er en god arbejdsplads ifølge 1 million mennesker verden over?
- De 4 medarbejderroller: Professionel, Kollega, Ambassadør, Eventyrer
- Du sætter spor hver dag. Hvilke har du sat i dag? Hvilke vil du sætte i morgen?
- Gør det nu! Små handlinger slår store hensigter – hver gang.

Man skal høre på de skøre

- Det er bedre at være for meget af og til end for lidt hele livet!!

Nogle er anderledes, falder uden for gruppen, er "skæve" og råber op. Måske et sted mellem det gale og det geniale. Andre er mere moderate, men udfordrer alligevel gruppen. Af og til besværlige og krævende, men I har brug for dem. For de er for organisationen, hvad mutationer er for evolutionen, og der er ikke langt fra tryk konsensus til kvælende konformitet. En overdosis hyggementalitet dræner nytænkningen og driver jer langsomt, men sikkert mod laveste fællesnævner, hvor hjertebloodet flyder langsomt eller går i stå. Uenighed er selve faglighedens og videnskabens sjæl. Hvordan skal vi lære af hinanden, hvis vi tænker det ens?

- Fornylse og faglighed kræver kompromiser med fællesskabet og hyggen
- Pas på "fælles holdninger", social kontrol og underbevist tankepoliti
- Fælles læring er BÅDE at stimulere OG at korrigere hinanden
- Sådan træner I konstruktiv uenighed og inviterer til slag i bolledejen
- En lille hurtig og sjov kulturtest

Jordnær innovation

- Hvor svært kan det være?

Innovation kan hurtigt gøres både abstrakt og højtflyvende. Men innovation er både det ydmyge og det spektakulære, både de mange små skridt og det geniale kæmpespring. Start i det små, pluk de nederste æbler først, og gør det til alles projekt. Hvis 100 mennesker gennemfører to små ting på 3 måneder, så har I sammen skabt 200 resultater på kort tid. Samtidig træner I innovationsmusklerne og skaber vilkårene for de spektakulære kæmpespring, der nok kan fremmes, men ikke tæmmes. Bliv inspireret til at komme i gang her og nu uden højpandet snik-snak. Hør blandt andet om:

- Innovation er for alle!! Ikke bordfodbold og bardutspring for en kreativ klasse
- Evidens: Tricket om "small wins" - resultater er den stærkeste drivkraft
- Drejebogsmetoden: Et gennemprøvet, enkelt og effektivt værktøj
- Små handlinger slår store hensigter: Gør det let, gør det hurtigt, gør det nu!!

De to næste foredrag er bruttotekster, der skal strammes til ca. samme format som de andre. De er nye og ikke solgte og gennemprøvede som de andre.

Kompleksitet – den nye virkelighed

- Verdens mest efterspurgte færdighed, sådan bliver du en haj

“At håndtere kompleksitet” - det lyder ikke særlig sexet vel? Men det er blevet verdens mest efterspurgte færdighed ifølge globale undersøgelser fra World Economic Forum. For vi lever i den komplekse tidsalder.

“Hvad fanden foregår der??”..... Hvis du jævnligt føler sådan om jobbet, livet eller verdens gang, så tag det bare roligt. De andre er også forvirrede. Inklusive eksperterne, dine ledere og verdens statsmænd m/k.

Robotter, kunstig intelligens, “internet of things”, eksploderende datamængder, algoritmernes tid. Disruption og nye organisations- og samarbejdsformer popper op. Lande der var udviklingslande i forgårs er økonomiske supermagter lige om lidt.

Og hvis vi lige troede at ha’ styr på tingene, så blæser der en finanskriser, et Brexit eller en Trump ind på banen. Hvornår stopper det dog, hvornår falder der ro over tingene? DET GØR DER ALDRIG MERE!!

I det moderne (arbejds)liv er der meget få ensrettede veje, men mange otte-sporede motorveje, og vi ved sjældent helt præcist, hvor de fører hen. Og hver gang vi tror vi har regnet reglerne ud....så bliver de lavet om, dommeren bliver skiftet ud, eller nye spillere kommer stormende ind på banen og vedtager, at nu er banen rund.

Det forvirrer os, for vore hjerner er udviklet i en anden tid med helt andre vilkår. Det gør os i bedste fald usikre og angst, i værste fald direkte syge, hvis vi ikke lærer at håndtere det.

Og kompleksiteten koster virksomhederne enorme summer, når det bliver svært at skabe overblik i hverdagen, planlægge næste år, vælge de rigtige vækstretninger og undgå de værste minefelter.

Den nye tids vindere er de, der kan bevare roen, retningen, handlekraften og tilpasningsevnen, selvom de er lige så forvirrede som alle andre.

Hør, hvordan du og din virksomhed kan håndtere den nye komplekse verden, der er kommet for at blive. Og hør hvordan I kommer foran, når de andre “fryser” i forvirring, paralyseres af endeløse analyser eller leder efter overblikket, der blev væk.

Til Livepeople: Kig evt. min artikel i ManageMagazine og Bizcatalyst360 om emnet:

<https://managemagazine.com/article-bank/complexity-management/complexity-management-strategies/>

Mindfucking Marketing

- Så lette er vi at lokke, så videnskabeligt foregår det

Bliv oplyst, overrasket, chokeret og underholdt, når to marketingeksperter tager jer med i maskinrummet bag kulisserne i moderne marketing.

Hvor smartphones, sociale medier, algoritmer, big data, den digitale verden og store landvindinger i hjerne- og sanseforskningen har givet bedre kort på hånden end nogensinde til de virksomheder, der sigter målrettet efter din pengepung.

De ved mere om dig, din gøren og laden, din hjerne, følelser og sanser end du aner. Og de fleste oplysninger giver du dem selv.

Kender du følelsen af, at du bliver fulgt på nettet og ligeså snart du snakker om et emne i den "rigtige" verden, så popper op det i den digitale? I dag kan man ved hjælp af et enkelt klik, spore dig rundt på nettet og afsløre dine købsvaner, dit job, din adfærd i det virkelige liv - og dit næste træk.

Vidste du, at duften af nye sko slet ikke er læder, og det er duften af ny bil heller ikke? Den er kunstig og tilsat, fordi det får dig til at købe. Vidste du at pige- og drengelegetøj tilsættes forskellig duft, så man rammer præcist? Eller at bildøre gøres tungere end nødvendigt, fordi vi opfatter en "tung" lyd som kvalitet?

Hvorfor bliver vi afhængige af vore smartphones, computerspil eller sociale medier? Fordi de er designet til det af verdens skarpeste hjerne- og adfærdsforskere, der kender dine svage punkter langt bedre end dig selv.

Dette angår både dig og dine børn. For vi udsættes alle for tusindvis af marketingpåvirkninger hver eneste dag. De fleste uden vi opdager det, for de arbejder i underbevidstheden, hvor dine forsvarsmekanismer er sat skakmat.

Dette foredrag laves sammen med Jonas Rosbech, digital marketingekspert, iværksætter, investor, bokser og professionel elektronisk musiker.

Jonas har arbejdet med nogle af Danmarks største brands, fx Vivino, Samsøe & Samsøe og Tatodo og været med at lave en kampagne Facebook bruger som case. Han er partner og Head of Marketing i Nordic Digital, se mere her: <https://www.linkedin.com/in/jonasrosbech/>