

Vedlagt følger informasjon om kurset, *Prepare, Produce, Present*, som hjelper ekspertgrupper til å bedre utvikle og formidle komplekse budskap. Tre interaktive moduler over to dager tilrettelegges for hver enkelt klient og tilbyes for grupper mellom 12-25 personer. Kurset gir lag en felles metode og en økt bevissthet i å sammenstille og forenkle komplekse problemstillinger.

Klientreferanser: Flere engasjementer for Pannon (Telenors ungarske mobilselskap), Econ Poyry (Norge) og Carlisle Group (USA).

Bakgrunn: Vi kan bli bedre til å formidle komplekse problemstillinger.

En kompleks verden krever enkle budskaper. I et arbeidsliv med økende tempo, spesialisering og kompleksitet blir evnen til god kommunikasjon en stadig viktigere ferdighet i alle bransjer. Dyre spesialister gjør det nødvendig å skape raske og fleksible prosesser for å utforme et budskap. For å nå igjennom til travel klienter må budskapet være forståelig, engasjerende og effektivt kommunisert.

Dårlig formidling = tapt inflytelse. Viktige ideer og problemstillinger er ofte dårlig og langtekkelig formulert. Kostnadene er høye i form av uleste dokumenter, feiltolkede ideer og i siste instans, tapte kunder og redusert konkurransekraft.

Et stort forbedringspotensiale. De fleste team savner felles metodikk, struktur og evne til å formidle budskapet. Vi forkaster ting vi har brukt mye tid på, gjøre deloppgaver som ikke passer sammen med andre deler av en rapport, eller vi blir for detaljerte. I møtet med et publikum eller et webkamera flakker blikket, vi blir stive i ansiktet og stotrende i stemmen.

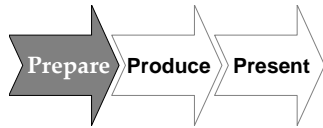
Analyse, ikke syntese. Spesialister er best på å bryte komplekse problemstillinger ned i håndterbare bestanddeler gjennom analyse. De er ofte dårlige på syntese -- å sette elementene sammen igjen på en måte som gir ny innsikt og gjør helheten mer forståelig.

En felles metode. *Prepare, Produce, Present* tilbyr en felles metode for alle tre faser i formidlingen av komplekse budskap og viser hvordan team kan effektivisere sitt kommunikasjonsarbeide gjennom bedre struktur, prosess og formidling.

Ikke bare presentasjonsteknikk. Kurset tilbyr en strukturert innfallsvinkel som hjelper team til bedre samarbeide. Kurset har praktiske øvelser basert på faglige elementer fra logikk, retorikk, storyboarding, arkitektur, scenekunst og jazz. Kurset kan tilrettelegges for klientens egne presentasjoner og dokumenter, slik at et team samtidig kan få videreutviklet pågående betalende prosjekter.

Kurset består av tre moduler: Prepare, Produce, Present.

Modul 1. Forberedelse: Bedre strategi, struktur og story



- Strategy
- Structure
- Story

Strategi. Her gjennomgår vi de viktigste elementene i en tydelig kommunikasjonsstrategi. Dette sikrer at alle jobber i samme retning og mot samme tydelige målbilde:

- **Hensikt.** Hva man vil oppnå,
- **Mennesker.** Hvem man snakker til og jobber med,
- **Sluttresultat.** Hvilket sluttprodukt man ønsker,
- **Prosess.** Hvilken prosess man benytter,
- **Prinsipper.** Hvilke prinsipper man jobber etter.

Struktur. De fleste begynner å skrive eller lage figurer før de fullt ut forstår strukturen i stoffet. En god struktur er tydelig ved at hvert element kun forekommer ett sted, og fordi hvert element er tydelig avgrenset fra andre elementerⁱ (eks. dager i uken, land på et kart, hardware/software etc.). Gode strukturer gjør det enklere å fordele arbeidsoppgaver i et team, og lettere å forstå og huske materialet.

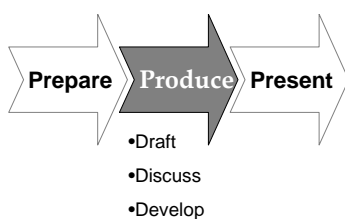
Kurset gjennomgår de viktigste elementene basert på *Pyramideprinsippet*ⁱⁱ:

- **En pyramide basert på en bærende ide.** Bruk av hele ideer i overskrifter og utarbeidelsen av et hierarki av ideer, en pyramide med en bærende ide på toppen og ideer under som understøtter den bærende ideen. Sjelden mer enn tre til fire ideer på hvert nivå.
- **Argument vs. gruppering.** Formidling gjennom enten et logisk argument (hvor konklusjonen kommer sist), eller en gruppering (hvor konklusjonen kommer først).
- **Vertikal og horisontal logikk.** Om hvordan ideer grupperes sammen og henger sammen med andre ideer oppover, nedover og sidelengs i pyramiden.
- **Logisk grupperinger.** Hvordan man grupperer logisk: a) beskrive en prosess (langs en tidsakse), b) klassifisere ting med felles egenskaper (f.eks. fra viktigst til minst viktigst) eller c) beskrive delene i et system (rekkefølgen dikteres av systemets oppbygging).

Gode historier engasjerer. De fleste dokumenter og presentasjoner er dørgende kjedelige. De mangler en historie, det er ingen tydelig problemstilling, og det er vanskelig for en mottager å orientere seg.

Historiens oppbygging. Vi gjennomgår de viktigste elementene i en historie – situasjon, komplikasjon, spørsmål og svar – og viser hvordan vi kan bruke historien til å peile oss inn på det spørsmålet vi ønsker besvare. Bevisst bruk av historier gjør stoffet levende, og bidrar til at det blir lettere å formidle.

Modul 2. Produksjon: En raskere iterativ produksjonsprosess.



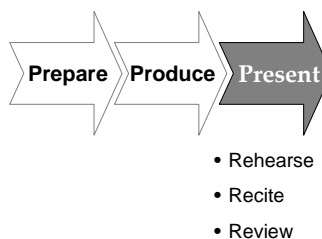
De fleste setter seg ned i Powerpoint eller Word når de skal nedfelle en ide. Dette hindrer oss fra å starte med et helhetsbilde av hva vi skal oppnå. Denne modulen av kurset viser oss en tredelt, iterativ prosess hvor vi hele tiden fokuserer på sluttproduktets evne til å kommunisere med målgruppen. Dette gjøres tre steg, Storyboarding, testing og ferdigstilling.

Storyboarding og kladding. Vi lager et enkelt kart over hvordan en bærende ide skal flyte i forhold til en mottager. "Storyboarding" er utviklet i film og reklamebransjen, og sikrer at man bruker minimalt med ressurser på hvert enkelt element i en produksjon før man er helt sikker på at man trenger elementet. Vi bruker f.eks. post-it noter eller mindmapping teknikker for å raskt kunne endre budskap og rekkefølge. Ved at alle i teamet bruker denne metoden, kan man raskt avdekke brist i struktur og storyline før man går videre.

Testing mot målgruppe. Vi tester mot noen som kjenner målgruppen. Treffer vi i forhold til intensjonen? Forstår de hva vi sier? Er strukturen engasjerende og relevant? Trenger vi å utvikle storyboardet ytterligere? Først når vi har en relevant og engasjerende flyt kan vi fordele oppgavene og ferdigstille produktet.

Ferdiggjøring. Vi viser teknikker i Word og Powerpoint som reduserer arbeidsmengden. Dette avhenger av deltagernes interesse og ferdighet. Vi jobber med tenknikker som flere maler, "embedded objects", hurtigtaster og egne verktøy linjer for å øke hastigheten i produksjonsarbeidet.

Modul 3. Fremføring: Trening, karisma og oppfølging



Feigt å øve? De færreste i næringsliv og offentlig forvaltning øver før de formidler et budskap. Det kan neste virke som om de synes det er feigt å øve og enda feigere å bruke virkemidler for å øke sin egen karisma og gjennomslagskraft foran en forsamling. Resultatet er flakkende blikk, stotrende stemmer, fomling med jukselapper, og høytlesing fra slider med ryggen til publikum. Denne siste modulen fokuserer på hva vi gjør før vi går på scenenⁱⁱⁱ, teknikker vi kan bruke på scenen, og tiltak vi kan gjøre for å øke gjennomslaget etter at vi har

gått av scenen. I denne modulen har vi med oss erfarne instruktører fra musikk, teater eller film som coacher deltagerne i hvordan man øver seg før en teaterforestilling, et filmopptak eller en konsert.

Lærer øvingsteknikker og oppvarming.

Øving før vi går på scenen. Alt for få øver eller varmer opp før de går på scenen. Vi viser hvordan vi øver alene og sammen med andre, og hvordan vi bruker hjelpemidler som diktafoner og video. Vi viser ulike øvingsteknikker og hvordan vi kan gi være mest mulig til nytte når andre i teamet trenger å forberede seg. Hvordan vi gir feedback, hvordan vi bygger opp selvtillit, og hvordan vi fokuserer på elementer vi kan gjøre noe med. Vi snakker også om oppvarmingsteknikker – stemmeoppvarming, mental oppvarming og gjennomgang av stoff.

Teknikker på scenen. Vi trener oss på å etablere kontakt med publikum. Forsterking av budskap. Hva vi legger vekt på. Bruk av stemme – tempo, toneleie, styrke, øyekontakt, kroppsbeherskelse, introduksjoner og avslutninger. Fremføring foran kursdeltagere.

Oppfølging og debrief. Vi går igjennom viktigheten av debrief. Hvordan vi i mot og gir tilbakemeldinger. Oppfølging mot mottagere i ettertid for å forsterke og bearbeide. Gjenbruk av materiale.

Fornøyde referansekunder og erfarne trenere

Fornøyde kunder. Etter at ledelsen i Pannon, Telenors Ungarske mobilselskap, tok kurset, besluttet man å kjøre det for hele staben, noe som ble gjort på tre samlinger. Econ Analyse, nå Econ Pöyry, har kjørt kurset tre ganger, og tilbyr det nå til alle sine medarbeidere i Norden. Kurset har også blitt kjørt for det amerikanske konsulent selskapet Carlisle Consulting på selskapets off-site samling på Cape Cod. Samtlige klienter kan kontaktes for referanser om ønskelig.

Erfarne trenere

Carl Størmer er principal i JazzCode AS og har utviklet konseptet. Han er en ettertraktet og foredragsholder, og foredrar fast på Insead's Advanced Management Program (AMP) i Paris. Han ble kåret til årest foredragsholder av Norsk Annonserforening 2005^{iv}, og har holdt JazzCode foredrag for Schibsted, McKinsey & Co, Oracle, Manpower, Cap Gemini, DnBNOR, Norges Bank, Krafts Food, AFF Solstrand, NHH Symposiet, BI, Dagbladet, Telenor, Aker ASA m.fl. Som markedsdirketør i Norwegian Airshuttle ledet han PR arbeidet i forb. med børsnoteringen, og utviklet investorpresentasjonen og deltok på selskapets internasjonale roadshow. Som grunder i StudentUniverse, USA's største nettbyrå for studentreiser, laget og fremførte han over hundre investorpresentasjoner og reiste over 20 MUSD i kapital til selskapet uten bruk av investmentbank. Som senior konsulent i IBM Consulting Group var han pressetalsmann og frontet selskapets satsing på ebusiness. Som profesjonell musiker har han spilt inn en rekke CD'er og startet *The Real Thing*, en av Norges mest populære jazzgrupper på 90-tallet. Han er utdannet med mastergrader i business fra Columbia University, i musikk fra Manhattan School of Music, og har også en Bachelor i musikk og økonomi fra New England Conservatory og Tufts University. Ytterligere etterutdanning fra Harvard og IBM. Aschehougs Forfatterskole 2006.

Cecilie Moslie, instruktør og skuespiller. En rekke fremtredene roller i teater, film og radio. Kjent fra Nationaltheateret, Den Nationale Scene, Rogaland Teater, Det Norske Teateret, som

hovedrolleinnehaver i flere filmer, som stemme i Hallo i Uken (NRK), og som lærer og leder ved skuespillerlinjen, Statens teaterhøgskole hvor hun også ble utdannet. Har vunnet Nordisk Films manuskonkurranse og jobber for tiden med manus med støtte fra Filmfondet. Konsulent for Aschehoug. Erfaring som trener for næringslivsledere.

Pris per deltager

Kurset koster 5.000 kr. per deltager per dag, basert på minimum 12 deltagere. Kurset holdes på engelsk eller norsk, og kan kjøres i et stort møterom. Det kan kjøres i løpet av to påfølgende dager eller alternativt, over to separate dager innenfor en tidsramme som ikke bør overstige to uker.

For ytterligere informasjon, kontakt Carl Størmer på +47 92280846 eller carl@jazzcode.org. Se også www.carlstormer.com.

Fotnoter

ⁱ I stammespråket kalles dette MECE – Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive, altså at hvert element i en gruppering er tydelig avgrenset og tilsammen utgjør en komplett beskrivelse.

ⁱⁱ *The Pyramid Principle*, utviklet av Barbara Minto for McKinsey & Co. Pyramideprinsippet brukes idag av de fleste ledende konsulentselskapene i verden.

ⁱⁱⁱ Vi bruker her ordet "scene" i overført betydning: å stå foran noen for å formidle et budskap.

^{iv} I konkurranse med 70 andre foredragsholdee, basert på publikums rating hvor Størmer scoret 4.8 (av 5 oppnåelige poeng) på både innhold og fremføring.