

Sådan bliver du klar til fremtidens møde

Af: Mette Sillesen og Louise Fredbo-Nielsen



Det klassiske møde med informations-tunge enetaler, halvkold og bitter kaffe, referent og Angry Birds på mobilen under bordet har for længst passeret sin holdbarhedsdato. I stedet står den på pirrerende sanseoplevelser, augmented reality, robotter og sensorer til fremtidens møde.

Der er mange møder i vores travle kalender, der kræver vores tilstedeværelse – inklusiv dem, der er påduttet os fra oven. Men hvis vi skal komme til et møde med en anden energi end: "Nøj, det er spild af min tid det her! Hvad skal jeg mon lave til aftensmad i aften? Var det mig, der skulle hente børnene i dag..?" Så skal der være noget, der lokker os. Noget, som vi ikke får, hvis vi tager mødet over Skype, mens vi sidder derhjemme med futter og pyjamasbukser på.

Mødedeltagere i fremtiden stiller endnu højere krav til kvaliteten af mødet. Vores tid er nemlig det dyrebareste vi har, så vi stiller krav til dem, som "stjæler" den fra os. At tro, at du bare kan indkalde folk til et 2-timersmøde med en dagsorden og et par smørrebrød fra kantinen, er allerede forældet, men vil virke endnu mere ved siden af om bare nogle få år. I fremtiden skal mødet nemlig være en helhedsoplevelse, hvor alle kontaktpunkter er nøje udtænkt.

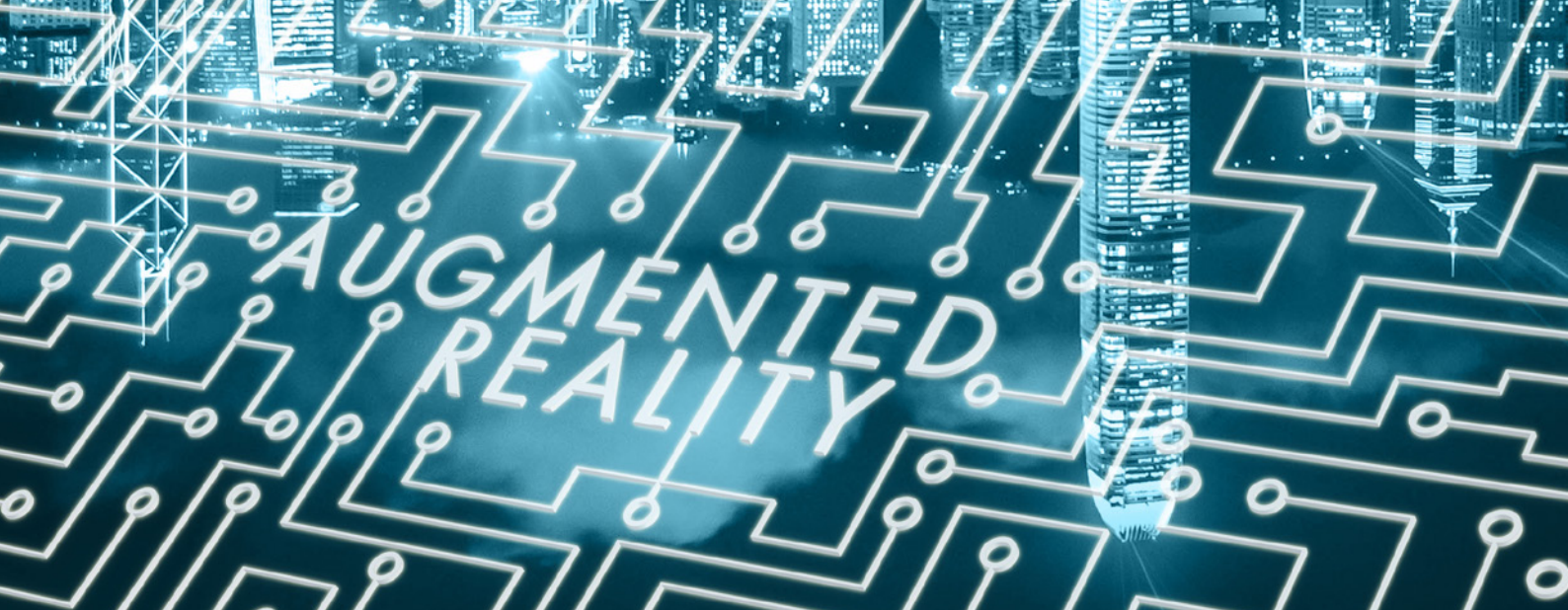
Lad os tage et kig på de trends, der kommer til at tegne møder i fremtiden.

5 TRENDS DER GIVER FREMTIDENS MØDER KAMP TIL STREGEN:

1. VIRTUAL REALITY, AUGMENTED REALITY OG HOLOGRAMMER

I et augmented reality-system ser du verden gennem et teknologisk lag. Dette kunne være en smartphone (der er flere augmented reality applikationer, der allerede er til rådighed for nogle telefoner), eller det kunne være gennem et par augmented reality briller, så som for eksempel Googles (dog lidt kiksede forsøg på) Google Glasses. I begge tilfælde kan du se verden omkring dig og se real-time digital information om, hvad du ser. Forestil dig at kigge på en fremmed og se personens navn, Facebook-konto, Twitter tags og andre oplysninger.

I Japan vinder hologrammerne frem til events og koncerter, hvor musikerne ikke behøver at være til stede. Nej, de er erstattet af hologrammer, der optræder som et levende menneske ville gøre (og måske endda bedre). I byen York bruger man også hologrammer, og her har man lanceret en app, der bringer fortiden til live



lige foran dine øjne. Med revolutionerende smartphone-teknologi får de besøgende mulighed for at nyde hologram-forestillinger med historiske figurer, der meget levende dukker op, ud af byens gamle bygninger, og fortæller historier, som vi ellers skulle læse om i historiebøgerne. En tilsvarende brug af hologrammer på konferencer, kurser og møder venter lige om hjørnet, så du kan godt begynde at glæde dig. Snart er det slut med ensformige møderlokaler og dræbende Powerpoint-præsentationer!

2. DEN VIRTUELLE FØLESANS

Haptisk teknologi er teknologi, som genskaber følesansen. En genstand (det kunne for eksempel være en t-shirt) er forsynet med sensorer, der gør det muligt for brugeren at føle ting på en virtuel måde. Det er blevet anvendt i vid udstrækning inden for lægevidenskaben, da teknologien gør læger i stand til at udføre fjernkirurgi. Den er også blevet brugt til militærtræning og udforskning af rummet. Med produkter som "Hug Shirt," der gør dig i stand til at føle berøring, eller "Kiss Transmitter", som bliver beskrevet som en krydsning mellem en elektrisk tandbørste og et joystick, er føle-teknologien godt på vej ind i vores liv. Indenfor kort tid kan vi give hånd, røre ved hinanden og ikke mindst kysse helt uden at være i samme mødelokale, by eller kontinent for den sags skyld. Og det giver pludselig en helt ny dimension på den ugenlige videokonference med kollegerne i Vejle.

3. EKSTRAORDINÆRE OPLEVELSER

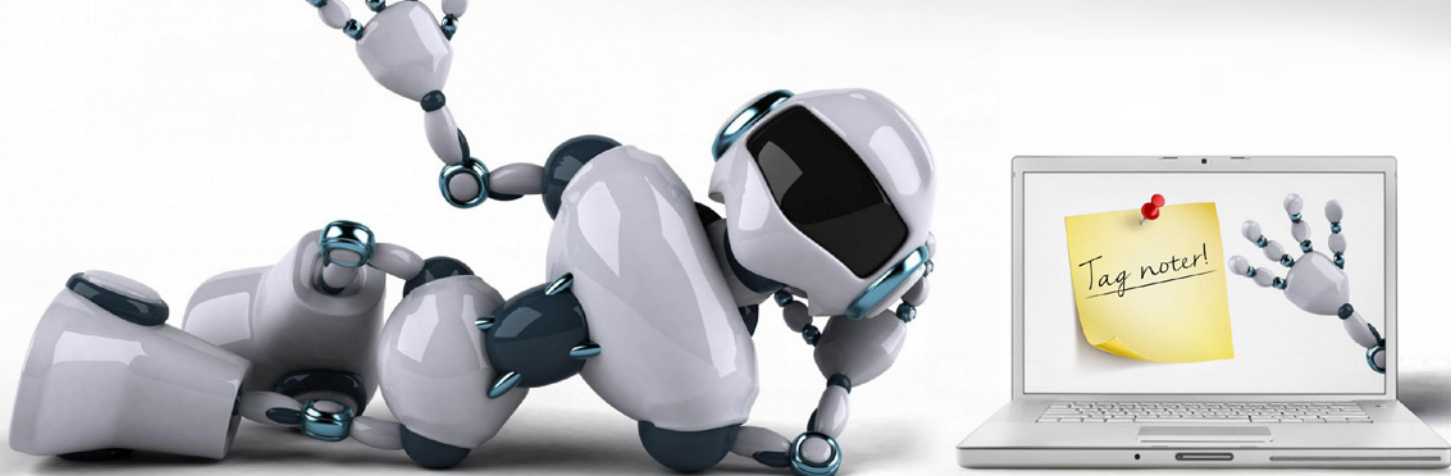
Ud med den lunkne kaffe og ind med larver og piller. I dag er netværk en væsentlig del af det at mødes, omend det er til den store, årlige konference, kurset i projektstyring

eller det ugentlige statusmøde. Motivationen for at troppe op er i stigende grad at skabe og vedligeholde relationer. Hvor mange før i tiden samledes for at få viden, kan alle i dag gå online og blive opdateret på det meste. Det er derfor ikke viden, men den sociale kontakt, vi mødes for. Det at se hinanden i øjnene og dele en oplevelse har stor værdi i en "high tech" verden. Men tro ikke, at du skaber den gode, sociale oplevelse bare ved at få folk til at møde op. Byder du blot på lunken kaffe og en frugtskål, finder dine deltagere snart en grund til at streame dig i stedet. Men fortvivl ikke. Der er mange måder, hvorpå man kan gøre det sociale element til en oplevelse. Server for eksempel noget særligt mad, så som bacon-chokolade, larver eller piller til frokost. Det afgørende er, at der er noget overraskende, som dine mødedeltagere ikke har set før.

4. TEKNOLOGI OG SANSEOPLEVELSER

Vi bliver i sanseverdenen, for fremtidens møder skal involvere sanserne. Lys, lyd og duft er alle muligheder for at skabe intense sanseoplevelser. Ambient technology gør, at du kan tilpasse rummet efter temperament og situation. F.x skruer du op for den blå farve og ned for temperaturen, når koncentrationen skal aktiveres til at udtænke den store strategi. Og når I så "rigtigt skal hygge jer", er det den røde belysning, der får gas, mens du udfylder rummet med duften af afternoon tea.

Fremtidens møde involverer noget folk kan røre ved, dufte og/eller smage, for vi vil ikke bare være passive deltagere, men en del af det, der udspiller sig omkring os. Et lidt ekstremt eksempel på netop det, er museet Humanity House i Haag. Her får du



som besøgende frataget dine ejendele, så du på egen krop kan opleve, hvordan det kan være at skulle overleve i et område præget af konflikt eller katastrofe.

5. MIN HISTORIE - ALT SKAL SKRÆDDERSYS

Sidst men ikke mindst bevæger vi os fra "den gode historie" til "MIN historie". Det er mange år siden, at man kunne tale til folk igennem politiske ideologier. I dag vil vi være en del af storytelling og forlanger at være centrum i vores eget univers. Fremtidens formidling til møderne skal derfor involvere og aktivere os – og det gælder både i den virtuelle og virkelige verden. Et møde bør, som nævnt, anskues som en oplevelse – og den starter langt inden den fysisk udspiller sig. Næmlig allerede når mødeindkaldelsen er sendt afsted. Her kan du spørge ind til deltagerne med spørgsmål som.: Er du vegetar? Har du nogle krav til teknologien? Eller er der noget, du har brug for i forhold til mødet? På den måde føler den enkelte sig hørt og føler ikke, at mødet er en standard procedure, men derimod et skræddersyet oplevelse med hensyn til unikke behov og præferencer. Det lyder måske meget forkælet og tidskrævende, men vil du have folk til at komme motiverede til dit møde, er skræddersyning en vej frem.

HVORDAN GIVER DU DINE MØDER ET FREMTIDS-PIFT?

- Tænk i hvordan du både kan involvere high tech (teknologien og folks teknologiske krav) OG high touch (samvær, fællesskab og sanseoplevelser):

Kom ud af jeres faste rammer.

Når mødet er i gang, så læg mobilene i en stak på bordet, og den, der først må have fingrene i sin mobil skal købe de mest smovsede flødeskumskager til kaffen.

Indlæg stilhed eller meditation (det behøver ikke være langhåret).

- Hvordan kan du skabe oplevelser ud over det sædvanlige - noget folk husker? Skal der fx. serveres larver eller tages referat af en robot? Eller skal den, der har ordet tage en bid stærk chili, for at sikre at han formulerer sig i korthed?

- Fysisk aktivitet: At sidde ned er det nye rygning, og da vi danskere i forvejen sidder alt for meget ned i gennemsnit, så drop stolene og hold evt. mødet i planke eller squat.. (vi garanterer for korte møder). Hvis det ikke lige er et hit blandt dine kolleger, så drop bordet i stedet.

Future Navigator ønsker at forankre fremtidsforskningen i sin virkelige rolle: *"at skabe en fælles global fornemmelse, der løfter og hjælper mennesker og planeten"*.

Louise Fredbo-Nielsen er en eftertragtet foredragsholder og har en kandidatgrad i International Business & Politics fra Copenhagen Business School, Sciences Po Paris og Guanghua School of Management Beijing.



Mette Sillesen er specialiseret inden for forbrugeradfærd, livsstil, bæredygtighed og fremtidens arbejdsmarked. Hun er uddannet Cand.Soc i ledelse af kreative forretningsprocesser samt Ba.ling.merc i kommunikation, marketing og engelsk, begge fra Copenhagen Business School.