



Välkommen

Start kl 9.30



Inspirationswebbinarium
digitala kundmöten

Per Dahl

ADVANTUM 
KOMPETENS





Nyckelfaktorer

1. Mål och metod
2. Skapa engagemang
3. Läsa av reaktioner
4. Frågeteknik och påverkan
5. Teknik och hjälpmedel
6. Utvärdering och göra annorlunda

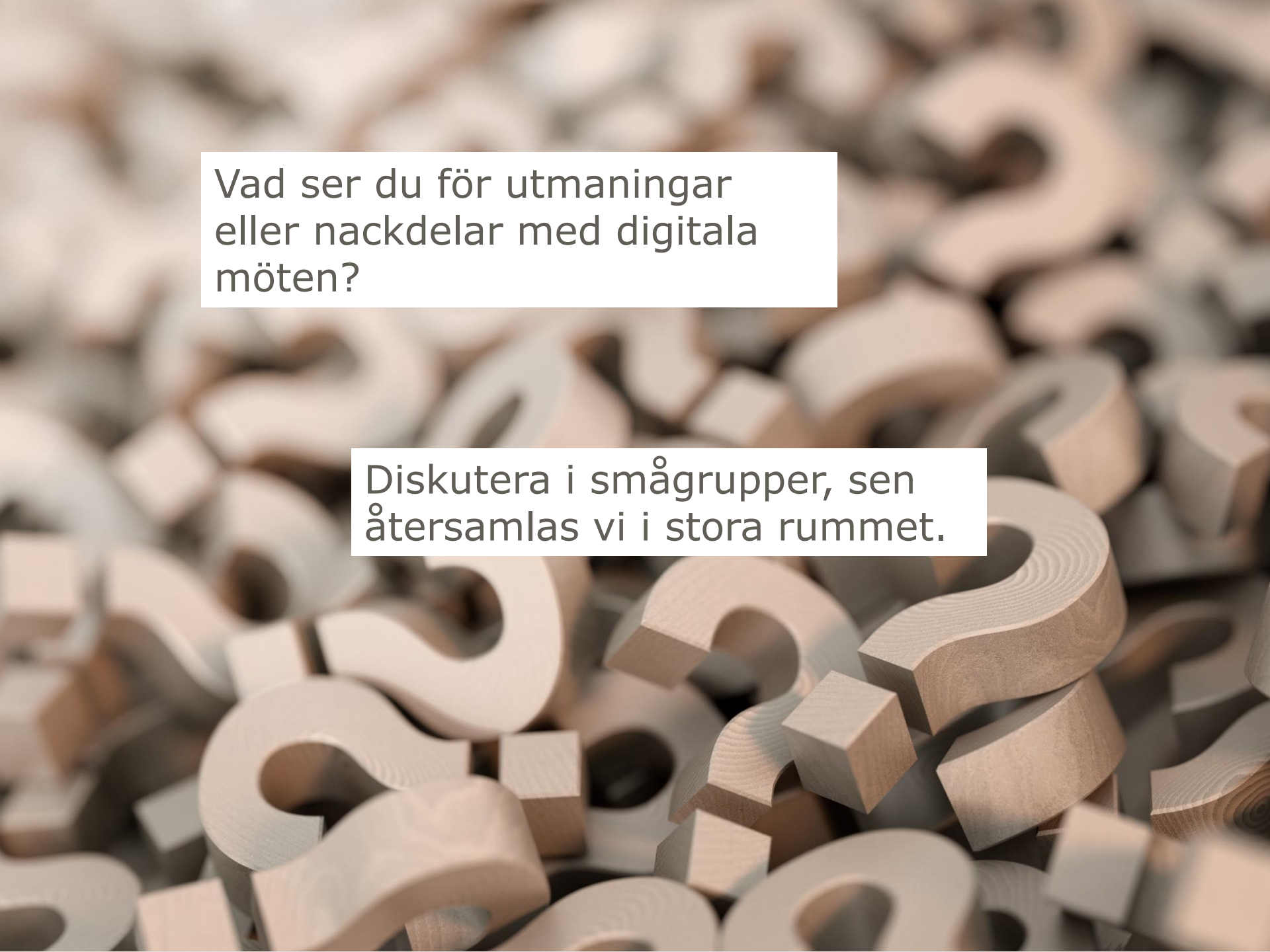
Från IRL till digitala möten



Utmaningar på distans

- Hur starta – kallprat?
- Läsa signaler och komma till avslut
- Teknik?
- Kroppsspråk?
- Närvaro?
- Avslappnat samtal?
- Ställa sig upp och rita?





Vad ser du för utmaningar
eller nackdelar med digitala
möten?

Diskutera i smågrupper, sen
återsamlas vi i stora rummet.

VAD ÄR SVÅRT I KOMMUNIKATIONEN?

**B
R
U
S**



VAD ÄR SVÅRT I KOMMUNIKATIONEN?

PERSONLIGHET
ERFARENHET
KUNSKAP



PLANERA DIN KOMMUNIKATION



Mål och målgruppsanalys



Inventering - målgrupp

Hur?

När?

Vad?

Varför?

Vem?





Hur vill jag påverka min motpart?



Känna...

Attitydmål



Kunna...

Kunskapsmål



Göra....

Beteendemål



**Skapa engagemang
och läsa av reaktioner**



Olika mål ger olika aktivitet/metod

Repetition

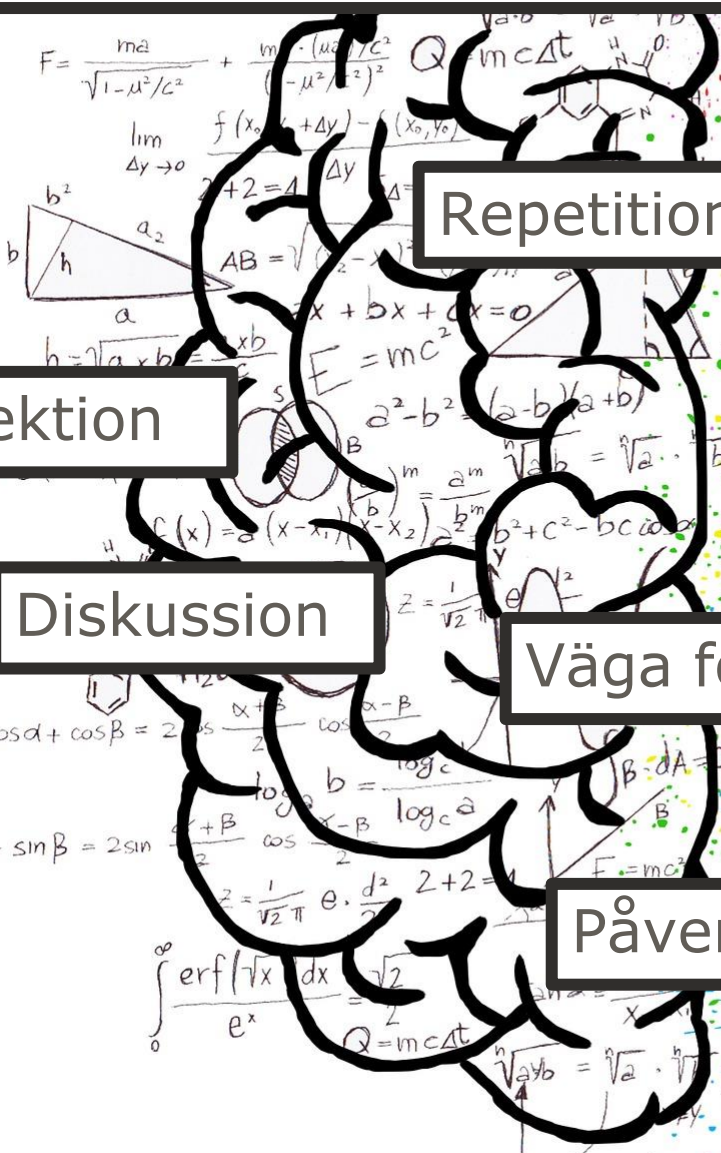
Dra slutsatser

Reflektion

Diskussion

Väga för och nackdelar

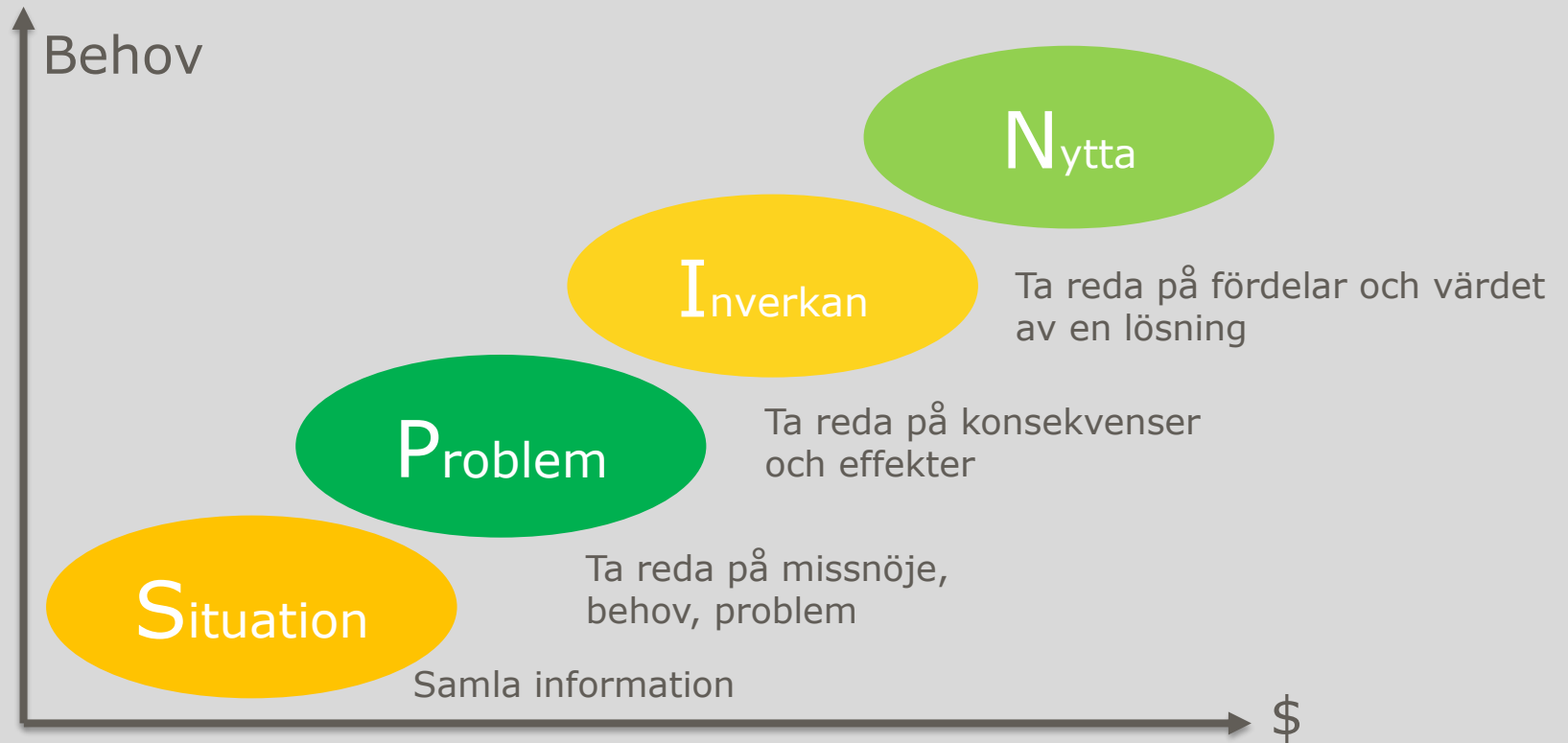
Påverkan och nytta



Frågeteknik



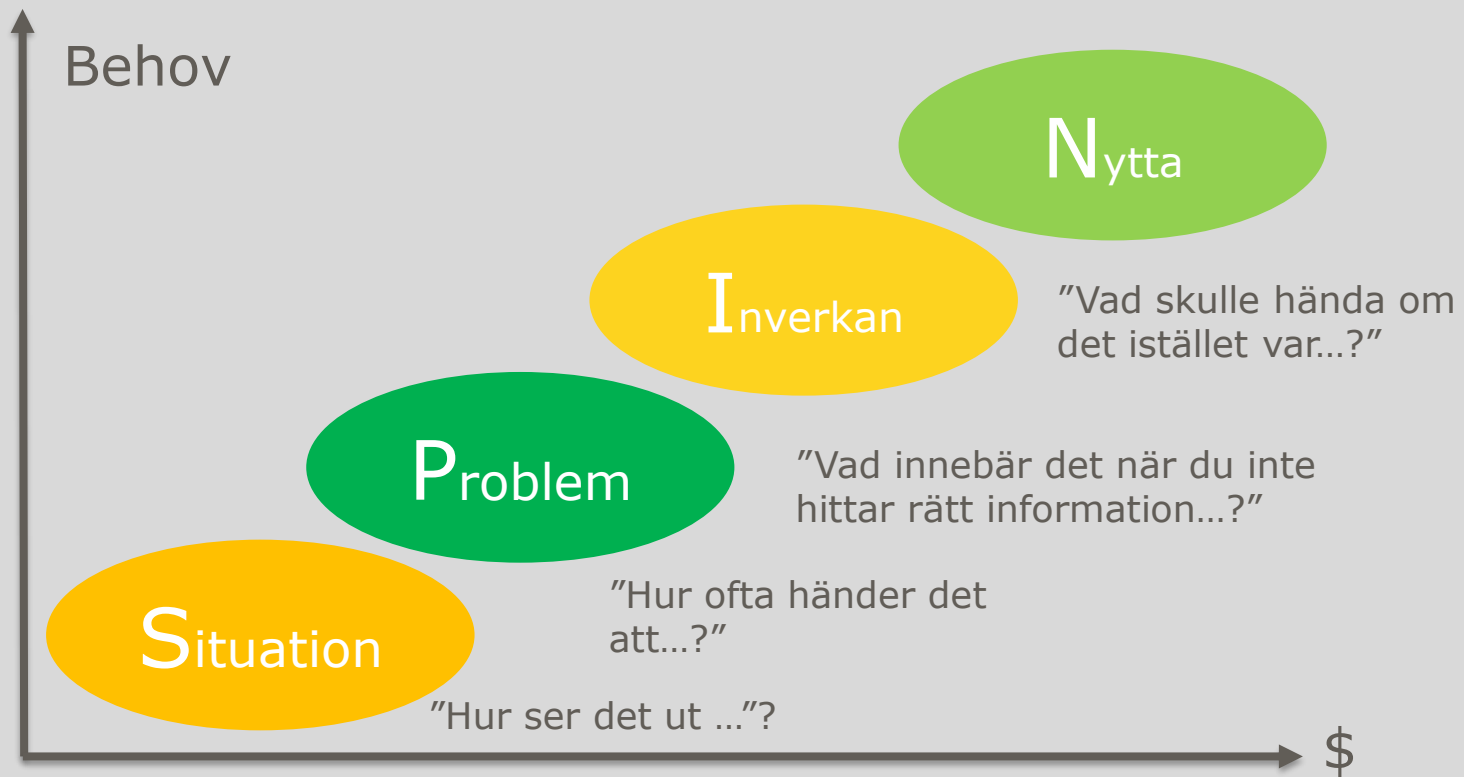
SPIN-modellen



Källa: Neil Rackham



SPIN-modellen



Källa: Neil Rackham



Cialdinis principer för påverkan

- **Ömsesidighet (Reciprocity)** — det beteende du ger är det beteende du får.
- **Socialt bevis (Social proof)** — vi gör som andra människor gör.
- **Tycke (Liking)** — vi gillar att säga »ja« till människor som vi gillar.
- **Auktoritet (Authority)** — vi förlitar oss på auktoriteter och experter.



Hur använda Cialdinis principer för påverkan?

- **Ömsesidighet (Reciprocity)** — det beteende du ger är det beteende du får.
- **Socialt bevis (Social proof)** — vi gör som andra människor gör.
- **Tycke (Liking)** — vi gillar att säga »ja« till människor som vi gillar.
- **Auktoritet (Authority)** — vi förlitar oss på auktoriteter och experter.



Teknik och hjälpmedel



- Förbered, experimentera med delning
- Målgruppsanalys
- Kameran
- Kamera nr 2
- Hos motparten: belysning, fästa fönster, skriva/dela i chatten

Tänk TV



Men även radio



P1 P2 P3 P4
sverigeSRadio

The logo features four stylized radio call letters: P1 in light blue, P2 in orange, P3 in green, and P4 in purple. Below these, the text 'sverigeSRadio' is written in a black, sans-serif font, with the 'SR' part in a bold, italicized style.

Tack för denna gång!

ADVANTUM
KOMPETENS

