



Executive summary

Tænketanken 'Det fysiske møde – i en digital fremtid'

Morgen dagens Møder

3RD DIMENSION

LEAD AGENCY

Baggrund

Virksomheder og organisationer er udfordret i deres brug af møder i en virkelighed, hvor digitaliseringen stiller krav til ændret adfærd i hele værdikæden.

For at skabe en større forståelse af det fysiske mødes styrker og svagheder, har **3rdDimension** og **LEAD Agency** i samarbejde med **Instituttet for Fremtidsforskning, Aarhus Universitet** og **Københavns Universitet**, initieret tænketanken '*Det fysiske møde - i en digital fremtid*'.

Arbejdet i tænketanken har genereret ny og værdifuld viden om, hvorfor og hvornår vi i en kommerciel kontekst skal mødes fysisk – og hvorfor og hvornår vi skal gøre det digitalt. Resultater og anbefalinger blev præsenteret i januar under overskriften 'Morgendagens Møder'- og samles op i dette executive summary.

Læs mere på <http://detfysiskemode.dk>

Mødebegrebet

Projektets tilgang omfatter møder i en bred betragtning, dækkende fra interne møder og arrangementer, til eksterne salgsmøder, messer, konferencer og butikker mv. og omfatter både de digitale og fysiske møder.



Mødet 2020 og drivere for udvikling

1. Teknologi/digitalisering

- Det succesfulde digitale kommer stadig tættere på

2. Utålmodighed

- Prioritering af tid og fokus på relevans -> individualisering ... kompleksitet

3. Acceleration og kompleksitet

- Det fysiske møde er stærkt til komplekse problemstillinger, men også langsommere (hastigheden stiger i samfundet)

4. Individualisering og netværk

- Nærvær, autencitet og relevans for den enkelte, men også som markør for det virkelige/vigtige. Måske får det fysiske møde "Live-status" som cremen af kontaktforme. Men også som det eksklusive og som vigtig relationskaber og dermed sammenfaldende med megatrenden *netværk*

5. Miljø og ressourcer

- Fysisk transport vs. digital transport (tidsforbrug og energi/ressource spild)

Udviklingen og ændringerne drives af krav om omkostningsreduktion og/eller udbyttevækst

Omkostningsreduktion er fokuseret på investering i interne afholdte omkostninger ved møder og forretningsgange.

Udbyttevækst er eksternt fokuseret på at skabe mere værdi gennem større afkast på møder og oplevet værdi for alle mødedeltagerne.



Omkostning



Udbytte

Tilgang

Undersøgelsesfelt

Fysiske og digitale kontaktpunkter i en kommerciel kontekst - dækkende fra interne møder og arrangementer, til eksterne salgsmøder, messer, konferencer og butikker mv.

Teser

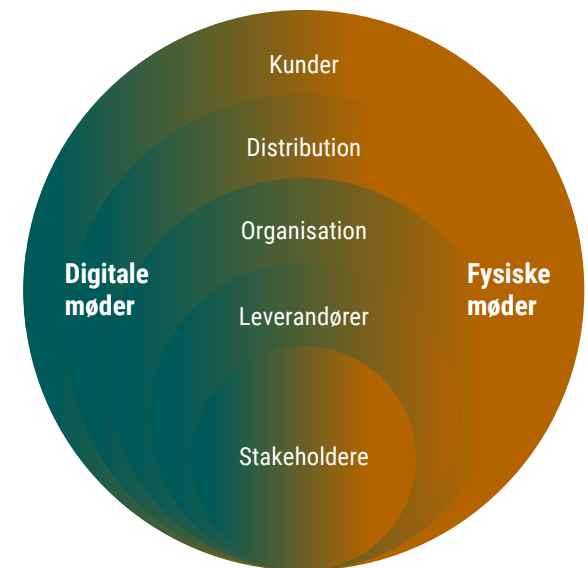
- Fremdrift: Der er mange uforløste ressourcer i afholdelse af møder
- Bakke eller tomgang: Forkerte møder er skadelige eller passiviserende

Proces

Gennem tænketanken har vi med repræsentanter fra virksomheder og organisationer indsamlet og bearbejdet data i 2017. Primær data er tilvejebragt fra et Videnspanel, bestående af repræsentanter fra mere end 100 danske virksomheder og organisationer, suppleret med mere end 60 dybdeinterviews. Sekundær data er indsamlet fra universiteter og publikationer

Metodevalg

Kvalitativ data indsamling og analyse med henblik på en senere kvantitativ analyse og fortolkning



Resultater

Gentænk møderne og få et større afkast

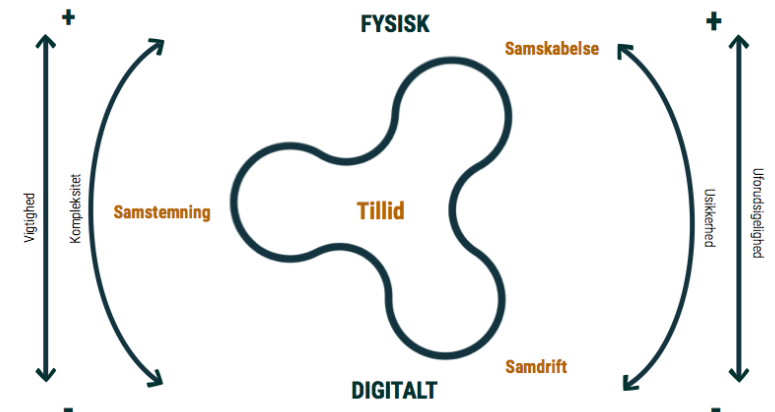
Tænkertanken har udviklet en **mødemodel**, en **mødealgoritme**, og en række **konkrete mødeanbefalinger** til virksomheders og organisationers brug af fysiske og digitale møder i en kommerciel kontekst. Vi har følgelig skabt et fundament for en mere kvalificeret udvikling af kommercielle fysiske møder og mødepunkter.

Vi har identificeret og kortlagt tre mødeudbytter: **Samstemning**, **Samskabelse** og **Samdrift**, som alle er tæt forbundet til **Tillid**. Alle møder indeholder alle 3 udbytter og forudsætter tillid. Møderne er rammesat af **betydende fælles mødeobjekt**, **kompleksitet**, **sikkerhed** og **forudsigelighed**. Størrelsen af de enkelte elementer og mødeudbytter er betydende for valg af mødeformat - henholdsvis det fysiske og digitale møde.

Tænkertanken har ligeledes formuleret en række observationer og anbefalinger til kommerciel brug af fysiske og digitale møder og mødepunkter.

Resultatet fra tænketankens arbejde kan bruges som et strategisk, taktisk og operationelt værktøj til at prioritere og udvikle organisationers og virksomheders fysiske og digitale møder og mødepunkter.

Mødemodel

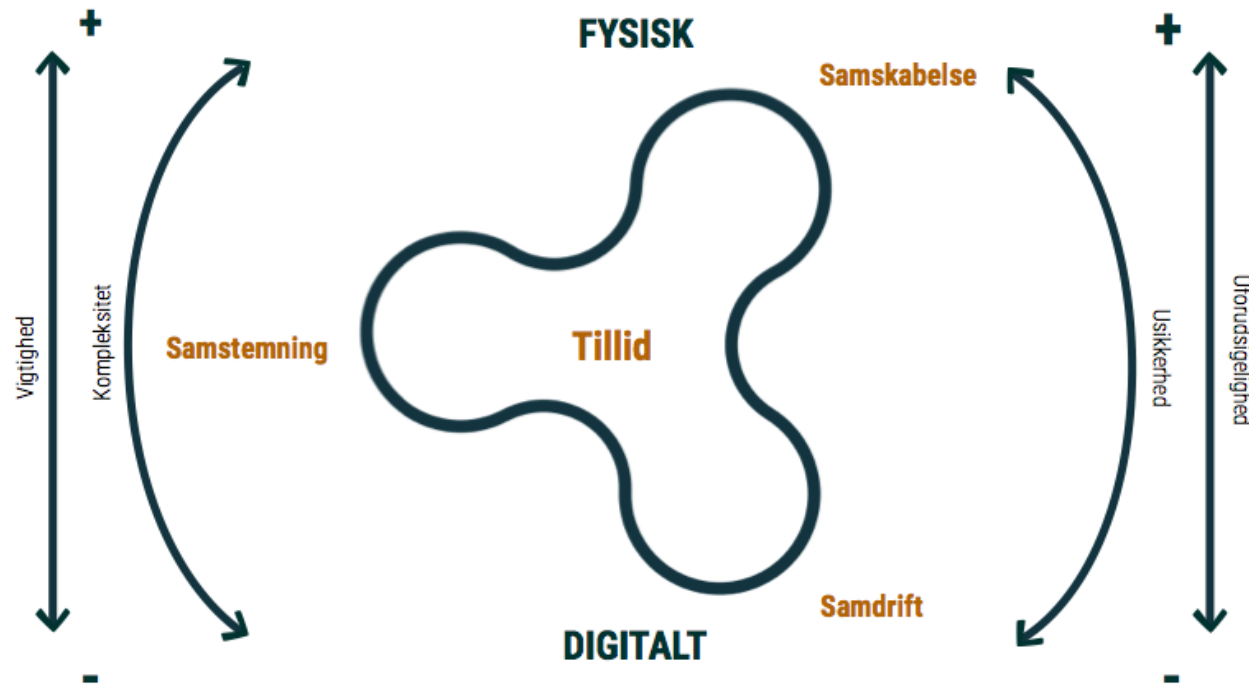


Mødealgoritme

$$\frac{\text{(Situation)} * (\text{Ønsket udbytte})}{\text{(Tillid)}}$$

Modellerne er forklaret yderligere på de næste sider.

Mødemodel



Fysiske møder indeholder elementer af alle mødeudbytter; **Samstemning, Samskabelse og Samdrift** – og forudsætter **Tillid**.

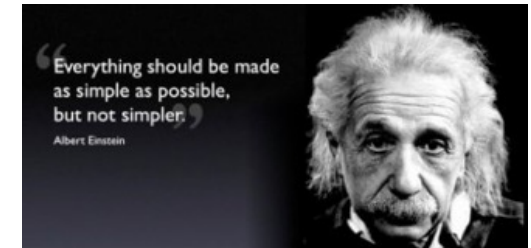
Jo mere vigtigt,
des mere fysisk møde

Jo højere kompleksitet,
des mere fysisk møde

Jo mere usikkerhed,
des mere fysisk møde

Jo mere uforudsigelighed,
des mere fysisk møde

Mødealgoritme - mødeformat



$$\frac{(\text{Situation}) * (\text{Ønsket udbytte})}{(\text{Tillid})}$$

Situation =

- Betydende mødeobjekt
- + Komplexitetsgrad
- + Usikkerhed
- + Uforudsigelighed

*

Ønsket udbytte =

- Samdrift * 1
- + Samstemning * 2
- + Samskabelse * 3

'Tillidsdividenden'

= > 2 -> fysisk mødeformat

= < 2 -> digitalt mødeformat

(Variable mellem 0,0 - 1,0, hvor 1,0 = høj
Mødeudbytter samlet = 1,0)

Eksempel:

$$\frac{(\text{Betydende mødeobjekt } 0,5 + \text{Kompleksitet } 0,1 + \text{Usikkerhed } 0,1 + \text{Uforudsigelighed } 0,5) * (\text{Samdrift } 0,6 * 1 + \text{Samstemning } 0,3 * 2 + \text{Samskabelse } 0,1 * 3)}{(\text{Tillid } 0,2)}$$

$$= ((0,5 + 0,1 + 0,1 + 0,5) * (0,6 + 0,6 + 0,3)) / 0,2 = (1,2 * 1,5) / 0,2 = 1,8 / 0,2 = 9 > 2 = \text{fysisk mødeformat}$$

Kilde: Center for Models of Life Niels Bohr Institute

Konkrete anbefalinger

Tænk tankens har en række konkrete mødeanbefalinger, som uddyber og operationaliserer modellen og algoritmen. Anbefalingerne tager udgangspunkt i modellens enkelte elementer, men har også fokus på korrelationer og afledte konsekvenser.

Mødeanbefalinger og observationer vil således være direkte relateret til operationaliseringen af modellen, omfattende de fysiske og digitale møder, situationen, udbytter og tillid.

Anbefalingerne vil blive præsenteret som indlæg på bloggen hos 3rdDimension, der også kan komme ud og gennemgå dem i din virksomhed som et inspirationsindlæg.

Se mere på www.3rdimension.com

Vi håber, at du vil kigge forbi og tage del i den videre diskussion om, hvordan vi fremover udvikler vores møder.

Eksempel:

Tillid og tillidsdividenden

Den mest effektive måde at skabe større afkast, på både digitale og fysiske møder, er ved at øge tilliden mellem deltagere – med udgangspunkt i det fælles mødeobjekt. Man kan skabe større og hurtigere afkast på en mindre investering. Ingen tillid, intet mødeafkast. Stor tillid, hurtigt og større udbytte. Ved høj tillid kan man konvertere fysiske møder til digitale, der tidmæssigt er mindre omkostningstunge.



Indholdet i executive summary må kun gengives med tilladelse fra 3rdDimension og tydelig kildeangivelse.

Morgen dagens Møder

3RD DIMENSION

LEAD AGENCY