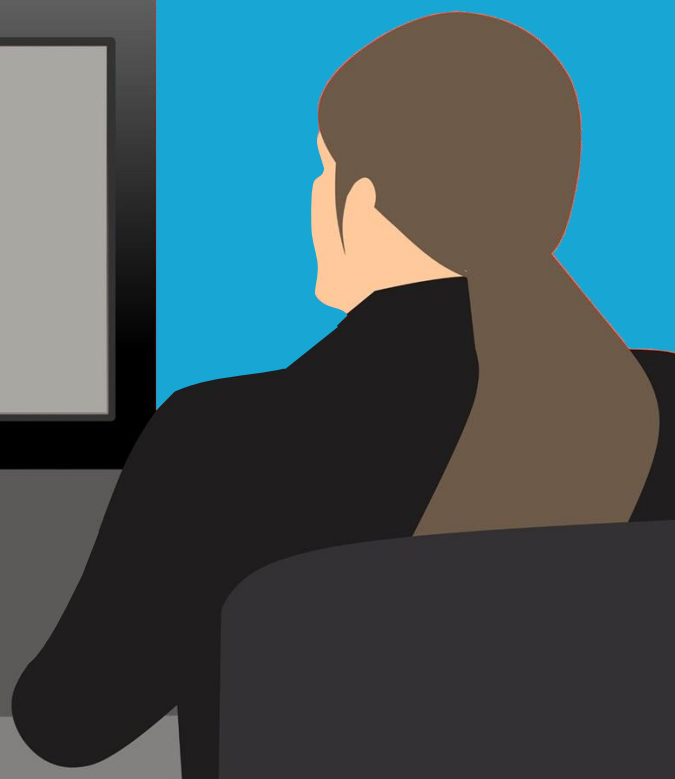


Før/Under/Efter Corona **ONLINE-MØDER**



Survey & Analyse

**POTENTIALE
UDFORDRINGER
ANBEFALINGER**

Indhold

1. Executive summary
2. Fordobling af online-møder i fremtiden
3. Flere online-møder, færre rejser, mere hjemmearbejde
4. Tidsbesparelser driver værket
5. Koncentrationsevnen udfordres online
6. Ikke alle emner er lige egnede online
7. Kan successen under corona overføres til tiden efter?
8. Tænd for kameraet og kig ind i det
9. Effektivitet forudsætter mødedisciplin – især hos de unge
10. Rangordning af praktiske virkemidler
11. Kort on analysen



Jeg tror **ikke**, at **TDC** bliver **den samme** arbejdsplads efter Corona.

Vi kommer til at bruge de erfaringer, vi har fået under Corona til at skabe **nye arbejdsformer**, og jeg forudser, at vi udvikler **en langt mere fleksibel arbejdsplads**, hvor virtuelt samarbejde og online-møder får en større plads

TDC's **topledelse** har nedsat en **taskforce**, der skal sikre at de gode erfaringer bliver fast **forankret** i vores **arbejdskultur**

Gry Egstrup
Senior Vice President, TDC



Det er i høj grad også **teknologien**, der har gjort, at online-møderne har fungeret så effektivt under corona. Når vi logger ind på møderne, så **virker** det **hver gang**. Sådan var det ikke for et år siden.

Så **timing** og **teknologi** er gået hand i hånd.

Jakob Askou Bøss,
Strategi- og kommunikationsdirektør, Ørsted



EXECUTIVE SUMMARY

Potentialer



Denne analyse viser, at de adspurgte medarbejdere i danske virksomheder og organisationer er gået fra at bruge i gennemsnit **14%** af deres arbejdstid i online-møder før corona-krisen - til at bruge **42%** under corona. Og de forventer i fremtiden at bruge **26%** af deres arbejdsdag i online-møder. Altså næsten en fordobling af online-mødeaktiviteten (**Fra 14% før corona til 26% efter**).



Forventningen om at fremtiden vil byde på flere online-møder drives primært af det faktum, at **82%** mener, at online-møderne afvikles på kortere tid, end hvis det tilsvarende møde var holdt fysisk. Et flertal på knap **54%** vurderer, at online-møder samlet set er mere effektive end de fysiske.



Der er også andre potentielle gevinster ved en digital omlægning af mødekulturen. **76%** forventer mindre rejseaktivitet på arbejdspladsen, og **74%** forventer mere hjemmearbejde.



Der er et stort potentiale for at øge brugen af hjemmearbejde. Før corona-krisen svarer deltagere, at de i gennemsnit arbejder hjemme **3 timer** på en arbejdsuge, men de ønsker i fremtiden at hele **10 timer** ud af en arbejdsuge, kan klares hjemmefra.

Udfordringer



Besvarelserne viser, at der også er store udfordringer ved online-møder i forhold til de fysiske. Den gennemsnitlige koncentrationsevne i fysiske møder vurderes til **84%**, mens koncentrationsevnen kun er **74%** i online-møderne. Altså et tab af koncentrationsevne på **10%**.



Årsagerne til at koncentrationsevnen er udfordret, dokumenterer deltagerne selv, idet godt **35%** angiver at de typisk checker mails under online-møder. Mens kun **16%** angiver, at de forsøger at koncentrere sig fuldt ud om at deltage i mødet.



Et overraskende statistisk faktum er, at den ældre medarbejdergruppe over 40 år vurderer, at onlinemøder er mere effektive end de yngre under 40 år. Tallene anviser en sandsynlig forklaring på forskellen. For den yngre gruppe koncentrerer sig mindre under møderne og multitasker markant mere. For eksempel checker **57%** af de yngre typisk SMS'er under online-møderne, mens det kun er **32%** af de ældre, der ikke kan lade SMS'erne være. Så en højere grad af mødedisciplin hos særligt de yngre er anbefalelsesværdig, hvis effektiviteten af online-møder skal øges.

Anbefalinger



Undersøgelsen viser, at konteksten og formålet med et møde er meget afgørende for, hvor velegnet det er til afvikling online. På en skala fra 0 til 10, hvor 10 er mest egnet, scorer møder, der vedrører daglig drift **7,1**, mens udviklingsopgaver scorer **5,3**. Mindst egnet vurderes møder, der har til formål at sælge, som kun scorer **4,8**.



Størrelsen af mødet er også afgørende. Knap tre ud af fire (**73%**) mener, at møder med få deltagere er relativt mere egnede til online-møder.



Form og afvikling af online-møder er ifølge besvarelserne også meget afgørende for, hvor effektive de er. Det mest effektive virkemiddel er ifølge deltagerne at udsende en **mødedagsorden** i god tid før mødet.



Næstvigtigst er det, at der udpeges en **mødeleder**, der aktivt styrer mødet. På tredjepladsen anbefales det, at alle **deltagere aktiveres** efter hvert agendapunkt, hvor de alle aktivt skal svare på et opsummerende spørgsmål.



Øvrige anbefalinger er bl.a.: 1) Tænd for **web-kameraet**, 2) Lav en mødekultur hvor deltagerne om muligt **logger på** mødet i god tid, før det starter 3) Brug **visuelle slides** der understøtter struktur og pointer.

Forventningen er en fordobling af online-møder

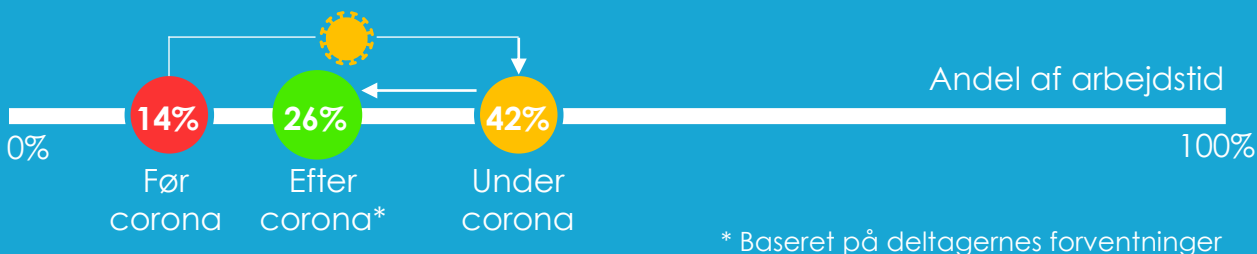
Denne undersøgelse viser, at medarbejderne **før corona** i gennemsnit brugte knap **14%** af deres arbejdstid i diverse online-møder.

Under corona har de brugt hele **42%** af tiden bag skærmene derhjemme i online-møder. Det er måske ikke så overraskende, at online-møderne er eksploderet - for hvad har alternativet været? De fleste virksomheder har været lukket ned for det fysiske fremmøde på kontoret.

Men det opsigtsvækkende er, at digitaliseringen af vores mødekultur ser ud til at bide sig fast og skabe en betydelig, varig forandring i vores arbejdsliv.

Ifølge undersøgelsen forventer deltagerne næsten en **fordobling** i antallet af online-mødeminutter i forhold til tiden før corona. **Fra 14%** af arbejdstiden før corona til **26%** i fremtiden **efter corona-krisen**.

Andel af gennemsnitlig arbejdstid der bruges i online-møder – Før/under/efter Corona

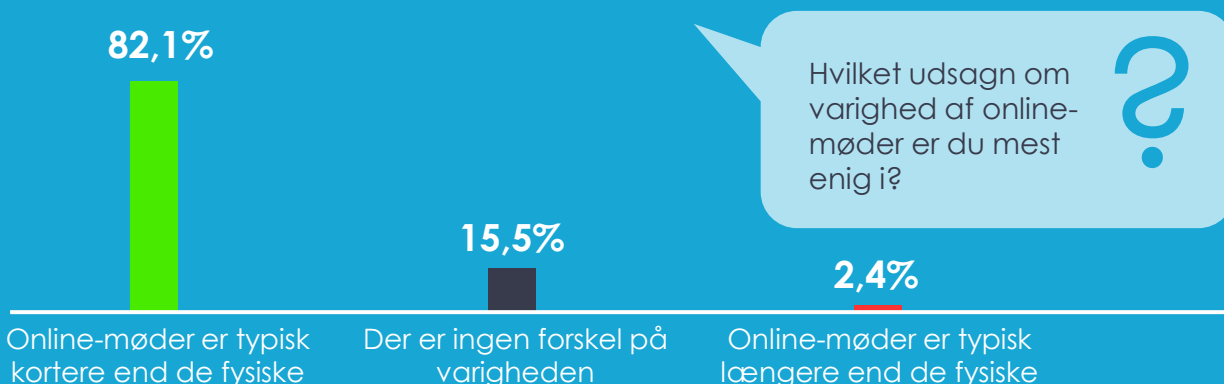


Vi sparer tid i møderne

“Vi er blevet overraskede over, hvor godt online-møder fungerer”. Det er et udsagn, der igen og igen bliver nævnt i de interviews og fokusgrupper, der er afholdt i forbindelse med analysen. Og statistikkerne fra undersøgelsen bakker konklusionen op. Men hvad er det, der tilsyneladende fungerer så godt?

Helt grundlæggende er det oplevelsen, at den digitale mødeform sparer tid i forhold til de fysiske møder. Hele **82%** mener, at møderne bliver afviklet på relativt **kortere tid**, end hvis det tilsvarende møde havde været afholdt fysisk.

Varighed af online-møder i forhold til tilsvarende fysiske møder



Mødekulturen bliver mere digital på arbejdspladsen

Hos DSV har vi mange kontorer og terminaler i hele landet. Vi vælger i mange tilfælde at mødes online i stedet for mødes fysisk i Hedehusene, Horsens, Odense osv.

Der er ingen tvivl om, at corona vil betyde, at vores mødekultur fremover vil blive endnu mere digital. Det vil i øvrigt også understøtte vores globale vækst.

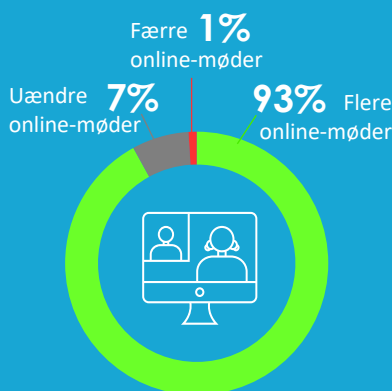
Jesper Petersen
Direktør, DSV Air & Sea

Det er ikke kun på egne vegne, at undersøgelsens deltagere forventer flere online-møder i fremtiden.

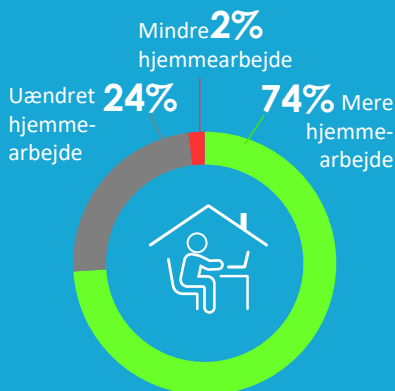
93% forventer, at deres **arbejdsplads** helt generelt vil benytte sig af **flere online-møder** i fremtiden.

Flere af de interviewede påpeger, at det i høj grad handler om mødekultur. Tidligere blev møder kun afholdt online, hvis det ikke kunne lade sig gøre at samle deltagerne fysisk.

Fremover vil det hyppigt kræve en begrundelse, hvis mødedeltagerne skal vælge at bruge den ekstra tid på transport, det kræver at mødes fysisk.



Online-møder



Hjemmearbejde



Rejseaktivitet

Færre rejser og mere hjemmearbejde

Meget tyder på, at online-møderne for fremtiden i høj grad vil blive afholdt i stuen, i køkkenet eller på kontoret derhjemme.

74% af undersøgelsens deltagere forventer, at deres arbejdsplads i fremtiden vil benytte sig af mere hjemmearbejde blandt medarbejderne.

Det øgede hjemmearbejde er en del af forklaringen på, at **76%** af de adspurgte også forventer mindre rejseaktivitet i tiden efter corona.

Men også forretningsrejserne rundt om i verden forventes at falde. Det er citeret fra C.C. Jensen et eksempel på.

I DSB's indkøbsprogram for "Fremtidens Tog" har vi kunnet måle højere effektivitet under corona.

Hjemmearbejdspladserne har fungeret imponerende godt. Vi kommer til at have mere hjemmearbejde i fremtiden.

Jesper Andersen
Underdirektør, DSB

Corona bliver en game-changer i forhold til betjeningen af vores kunder overalt i verden. Mange rejser vil blive erstattet af online-møder. Ingen tvivl om det.

Før Mette Frederiksen's berømte tale havde vi ikke holdt ét eneste salgsmøde online. Nu gør vi det hver eneste dag. Og det virker. Vi er nået i mål med salgsbudgettet, og er blevet mere effektive. Så enkelt kan det siges.

Ulrich Ritsing
Salgsdirektør, C.C. Jensen

Det er tidsbesparelser, der primært driver værket

Fællesnævneren for de fordele der fremhæves med online-møderne er **tid**: Både i form af reduceret rejseaktivitet, mere hjemmearbejde – men fremfor alt den tid der bruges i selve mødet. **82%** vurderer at møderne afvikles på kortere tid.

Men hvad er årsagen til, at møderne kan afkortes?

Der tegner sig et centralt, fælles træk, som bidrager mest til at forkorte mødetiden:

Der er mindre "small talk", og der er færre, der taler i munden på hinanden, når møderne afholdes online.

Men som citatet fra Bestseller's people manager indikerer, så risikerer den hurtigere afvikling af mødet at ske på bekostning af deltageraktiviteten.

Fordelene online synes jeg klart er en "strammere" mødestruktur og afvikling, da man i online-møder hurtigt erfarer, at man kan have svært ved at tale i munden på hinanden. Og efter et par af de oplevelser, er erfaringen, at deltager-aktiviteten bliver mindre end i fysiske møder – dermed bliver irrelevant småsnak ofte elimineret.

Rasmus Niemann Kjær
People Manager, Bestseller

Så én ting er, at mødet slutter hurtigere – men betyder det, at væsentlige argumenter og perspektiver går tabt?

Eller sagt med andre ord; er det kortere tidforbrug i møderne også ensbetydende med højere effektivitet?

Effektivitet af online-møder i forhold til tilsvarende fysiske møder



Delte meninger om online-mødets effektivitet

Der er i undersøgelsen et mindre flertal på knap **54%**, som vurderer, at online-møderne generelt er mere effektive end de fysiske.

Analysen viser altså, at det reducerede tidsforbrug i online-møderne ikke direkte kan konverteres til højere effektivitet. Hvis det var tilfældet, ville de **82%**, der tidligere svarede at online-møderne er kortere også logisk set alle sammen svare, at online-møderne også er mere effektive.

Med andre ord er der også ulemper ved online-mødene, der ikke nødvendigvis opvejer tidsbesparelserne.

Koncentrationen udfordres online

I undersøgelsen har deltagerne vurderet deres evne til at koncentrere sig, når de deltager i henholdsvis online- og fysiske møder. Deltagerne vurderer, at de gennemsnitligt kan koncentrere sig **84%** af tiden, når møder holdes med fysisk tilstedeværelse. Det tilsvarende tal er **74%**, når mødet er online. Altså et tab af koncentrationsevne på **10%**.

Gennemsnitlig koncentrationsevne i % i fysiske versus online-møder



Baseret på videnskabelige eksperimenter er det ikke overraskende, at koncentrationsevnen falder online. For en stor del af dynamikken i mødet mellem mennesker, og der hvor vi bearbejder og lagerer informationer sker gennem den non-verbal kommunikation₁: Tonefald, kropssprog, øjenkontakt osv.

Men disse virkemidler er vi helt eller delvist afskåret fra at bruge effektivt i online-møderne.

Risikoen er at vi "checker ud – og checker mails"

Ifølge undersøgelsen er det kun **16%**, der angiver, at de typisk forsøger at koncentrere sig fuldt ud om de online-møder, som de deltager i. Mere end dobbelt så mange, nemlig 35%, "afslører" at de typisk checker mails under online-møderne.

Det er dog heller ikke udsædvanligt, at man i fysiske møder oplever deltagere, der checker telefoner og mails. Forskellen er, at man i online-mødet typisk kan gøre det, "uden at blive opdaget".

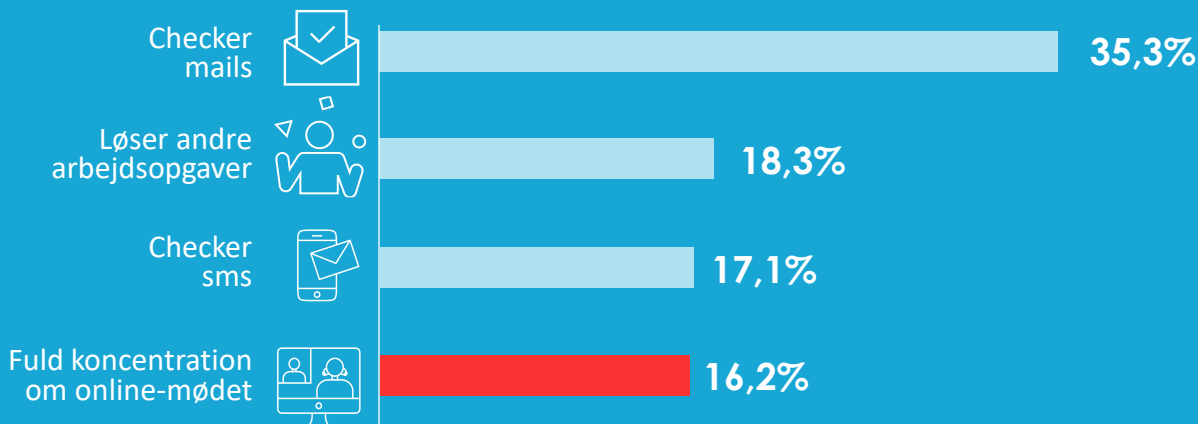
Ifølge flere af de interviewede er det dog ikke nødvendigvis et problem, at mødedeltagerne løser andre opgaver under online-møderne, hvis ét eller flere mødepunkter ikke direkte vedrører dem selv.

Det er sådan set helt ok, at mine medarbejdere besvarer mails under online-mødet, hvis de ikke har en aktiv rolle under et dagsordenspunkt.

I det fysiske møde er det meget forstyrrende, hvis de skriver en mail. Men online kan de bare slukke mikrofonen. Den store udfordring er, om medarbejderen er i stand til at "check ind", når det kræves.

Mikkel Holm
Associate Vice President, NNIT

I hvilket omfang foretager du typisk disse aktiviteter samtidig med, at du deltager i online-møder?



Kontekst "is king"

Under corona har mange virksomheder og organisationer ikke haft noget valg: Hvis der har været behov for at mødes - så var eneste mulighed at gøre det online.

Men når hverdagen vender tilbage, er der grund til at være bevist om, hvornår det er en fordel at man mødes online.

Undersøgelsen viser, at driftsopgaver vurderes at være langt mere egnede til online-formatet end udviklingsopgaver. På en 10-punktsskala scorer driftsopgaver **7,1** på egnetheds-skalaen. Mens udviklingsopgaver scorer **5,3** i gennemsnit.

Med en score på **4,8** vurderes møder, hvor formålet er at sælge eller overbevise, mindst egnet i online-formatet.

Hvor egnet er online-møder til forskellige typer af opgaver fra 0-10?



Creativity "in the cloud"?

Flere interviewpersoner fremhæver, at udviklingsopgaver der kræver idéudvikling og kreativitet har dårlige forudsætninger for at fungere, når vi kommunikerer "i skyen"/online.

Det er der umiddelbart både fysiske og mentale forklaringer på. Når vi brainstormer og idéudvikler, bruger vi ofte det fysiske mødelokale til at "tegne og fortælle" på whiteboard og flipover. Det er vanskeligt at efterligne online.

Men fremfor alt så mangler vi den smittende energi, der opstår, når vi begejstres af hinandens ideer og engagement.

Konceptudvikling, kreativitet og løsning af komplekse problem er meget udfordrende online.

Derfor skal vi blive bedre til at bruge teknologier, der kan understøtte "tegn og fortæl processen", som normalt kan køres på whiteboard i mødelokalet

Klaus Ljørring Pedersen
Head of unit, Dansk Flygtningehjælp

Salgsmøder handler i høj grad om tillid. Og har du aldrig mødt den potentielle, nye kunde – så er det klart sværere at sælge og overbevise online.

Men det er ikke umuligt. Under corona er vi blevet kastet ud i det – og vi har success med online-salgsmøder. Det vi oplever som helt afgørende er, at vi har en super skarp visuel præsentation, der intuitivt illustrerer vores værdiskabelse for kunden. Show it – don't just tell it!

Lars Knaack
CEO, Novenco Building Industry

Skype "til salg"?

Der er også gode grunde til at især situationer, hvor vi ønsker at sælge eller overbevise andre om vores synspunkter, pointer eller produkter har svære vilkår online.

For det mest effektfulde virkemiddel i den situation er pathos: Appellen til publikums følelser₂.

Det er sværere at vække følelser, bygge tillid og skabe begejstring igennem det filter, som en computerskærm udgør.

Det er kort sagt sværere at sælge på skype.

Får vi et A og B-hold, når vi ikke længere er i samme båd?

Blandt de personer der er blevet interviewet i forbindelse med undersøgelsen, er der enighed om, at online-møderne under corona har fungeret godt, fordi "alle har været i samme båd".

Fordi der ikke har været alternativer, så har folk indstillet sig på at få det bedste ud af online-møderne.

Men hvad sker der, når hverdagen normaliseres? Når vi igen vil have online-møder, hvor en større gruppe sidder sammen i et mødelokale, mens andre er på individuelt, online?

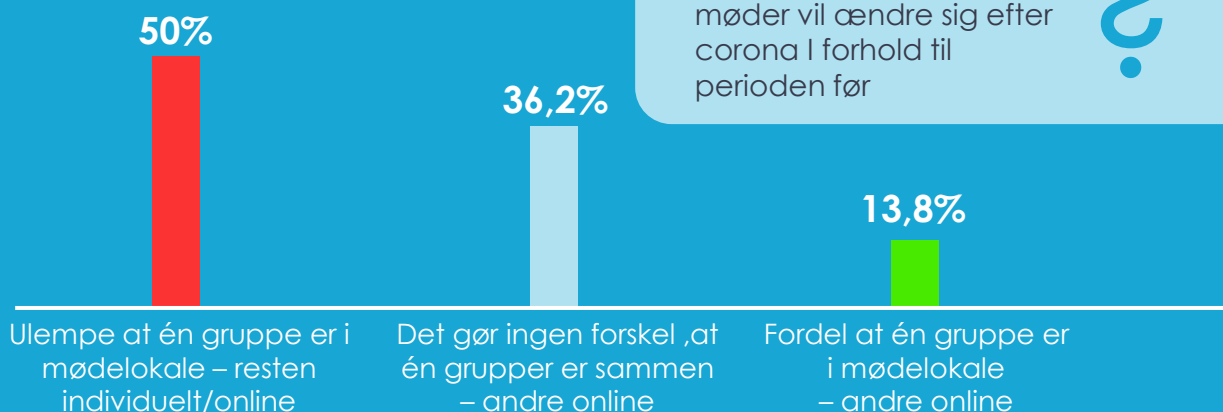


Vores medarbejdere kommer i fremtiden til at arbejde mere hjemme, end vi var vant til før corona. Derfor kommer vi også hyppigere til at være i situationer, hvor én gruppe sidder sammen i mødelokalet i Svendborg, mens resten er på online derhjemme.

Det kræver god og aktiv ledelse af online-mødet at sikre, at online-deltagerne aktiveres og kommer til orde. Ellers risikerer vi, at det bliver et "A og et B-hold".

Ulrich Ritsing
Salgsdirektør, C.C. Jensen

Effekten af online-møder - Under og efter corona



I hvilket omfang vurderer du, at effekten af online-møder vil ændre sig efter corona i forhold til perioden før



Få deltagere giver de bedste møder online

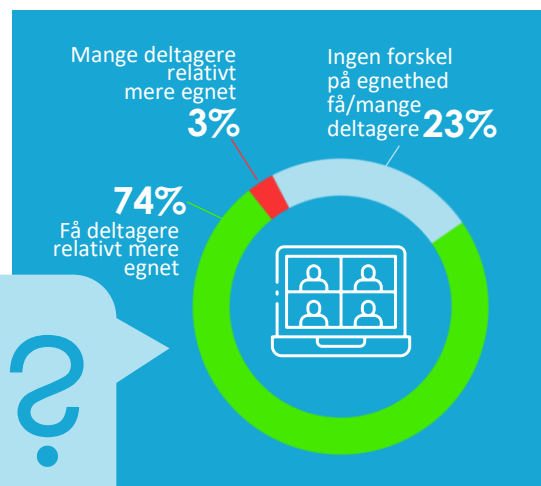
I undersøgelsen mener et stort flertal på **74%** på, at online-møder er bedst egnede til relativt få deltagere.

Et praktisk problem er, at live-billederne med mødedeltagerne bliver mindre og mindre, jo flere mødedeltagere der er.

Og netop det at kunne se de øvrige mødedeltagere, virker engagerende og motiverende.

Men bliver skærbilledet af mødedeltagerne for småt, giver det ikke længere nogen positiv effekt.

Påvirker deltagerantallet i et møde, hvor egnede du synes online-møder er relativt i forhold til fysiske



Tænd for kameraet og se på linsen - IKKE på dig selv!

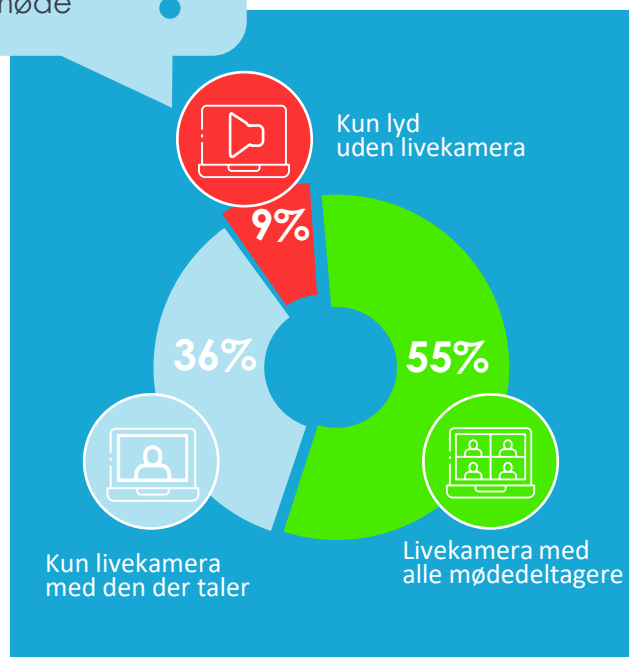
Et stort flertal på samlet **91%** mener, at det fungerer bedst at tænde web-kameraet.

Ud af dem mener **55%**, at det er bedst at have web-kamera tændt med alle deltagere. Mens **36%** foretrækker, at det kun er den der taler/præsenterer, der vises livebilleder af på skærmen.

Det er ikke overraskende, at flertallet foretrækker at se levende billeder. Det bringer mødeoplevelsen tættere på det fysiske møde, da vi til en vis grad kan opnå øjenkontakt, aflæse kropssprog og stemning gennem live-billederne af deltagerne.

En meget væsentlig faktor for at øge oplevelsen af nærhed i online-mødet er, at alle deltagere vænner sig til at se direkte ind i kameralinsen i stedet for, at man kigger ufokuseret frem for sig - eller endnu værre på sig selv, hvis en del af skærbilledet viser eget kamera.

Hvad virker efter din mening bedst, når du deltager i et online møde



Online-møder kan også bringe os tættere på hinanden

Umiddelbart forbindes online-møder med en større distance og et mere upersonligt møde mellem mennesker. Men i HR-afdelingen hos TV 2 har de oplevet, at de er kommet tættere på hinanden via online-møderne under corona.

Online-møderne kan under de rette forudsætninger bringe mødedeltagerne tættere på hinandens privatsfære. Det bekræftes af mange interviewpersoner.

De har via web-kameraet været på virtuelt besøg hos hinanden i deres private hjem.

I mange tilfælde har de også, tilsigtet eller utilsigtet, hilset på hinandens ægtefæller og børn.

Hos en af de største danske børsnoterede virksomheder har de benyttet corona-krisen som en lejlighed til at invitere de ansatte ind i stuen hos deres CEO iført t-shirt i

afslappet stil - og med mulighed for at kunne stille spørgsmål direkte til topledere på en uformel facon.



Jeg har en oplevelse af, at vores daglige online tjek-ind i HR-teamet har bragt os meget tættere sammen arbejdsmæssigt - selvom vi var hver for sig. Flere krydsfelter er blevet tydelige, og det har skabt et andet samarbejde internt i teamet.

Til hverdag arbejder vi fra både fra Kvægtorvet i Odense og Teglholmen i København. Med de daglige online tjek-ind har vi bevæget os mod en større samhørighed.

Nu handler det om at fastholde de positive ting vores online tjek-ind har skabt - og finde en form, hvor online-møder kan bringe nye fordele for os som team.

Marina van den Brekel Kulmbak
HR Partner, TV 2

Effektivitet forudsætter mødedisciplin – især hos de unge

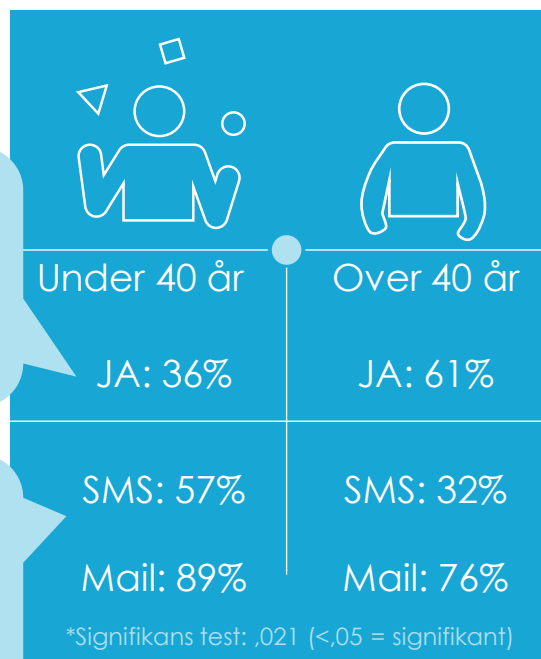
Et mere detaljeret kig på data fra undersøgelsen viser, at der er en stor og statistisk signifikant forskel på, hvordan medarbejderne over 40 år vurderer effektiviteten af online-møder i forhold til medarbejdergruppen under 40 år.

Mens **61% over 40 år** vurderer, at online-møder er mere effektive end fysiske, er det tilsvarende tal for dem **under 40 år 36%**. Altså en **forskel** på **25%**.

En nærliggende forklaring på at de ældre oplever højere effektivitet er, at de i markant mindre grad multitasker under møderne. For eksempel er det kun **32%** af de ældre, der SMS'er under online-møderne. Hos de yngre er tallet **57%**. Igen en **forskel** på **25%**.

“Online-møder er mere effektive end fysiske”

“Hvad foretager du dig typisk under et online-møde”



Ovenstående data vidner om, at mødekulturen omkring online-møder har betydning for, hvor effektivt møderne kommer til at fungere. Og det er behov for, at navnlig den yngre medarbejdergruppe “checke tilstrækkeligt ind” i online-møderne for at realisere potentialet ved den digitale mødeform.

Test af personlighed & præferencer i forhold til hjemmearbejde?

Virksomheder og organisationer har i artier personlighedstestet deres ansatte i forhold til præferencer- og evner indenfor analyse, kreativitet, struktur, empati mv.

Med afsæt i interviews og de statistiske resultater fra denne analyse er det værd at overveje, om det nu er tid til at teste medarbejdernes præferencer, trivsel og effektivitet i forhold til at arbejde hjemme.

For udover det faktum, at medarbejderne selv vurderer, at online-møderne typisk er relativt mere effektive end de fysiske møder, så viser besvarelserne, at deltagerne i gennemsnit ønsker at have ca. **1½ hjemmearbejdsdag (10 timer)** på en gennemsnitlig uge). Det faktiske udgangspunkt var før corona imidlertid blot **3 timer** i gennemsnit.

Der er dermed formentlig et udbredt ønske om, at de ansatte rundt om i landets virksomheder og organisationer kan arbejde markant mere hjemmefra, end hvad de tidligere har gjort.

Gennemsnitligt antal hjemmearbejdstimer før/efter corona



Rangordning af praktiske virkemidler til effektive online-møder

Deltagerne i undersøgelsen har rangordnet seks konkrete virkemidler, der bidrager til en effektiv forberedelse og afvikling af online-møder.

Øverst på listen er det, at der forud for et møde bliver udsendt en dagsorden, så deltagerne på forhånd ved hvem der deltager, hvilke dagsordenspunkter der behandles – og af hvem.

Flere af de interviewede understreger, at velstrukturerede beslutningsoplæg og visuel support i form af gode slides er endnu mere afgørende i online-møderne, fordi vi ikke kan afkode om mødedeltagerne rent faktisk har forstået de pointer, som vi præsenterer.

Virkemidler der har størst positiv effekt på oplevelsen af et online-møde

#1 Dagsorden for online-møde sendes forud for mødet



#2 Der udpeges en mødeleder der introducerer og samler op



#3 Efter et agendapunkt aktiveres alle deltagere med et spørgsmål



#4 Der anvendes altid en slide i mødet med agenda og formål



#5 Alle checker om muligt ind 10 min før mødestart så alle er klar



#6 Deltagere bruger pen og touchskærm til at tegne og illustrere med



Aktiv mødeledelse: Nøglen til at deltagerne ikke “checker ud”

Aktiv og tydelig mødeledelse fremhæves også som ekstremt afgørende for effektiviteten i online-møderne.

I det fysiske mødelokale vil kropssprog og attitude afsløre om mødedeltagerne er enige, uenige, forstående eller uforstående. I online-mødet skal mødelederen stille eksplicitte spørgsmål til mødedeltagerne for at få den samme indsigt.

Brug det aktuelle momentum

Corona-krisen har givet et enormt momentum for at foretage omlægninger af mødekulturen fra de traditionelle fysiske møder til den fleksibilitet og potentielle effektivitet som online-møderne rummer.

En afsluttende anbefaling er at lade sig inspirere af TDC, der bevidst og metodisk søger konvertere læringen under corona til varige, positive forandringer.

“

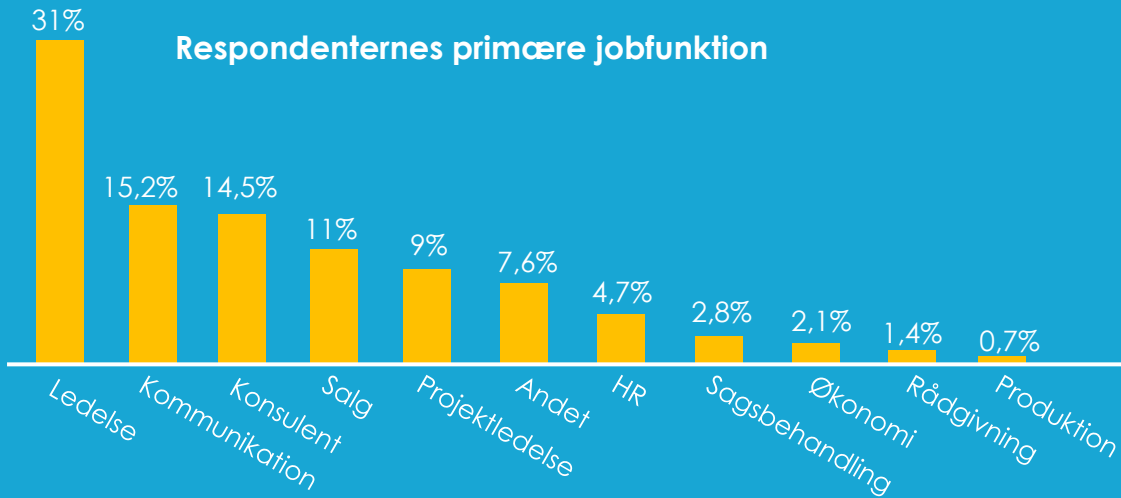
...
TDC's **topledelse** har nedsat en **taskforce**, der skal sikre at de gode erfaringer bliver fast **forankret** i vores **arbejdskultur**

Gry Egstrup
Senior Vice President, TDC

Kort om analysen

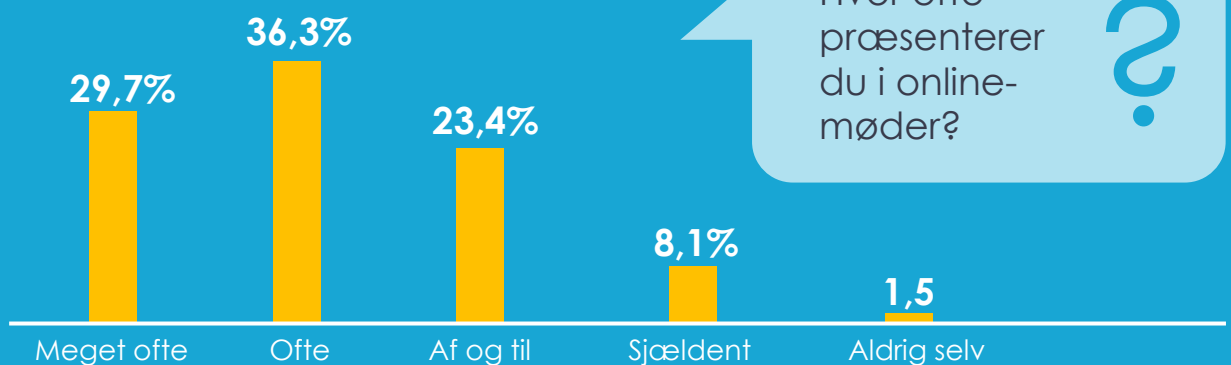
Analysen baserer sig på en online-survey, foretaget blandt respondenter, der arbejder i danske virksomheder og organisationer.

192 personer har besvaret spørgsmålene i perioden 15. maj til 27. maj 2020.



Blandt deltagerne er knap 1 ud af 3 ledere. Der er således forholdvist mange deltagere i undersøgelsen, der dagligt træffer aktive valg om, hvordan de vil kommunikere med- og til deres medarbejdere.

Erfaring med at præsentere i online-møder



66% af deltagerne i undersøgelsen spiller en aktiv rolle i online-møder, hvor de enten meget ofte eller ofte selv præsenterer for de øvrige mødedeltagere. Der er således et betydeligt erfaringsgrundlag med facilitering af onlinemøder.

For mere information

Ønsker du yderligere information omkring undersøgelsen eller en præsentation af alle konklusioner og anbefalinger fra online-analysen og de kvalitative interviews, så Kontakt:

Adm. Direktør Mads Holm Iversen / www.convinced.dk / 42 42 44 00