

KURSER VIRKER IKKE

– her har du BROs workshopkatalog...

Hos BRO tror vi ikke på, at kurser virker. Det har vi skrevet [et længere indlæg om her](#), som vi faktisk synes, er vigtigere end dette katalog.

Og nej, vores løsning på problemet er ikke at kalde det for workshops i stedet:-)

Vi er grundlæggende skeptiske overfor enkeltstående seancer, fordi de ganske enkelt ikke skaber forandring. Man kan ikke lære noget komplekst på en dag fra 9-16. Den er ikke længere. Dem, der siger dét, lyver, eller også kender de ikke helt normale principper for kompetenceudvikling.

FØR, UNDER OG EFTER

Vores workshops fokuserer derfor på at forlænge dagen, så der både er et før og et efter. Det betyder, at vi stiller krav til vores deltagere. Og det er vi stolte af. For disse krav til hinanden skaber resultater.

Før dagen får deltagerne lektier for, der kan optimere indlæringen. Det kan være artikler, refleksionsspørgsmål eller konkrete opgaver. I visse tilfælde bliver de bedt om at sende eksempler eller tage en test. Derudover forventningsafstemmer vi altid enkeltvis med deltagerne op til workshoppen for at målrette den.

Efter workshoppen forankrer vi indholdet gennem opfølgning. Typen og formen afhænger af den konkrete workshop; det kan være e-kurser, webinars, podcasts, peer reviews eller noget helt femte. Men som absolut minimum får deltagerne mere stof til at dygtiggøre sig teoretisk, og de relevante ledere får sparring til at implementere forandringerne hos deltagerne. Endelig hjælper vi deltagerne med at nå deres mål gennem forpligtende kontrakter, der bliver fulgt op på.

HVAD ER DER I KATALOGET (OG HVAD KOSTER DET)?

Du er travl, så lad os komme til sagen: Der er 11 workshops i kataloget. De fleste består af én hel dag plus et før og et efter. Det varierer fra workshop til workshop, hvad vi anbefaler – det kan du læse mere om i de enkelte workshops.

En workshopdag koster 20.000 kroner ekskl. moms, transport og undervisningsmaterialer. Alle workshops er interne og altså ikke 'åbne kurser'. Det vil sige, at de bliver holdt ude hos jer – og I leverer deltagerne.

Vi har gennemført disse workshops for over 4.000 deltagere over de sidste 15 år. Vores referencer tæller snart sagt alle ministerier, kommuner fra hele landet, halvdelen af C20-virksomhederne, flere af de største fagforeninger, interesseorganisationer og en stor håndfuld internationale virksomheder. Det, vi prøver at sige, er, at vi har erfaring:-) Vi kan naturligvis fremskaffe konkrete referencer til dig, men vi spørger altid om lov hos vores kunder først.

Læs mere om de enkelte workshops på de næste sider.

INDHOLDSFORTEGNELSE

De 11 workshops...

Bliv copywriter – lær at skrive tekster, der får folk til at handle	004
Bryd vanen – og skab en ny	007
Effektiv på arbejde	010
Facilitatorens værktøjskasse	013
Konflikthåndtering i praksis	016
Nudging – skab effektive adfærdsændringer	019
Personlig gennemslagskraft	022
Personlig indflydelse – roller, relationer og resultater	025
Samtaler, der leder	028
Skriv effektivt og sagligt – træningsforløb for skrivende medarbejdere	031
Sådan skaber du en succesfuld blog – der genererer trafik, leads og ambassadører	034

For de virkelig ambitiøse: ekstra forankringselementer

037

Laver BRO kun workshops? (hint: Nej, vi gør ej)

039



BLIV COPYWRITER

– lær at skrive tekster, der får folk til at handle

Handler dine læsere på dine tekster? Gør de noget, når de har læst dem? Sætter dine ord et reelt, målbart aftryk? Får de dit publikum til at dele, like, kommentere eller købe?

Hvis ikke, så er du nok blot en skribent. Misforstå os ikke: Skribenter er vigtige. Men copywritere er afgørende.

En skribent bruger sin erfaring, sætter ord på fornuftige rækker, trykker send og går videre til næste opgave. Ofte er det desværre bare ikke nok. En copywriter skriver derimod tekster, som får folk til at handle, når de har læst til ende. Derfor måler copywriteren sig selv på ét eneste parameter: Skaber mine tekster en målbar reaktion hos læseren?

Fremtiden tilhører copywriteren, for din organisation er afhængig af, at DU kan få jeres læsere til at udføre de handlinger, som understøtter jeres organisations mål.



HVAD FÅR DU?

- Indsigt i effektiv content marketing.
- Psykologien bag at få folk til at dele og kommentere dine tekster.
- Metoder til at skrive overskrifter, læseren er nødt til at klikke på.
- Enkle værktøjer til at løfte din tekst fra discount til delikatesse.
- Essentielle principper for at skrive tekster, som rent faktisk bliver læst til ende.
- Hvad resultatet af 200 videnskabelige A-B-tests kan lære dig om effektive tekster.
- Hvordan du får læseren til at købe uden at lyde som en opblæst sælger.
- Hvorfor du bør interessere dig for Chuck Norris, Alfons Åberg, Ernest Hemingway og John F. Kennedy, når du skriver tekster, der skal skabe handling.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Til gengæld lover vi, at du efter workshoppen vil have konkrete og håndgribelige værktøjer til at arbejde målrettet med dine evner som copywriter.

Før: For at skræddersy dagen, så den bliver så tætsiddende som muligt, skal du indsende eksempler på tekster, som du arbejder med til dagligt. Det kan være alt fra nyhedsbreve, annoncer, pressemeddelelser, blogs, artikler og overskrifter.

Under: Workshoppen er bygget op om praktiske eksempler og teori, som suppleres af øvelser og fælles diskussioner. Det betyder blandt andet, at deltagerne afprøver værktøjerne i 10 forskellige øvelser i løbet af dagen.

Efter: Du får en e-bog med 28 væsentlige artikler om copywriting samt et webinar, der opfrisker pointer og videreudvikler din viden. Og så er det selvfølgelig muligt at få endnu mere forankring og opfølgning – læs mere bagest i kataloget.

KONTAKT: NIKOLINE CHRISTENSEN

40 80 51 06 / nikoline@bro-kommunikation.dk



BRYD VANEN

– og skab en ny

Vaner udgør op imod 80 procent af vores adfærd i løbet af en dag. Derfor er der uanede gevinster at hente for dem, der har evnen og metoderne til at påvirke deres vaner bevidst. Det er ikke nemt, men der findes heldigvis en videnskabelig bevist metode til at forbedre dine odds for at ændre en vane eller skabe en ny.

Metoden kan både bruges privat og i arbejdssammenhæng. Uanset om du vil løbe mere, spise sundere, stå tidligere op, have et mere ryddeligt kontor, eller om du vil bruge metoden til at få implementeret nye kompetencer, ideer og gode intentioner.

Brug de rigtige praktiske regler og værktøjer, og giv dig selv den gave at få kontrol over uønsket eller ønsket adfærd.



HVAD FÅR DU?

WORKSHOPPEN 'BRYD VANEN – OG SKAB EN NY'

På workshoppen besvarer vi spørgsmålene: Hvad er en vane? Hvorfor opstår de? Hvordan ændrer man dem, og hvorfor går det så ofte galt? Du lærer de syv overordnede teknikker til at kunne ændre en hvilken som helst vane. Og gennem praktiske øvelser oversættes disciplinerne til konkrete handlinger.

Vi runder af med, at alle designer deres vaneskema og udvælger en 'buddy'. De to elementer bliver i kombination med den nye viden din livline den næste måned. Her gennemfører du en 30 dages udfordring, hvor den nye vane skal implementeres og øves.

CHECK-IN (EFTER 30 DAGE)

Vi evaluerer og korrigerer: Kom vi i mål med vores 30 dages udfordring? Hvad var udfordringerne og succeserne? Vi korrigerer for udfordringerne og fortsætter mod målet på de 90 dage.

Alle får mulighed for at udbygge ambitionerne og ændre flere vaner.

LYKKEDES VI? (EFTER 90 DAGE)

Forløbet slutter med en dag, hvor vi diskuterer de næste skridt. Vil du implementere flere vaner? Eller vil du holde fokus på den, du allerede har implementeret? Skal vaneskemaet korrigeres, og hvordan går det med dig og din buddy?

IMPLEMENTERINGSPAKKE (FRA DAG 90 TIL DAG 180)

Al vaneforskning viser, at det er afgørende, at man i en vaneændring konstant bliver støttet og holdt op på forpligtelsen. Derfor supplerer vi vaneeskemaet og buddyen med en implementeringspakke, der over de næste tre måneder kombinerer lyd, tekst og billeder i disse tre elementer:

- **Podcast x 3**

Du får en podcast hver måned over tre måneder. Den fungerer som en kombination af en peptalk, lidt repetition og en uddybning af rådene.

- **Mailakademi**

Du får fire vanelektioner præsenteret over mail. Lektionerne har en repeterende effekt, men de vil også tilbyde ny viden, som understøtter og udfordrer vaneændringen.

- **Prezi**

En Prezi er en motiverende præsentation, der gennem video og animation skaber engagement hos seeren. Prezien hjælper ligesom podcast og mailakademi til at understøtte vaneændringen, ligesom den appellerer til andre læringsstile.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Forløbet er designet til dig, der er seriøs i dit ønske om at ændre en vane. For at deltage skal du derfor møde op med en konkret vane, som skal ændres eller skabes. Derudover skal du være indstillet på at arbejde målrettet med denne vane i 90 dage.

Der er ingen grænser for, hvilken vane du kan arbejde med i forløbet. Dog er rygning ikke oplagt til dette forløb, da det er en afhængighed og ikke en vane.

KONTAKT: MORTEN SEHESTED MÜNSTER

40 80 51 08 / morten@bro-kommunikation.dk

EFFEKTIV PÅ ARBEJDE



Lange arbejdsdage, en uoverskuelig indbakke og følelsen af at være et skridt bagud hele tiden. En af de bedste måder at undgå disse scenarier er at blive bedre til at arbejde mere effektivt.

Effektivitet betyder ikke, at du skal løbe hurtigere: Effektivitet handler alene om at arbejde efter en række principper, der dels øger produktiviteten, dels skaber overblik og ro i dagligdagen.

Brugt rigtigt gør principperne dig bedre til at planlægge, prioritere og eksekvere. På den måde kan du udnytte arbejdstiden optimalt og dermed opleve større trivsel og mindre stress.



HVAD FÅR DU?

DE FIRE TIDSLOVE

Du bliver præsenteret for de fire love, som på godt og ondt styrer vores tid. De kan give ro i maven, når det brænder på, og bevidstheden gør det nemmere selv at tage magten over din tid.

FORSTYRRELSER OG TIDSRØVERE

Forstyrrelser og tidsrøvere er overalt og suger energi og effektivitet ud af den daglige indsats. Vi diskuterer og samler redskaber og strategier til at stå imod.

EKSEKVERINGSTRAPPEN

Du får et simpelt planlægningsredskab til at bryde opgaver ned og sikre et hurtigere gennemløb med færre fejl, når du skal håndtere større opgaver.

PRIORITERING – ABCDE

Gennem enkle prioriteringsredskaber får du en metode til at skabe overblik over opgaver og sikre, at du arbejder på det væsentligste det meste af tiden.

MAILHÅNDBLING – DE FIRE D'ER

Vi gennemgår en enkel teknik til at håndtere mails mere effektivt, så du både får mere struktur i indbakken og frigiver tid til det væsentlige.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Og vi lover, at du på den anden side af processen vil kende dine styrker og svagheder – og at du kan arbejde målrettet med fortsat at udvikle og forbedre din effektivitet på arbejdet.

Før: Inden workshoppen kortlægger vi deltageres situation gennem et enkelt spørgeskema, og vi sender dem en grundlæggende artikel om effektivitetstanker, som de skal læse inden kurset.

Under: Workshoppen er bygget op om praktiske eksempler, teori og træning. Det betyder blandt andet, at deltagerne udarbejder individuelle mål for fremtiden.

Efter: Alle deltagere får efterfølgende vores e-kursus i effektivitet på arbejdet, der fastholder, repeterer og udbygger workshoppens pointer via ugentlige lektioner i indbakken. Derudover deler vi de vigtigste pointer og diskussioner fra workshoppen. Og der er flere muligheder – se mere bagest i kataloget.

KONTAKT: HENRIK HILLESTRØM POULSEN

40 80 39 95 / henrik@bro-kommunikation.dk

FACILITATORENS VÆRKTØJSKASSE



Øjenlågene kan blive tunge og luften tyk, når flere mennesker er samlet i længere tid – hvad enten det gælder møder, projekter eller workshops af forskellig art.

Hvis man vil sikre, at energien forbliver høj, handler det om at kunne engagere og involvere deltagerne. Det findes der heldigvis en vifte af faciliteringsteknikker til – og det er dem, du lærer i dette forløb, hvor vi åbner for herlighederne i facilitatorens værktøjskasse.

Udnytter man sin rolle som facilitator rigtigt, kan man med kreative løsninger gøre selv de tørreste møder levende og interessante.



HVAD FÅR DU?

FACILITATORENS UNIKKE ROLLE

Vi skitserer, hvad en facilitator er, hvad deres fornemmeste opgaver er, og hvordan de afgrænser sig fra fx mødeledere og undervisere.

VISUELLE TEKNIKKER, DER VIRKER

Du bliver præsenteret for et tocifret antal øvelser, der visualiserer beslutningsprocesser og sikrer mental tilstedeværelse hos deltagerne.

EFFEKTIV AFMONTERING AF SKEPSIS

Hvordan sikrer man, at konstruktive ideer ikke bliver kvalt af skepsis? Vi gennemgår principper for at overkomme den modstand mod forandring, der er så udbredt i kursuslokaler og workshops.

KREATIV VIDENDELING OG NYE KONSTELLATIONER

En gang imellem er man nødt til at ryste posen for at få et selskab op i gear. Vi gennemgår alternative mødeformer og kreative måder at drive refleksion og engagement frem i lyset.

PROCESSER, DER SIKRER ENGAGEMENT

Vi udstyrer dig med opskriften på forskellige rammeøvelser, som skaber engagement for deltagerne – et helt afgørende element i at sikre, at ansvarsfordelingen og forpligtelserne også overlever, efter I forlader mødelokalet.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Og vi lover, at du på den anden side af workshoppen vil have et bredt katalog af faciliteringsværktøjer, så du som mødeleder, underviser e.l. aldrig mere skal lægge navn til energiforladte og ørkesløse gruppesæancer, der mest af alt minder om en fælles middagslur.

Før: Deltagerne bliver kontaktet over mail af underviser, som via simple spørgsmål undersøger forventninger, udfordringer og kompetencer. Dette sikrer niveauet og relevansen i undervisningen. Derudover får de læsestof som forberedelse.

Under: Workshoppen varierer mellem undervisning, øvelser, videoklip og diskussion. Alle får udleveret en præsentationsskabelon, der gør det nemt at strukturere præsentationer fremadrettet.

Efter: I opfølgningen bliver deltagerne fodret med læsestof, der kan skabe fremadrettede refleksioner og læring. Og der er flere muligheder for yderligere forankring og opfølgning – se bagest i kataloget.

KONTAKT: ANNE RIBER JARVAD

40 80 51 02 / anneriber@bro-kommunikation.dk

**KONFLIKT-
HÅNDBTERING
I PRAKSIS**



Hvordan bevarer du roen, hvis personen overfor taber hovedet? Hvordan håndterer du den lammende tavshed, når bølgerne har lagt sig? Og hvordan bevarer I en konstruktiv relation, selvom der er røget et par finker af panden?

Konflikter lurar alle steder hele tiden; fx når vi har brug for at udtrykke klare holdninger, når vi er nødt til at bede andre om hjælp, eller når vi ønsker at udvikle og forbedre interne arbejdsgange. Konflikter er med andre ord en fast bestanddel af et moderne arbejdsliv.

Bliv opmærksom på vaner og mønstre, og få strategier til at håndtere dagligdagens uundgåelige – og uundværlige – konflikter.



HVAD FÅR DU?

MANDEN EFTER BOLDEN – HVAD ER EN KONFLIKT?

Er uenighed den vigtigste forudsætning for konflikter? Her ser vi både på de generelle og personlige konfliktdefinitioner og på, hvad konflikten gør ved den enkelte – og diskuterer hvorfor.

KONFLIKTENS DNA

Konflikter er pr. definition personlige, men de følger ret faste mønstre; vi dykker ned i klassiske konflikter og ser nærmere på, hvordan de udvikler sig.

KONFLIKTENS SPROG

Det ene ord tager det andet; vi ser nærmere på, hvilke sproglige mekanismer der med garanti optrapper konflikten, og hvilke der kan bringe samtalen tilbage på rette spor.

ANERKENDELSE I KONFLIKTER

Anerkendelse er en effektiv metode til at udnytte konflikters konstruktive potentiale. Ved at sætte sig i modpartens sted kan man være fast i udmeldingen om konfliktens faktuelle indhold, men blød på relationen.

HVEM ER DU?

Krop og stemme spiller med i det samlede billede; vi ser nærmere på deltagernes individuelle stil og klang og diskuterer, hvordan der kan skrues op og ned for forskellige elementer.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Det betyder blandt andet, at du under workshoppen må agere med en passende grad af åbenhed og ærlighed i forhold til dine konflikter. Til gengæld lover vi, at du på den anden side af processen vil kende dine styrker og svagheder – og at du kan arbejde målrettet med fortsat at udvikle din personlige konflikthåndteringsstil.

Før: Alle deltagere besvarer et spørgeskema i forhold til konfliktdefinitionen og deres personlige handlemønstre – herunder konkrete eksempler, som vi kan arbejde med undervejs.

Under: Gennem diskussioner, refleksioner og praktiske øvelser udvides den enkelte deltagers reaktionsregister, så vi kan øge antallet af handlemuligheder i udfordrende situationer.

Efter: Vi runder workshoppen af med at formulere en personlig målsætning, der bliver fulgt op på. Og så modtager deltagerne en artikel, der perspektiverer og genopfrisker tanker og teknikker. Der er selvfølgelig flere muligheder for forankring – læs mere bagest i kataloget.

KONTAKT: ANNE GERHARDT

40 80 51 01 / anne@bro-kommunikation.dk

NUDGING

– skab effektive adfærdsændringer



Nudging handler om at fremme folks intentioner gennem et lille puf, et lille 'nudge' i den rigtige retning, så de bliver omsat til reelle adfærdsændringer. Det er nemlig sådan, at information og gode intentioner sjældent er nok til at få dem til at handle på en bestemt måde.

I virkeligheden arbejder langt de fleste af os med adfærd – det afgørende er at være bevidst om det. Vores måde at kommunikere og handle på skal oftest få en eller andre til at reagere, handle, gøre noget. Og det er faktisk en videnskab at blive bevidst om, hvordan du optimerer folks beslutningsprocesser, så de handler, som du ønsker.

Bliv bevidst om de dagligdags beslutningsprocesser, som former vores adfærd, hvordan vaner og uhensigtsmæssig adfærd opstår – og ikke mindst, hvordan du kan nudge dine modtagere i den rigtige retning.



HVAD FÅR DU?

INTRODUKTION TIL NUDGING

Med udgangspunkt i teori og praksis inden for områderne behavioral economics og neuro-economics sætter vi fokus på psykologiske begrænsninger og konsekvenserne af dem. Det giver en vigtig indsigt i menneskelige beslutningsprocesser, som er grundlaget for nudging.

NUDGING I PRAKSIS

Vi ser på, hvordan nudging bliver ført ud i livet. Hvor og hvordan har nudging gjort en forskel?

NUDGINGVÆRKTØJER TIL AT ÆNDRE ADFÆRD

Teknikker og tommelfingerregler til, hvordan du kan nudge folk til at træffe bedre beslutninger.

NUDGING SOM METODE

Hvilke afgørende parametre er der i at arbejde med nudging? Hvordan kommer du fra indledende diagnose af adfærd til design af adfærdsinitiativer til måling af effekt?

CASEARBEJDE

Alle deltagere arbejder i praksis med en given case, som fremlægges og arbejdes igennem med underviser.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Og vi lover, at du på den anden side af processen vil have afgørende indsigt i, hvordan du skaber effektive adfærdsændringer.

Før: Alle deltagere besvarer centrale spørgsmål om deres daglige praksis, så vi sikrer, at undervisningen bliver relevant og vedkommende. Derudover skal de medbringe et projekt, hvor de har tænkt sig at bruge nudging. Vi arbejder med dette projekt på selve workshoppen.

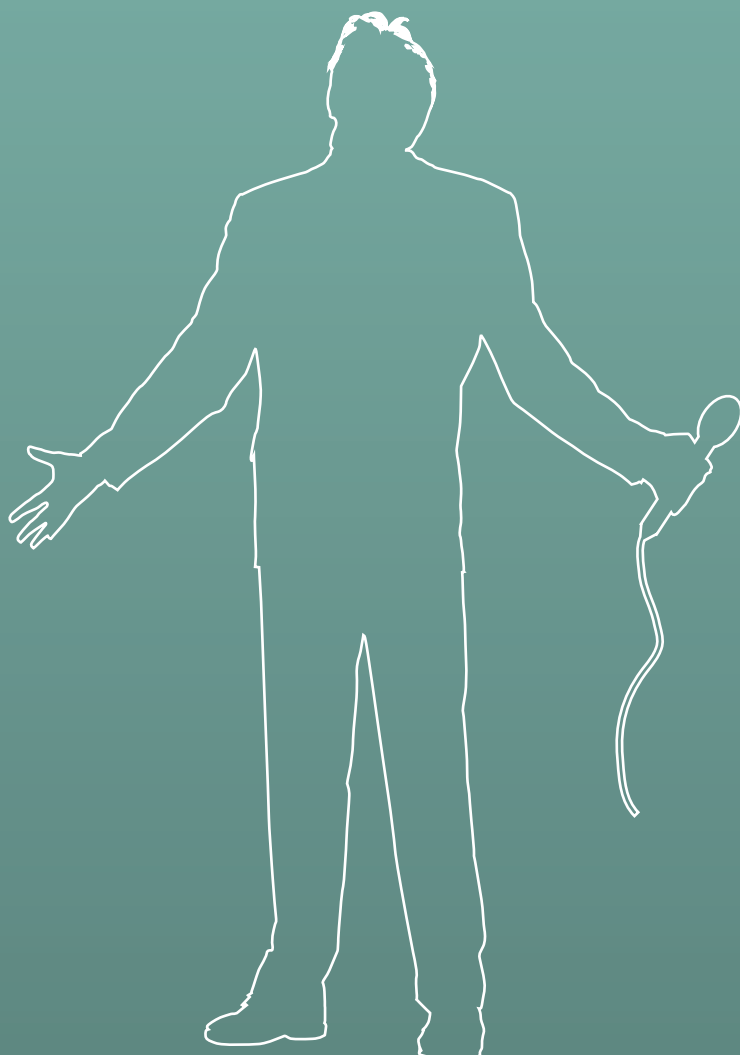
Under: I workshoppen arbejder vi løbende med øvelser og scenarier, hvor nudgingværktøjer bliver aktiveret.

Efter: Alle deltagere får efterfølgende vores online workshop i adfærdsdesign og nudging: Her bliver workshoppens pointer fastholdt, repeteret og udbygget via ugentlige lektioner i indbakken. Se flere muligheder for forankring og opfølgning bagest i kataloget.

KONTAKT: MORTEN SEHESTED MÜNSTER

40 80 51 08 / morten@bro-kommunikation.dk

PERSONLIG GENNEMSLAGSKRAFT



Hvad er det, de kan? Store talere som Churchill, Martin Luther King og Obama? Du kender sikkert også en lidt tættere på, som altid virker overbevisende, vedkommende og stærk på den sympatiske måde?

Helt kort: De har værktøjskassen i orden, og de har øvet sig. Derfor kan de navigere ubesværet i det mundtlige rum med klare, velvalgte og målrettede budskaber. Og det er den enkle vej til personlig gennemslagskraft.

Det lyder alt sammen meget fint, men er det noget, alle kan lære?

JA! Det garanterer vi for. Alle kan lære at bruge værktøjer til at håndtere dagligdagens professionelle kommunikationsudfordringer – fra det skarpe mødeindlæg over den overbevisende konferencepræsentation til fagdiskussionen på gangen.

Brug de rigtige værktøjer, øg din gennemslagskraft, og tag kontrol over din egen indflydelse på jobbet.



HVAD FÅR DU?

DET MUNDTLIGE RUM

Talen giver nogle helt særlige muligheder for at få budskabet ud – og nogle helt særlige udfordringer. Vi stiller skarpt på de krav, det mundtlige rum stiller.

HVAD VIL DU EGENTLIG SIGE?

Hvad vil du opnå med at tage ordet? Hvad skal resultatet være? Hvorfor er det vigtigt? Vi skærer ind til benet, når vi arbejder med fokus og budskab.

HVEM SKAL DU OVERBEVISE (OG HVORDAN)?

Hvis vi vil overbevise vores modtagere, må vi kende deres virkelighed. Vi sætter os i modtagerens sted og arbejder med simple retoriske teknikker til at styrke budskabets vej og vinde indflydelse.

STRUKTUR – DEN ENKLE DISPOSITION

Hvad skal først, hvad skal sidst – og hvad skal slet ikke med? Vi arbejder med struktur og frasortering og præsenterer en enkel og gennemprøvet disposition for det gode mundtlige indlæg.

KROPSSPROGET SKAL UNDERSTØTTE BUDSKABET

Korslagte arme, næsen i sky eller hænderne i lommen? Vi undersøger, hvad kroppen fortæller – med eller mod vores vilje. Deltagerne får tips til at træne et effektivt kropssprog og teknikker til at håndtere fysisk usikkerhed og nervøsitet.

HANDLINGSPLAN: FREMTIDENS PERFORMER

For at sikre refleksion, implementering og videndeling runder vi af med, at alle opstiller ambitioner for, hvordan kursets indsigter skal omsættes, trænes og videreudvikles i den travle hverdag.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Og vi lover, at du på den anden side af processen vil kende dine styrker og svagheder – og at du kan arbejde målrettet med fortsat at udvikle og forbedre din mundtlige performance gennem større gennemslagskraft.

Før: Alle deltagere besvarer centrale spørgsmål om deres arbejde med fx taler og præsentationer, så undervisningen bliver relevant og vedkommende.

Under: Workshoppens er bygget op om praktiske eksempler og træning, som suppleres af teori og fælles diskussioner. Det betyder blandt andet, at deltagerne afprøver værktøjerne i et kort oplæg for de andre deltagere.

Efter: Alle deltagere går fra workshoppens med en handlingsplan for det videre arbejde med disciplinerne. Og de gennemfører efterfølgende vores e-kursus i personlig gennemslagskraft, som fastholder, repeterer og udbygger workshoppens pointer med lektioner i indbakken. Se flere metoder for forankring og opfølgning bagest i kataloget.

KONTAKT: ANNE GERHARDT

40 80 51 01 / anne@bro-kommunikation.dk



PERSONLIG INDFLYDELSE

– roller, relationer og resultater

Hvad får folk til at sige ja? Det får du svaret på ved at studere forhandlere, politikere og sælgere, der opererer i krydsfeltet mellem interesser, salg, forhandling og ledelse.

For at svare på spørgsmålet kigger vi på videnskabeligt beviste principper for personlig indflydelse, hvor grundlaget hentes i forskellige genrer som fx psykologi og beslutningsteori.

Metoderne er overraskende enkle, og de gælder i så forskellige discipliner som salg, ledelse, forandringskommunikation og mellemmenneskelig kommunikation.

Brug de rigtige værktøjer, og bliv dit mest overbevisende jeg – i alle situationer.



HVAD FÅR DU?

HVAD GØR VERDENS BEDSTE?

Hvad er ingredienserne i topforhandleres værktøjskasse? Hvad har succesrige ledende politiske skikkelser til fælles? Vi studerer undersøgelser af, hvad de kan – og hvordan det kan omsættes til dit arbejde.

BALANCEN MELLEML RATIONALITET OG FØLELSER

Med hjælp fra retorikken får du viden om den altafgørende balance mellem fornuft og følelse.

FALDGRUBER OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

Vi gennemgår de forskellige elementer i selve overbevisningsforsøget – hvad er de klassiske faldgruber, og hvad skal du altid være opmærksom på?

TJEKLISTE TIL STAKEHOLDERANALYSE

Vi gennemgår de vigtigste spørgsmål, du skal stille sig selv, inden du skal påvirke en stakeholder.

PSYKOLOGIEN BAG ET 'JA'

Ved at studere mekanismerne, der ligger bag, hvordan mennesker træffer beslutninger, ser vi nærmere på alternativer til klassisk argumentation. Vi studerer og træner simple, men særdeles overbevisende socialpsykologiske principper.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Og vi lover, at du på den anden side af processen vil kende dine styrker og svagheder – og at du kan arbejde målrettet med fortsat at udvikle og forbedre din personlige indflydelse.

Før: Inden workshoppen modtager alle deltagere tre spørgsmål til refleksion og en artikel, der forbereder dem til dagen.

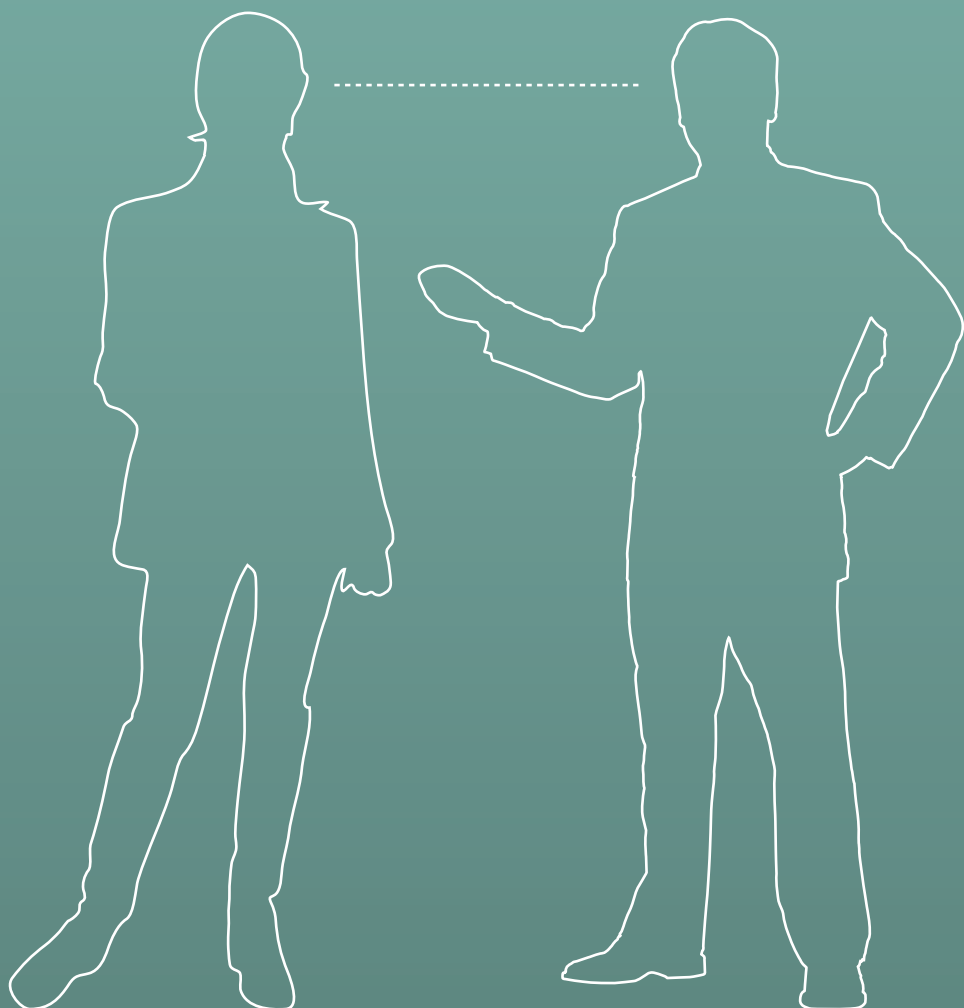
Under: Workshoppen er bygget op om praktiske eksempler og teori, som suppleres af øvelser og fælles diskussioner. Det betyder blandt andet, at deltagerne afprøver værktøjerne sammen for at stimulere læringen.

Efter: Deltagerne bliver tilmeldt vores online workshop, der handler om at skabe indflydelse gennem adfærdsdesign og nudging. Så workshoppens indhold bliver både repeteret og udbygget via ugentlige lektioner i indbakken. Og der kan sagtens kobles flere forankringsteknikker på workshoppen – se bagest i kataloget.

KONTAKT: MORTEN SEHESTED MÜNSTER

40 80 51 08 / morten@bro-kommunikation.dk

SAMTALER, DER LEDER



At lede, overbevise og ændre andre er en fuldtidsopgave; enhver samtale med dine medarbejdere, samarbejdspartnere eller projektmedlemmer er en chance for at sætte retning og påvirke. Dagligdagens dialoger er derfor vigtige kommunikative begivenheder, hvis man vil optimere sine arbejdsprocesser, lede med tydelighed og skabe resultater. Og vi kan lære dig hvordan.

Vi arbejder både med de emnemæssigt besværlige, akavede og betændte samtaler og med at skabe værdi i hverdagens små berøringsflader.

Heldigvis er professionelle samtaler ikke en smagssag. Så tør sveden af panden, for det handler ikke om at være charmerende, hyperrelational eller andet fra den bløde ende af skalaen. Vi arbejder med enkle værktøjer, som vil skabe bevidsthed om de sproglige muligheder – og egne styrker og svagheder.

Brugt rigtigt vil workshoppens værktøjer optimere resultaterne af dine dagligdags dialoger.



HVAD FÅR DU?

HVAD FLYTTER FOLK?

Hvis man vil ændre holdninger, påvirke adfærd eller skabe følgeskab, er det enkleste at bruge hverdagens relationelle muligheder – både de formelle og de uformelle. Vi kigger på salgs-, forhandlings-, og konfliktforskningens indsigter i effektive overbevisningsteknikker.

DE SVÆRE SAMTALER

Når vi skal regulere, evaluere eller kritisere andre, kræver det en dyb vejtrækning. Heldigvis: Den dag, man ikke bliver påvirket af at aflevere et ubehageligt budskab, bør man overveje at skifte job. Deltagernes cases danner udgangspunkt for diskussioner og tests, som vi supplerer med teknikker, der kan hjælpe de svære budskaber på vej.

HVEM ER HVEM?

Diversitet skaber resultater, men forskelligheden kræver også både indsigt og selvrefleksion – ikke mindst, når man skal lede andre. Vi ser nærmere på forskellige adfærdsstile, motivationer og prioriteter i de daglige relationer.

KROPSSPROG – PÅ GODT OG ONDT

Armene over kors, hænderne i siden eller fødderne vendt mod udgangen. Kroppen fortæller, hvordan vi har det: Om vi er trygge og rolige i en situation, eller om vi har mest lyst til at flygte. Vi sætter spotlight på de tegn, der ofte ryger under radaren, når vi er pressede eller har opmærksomheden vendt for meget mod det, vi forsøger at sige, og ikke det, vores krop fortæller.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Og vi lover, at du efter forløbet vil have målrettet dit arbejde med fortsat at udvikle effekten af dagligdagens samtaler.

Før: Deltagernes egne eksempler og cases vil være bærende for de emner, vi tager fat i. Derfor skal alle forud for workshoppen give input og eksempler fra dagligdagen.

Under: Formen på workshoppen er praktisk; der skal løbende eksemplificeres, diskuteres og testes værktøjer. Deltagerne skal undervejs udfordre og hjælpe hinanden, og de løbende diskussioner vil blive suppleret med den nødvendige teori.

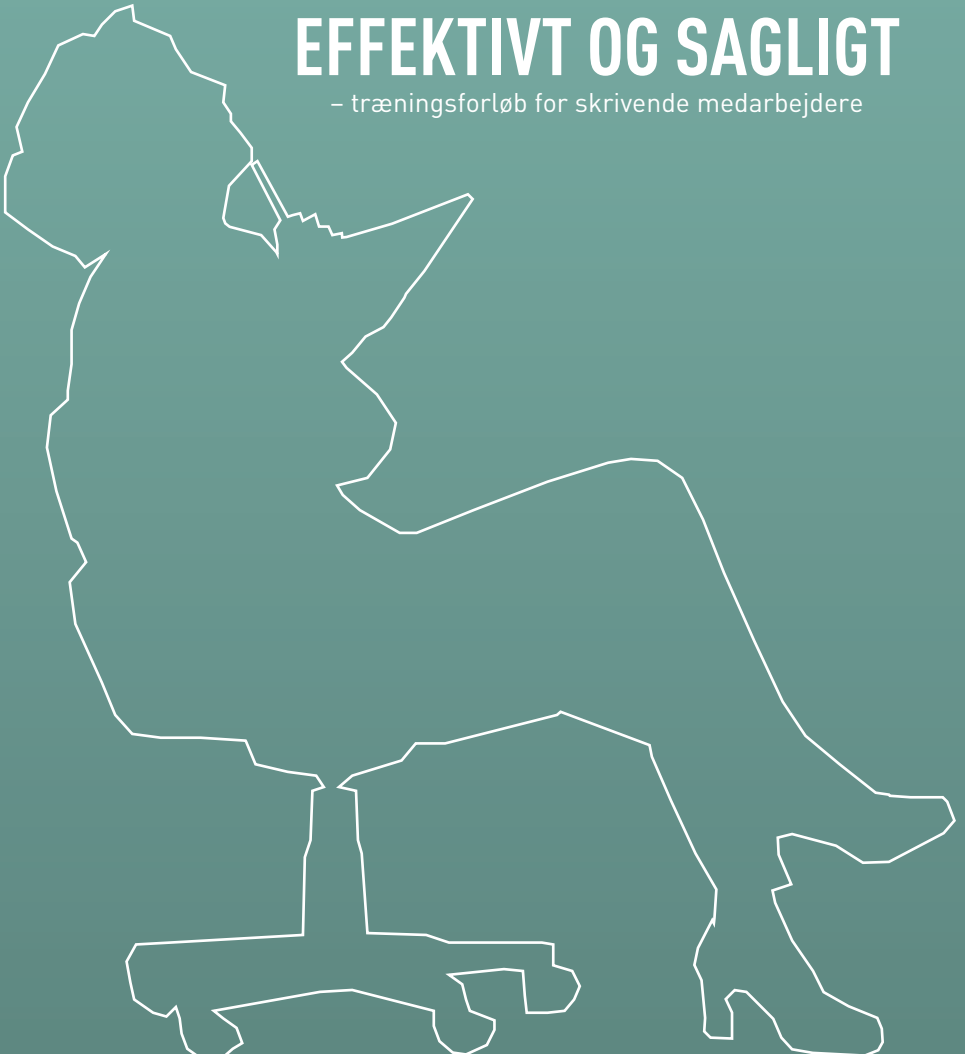
Efter: Deltagerne vil både blive tilbudt at tage nogle af vores e-kurser, der relaterer sig til denne workshop, ligesom de løbende vil modtage mere læsestof, der sikrer den fremadrettede læring. Se flere metoder til at forankre bagest i kataloget.

KONTAKT: ANNE GERHARDT

40 80 51 01 / anne@bro-kommunikation.dk

SKRIV EFFEKTIVT OG SAGLIGT

– træningsforløb for skrivende medarbejdere



Hvordan får du dine mange faglige indsigter ud til læsere med andre forudsætninger end dig? Hvordan kan du fx hjælpe kollegaen med en helt anden faglighed eller den travle chef, der skal fange essensen på tre minutter i taxaen på vej til møde?

Som faglig formidler er det en stor udfordring at få dine pointer og resultater kommunikeret på en forståelig, relevant og anvendelig måde. Det kræver, at du har styr på formidlingsredskaberne, så du kan skrive kort, præcist og fængende – uden at gå på kompromis med faglig forsvarlighed.

Få styr på præmisserne bag det overbevisende budskab, og lær at holde læseren fast på papiret. Og i sidste ende få læseren til at handle, som du ønsker.



HVAD FÅR DU?

OVERBEVIS DIN LÆSER OM DIT BUDSKAB

Vi arbejder med praktiske modeller til, hvordan man finder det vigtigste budskab og de mest essentielle argumenter – og hvordan man disponerer dem, så teksten tager sig så overbevisende ud som muligt.

HOLD FAST I DIN LÆSER

Den seneste læseforskning viser, at vi skimmer tekster mere, end vi læser – uanset om det er på papir eller på skærmen. Vi har samlet de vigtigste skriftlige værktøjer fra den digitale verden, der sikrer, at læseren får læst teksten til ende.

FÅ SVAR PÅ DINE MAILS

Mailkommunikation fylder gennemsnitligt en fjerdedel af en arbejdsdag, så her er der tid at hente. Vi dykker ned i, hvordan man skal formulere en mail, så man får sin kollega, chef eller samarbejdspartner til at klikke på svarknappen.

DEN FAGLIGE FORMIDLERS ANSVAR

God professionel formidling er forståelig og imødekommende uden at give køb på faglighed og seriøsitet. Vi arbejder med at udvide deltagernes stilregister og dykker ned i tendenser og aktuelle udfordringer i gruppen.

SKRIV, SÅ DU FÅR DIN MODTAGER TIL AT HANDLE

Langt det meste kommunikation har til formål at få vores modtager til at handle. Vi ser på, hvordan man får nogen til at reagere efter hensigten, og hvordan vi kan omsætte det til skriftlige værktøjer.

HVIS DU VAR EN TEKST – DIN SKRIFTLIGE PROFIL OG DINE UDVIKLINGSPUNKTER

Hver deltager får en times feedback på egne tekster – sammenholdt med både fælles og individuelle mål. Vi diskuterer, hvordan teksten kan forbedres, og på baggrund af skribentens skriftlige profil opstilles der nye mål for tekstarbejdet, der tages op igen senere på workshoppen.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Og vi lover, at du på den anden side af processen vil kende dine styrker og svagheder inden for den skriftlige formidling, så du kan udvikle din egen kommunikation.

Før: Alle deltagere indsender teksteksempler og udfylder et spørgeskema om egen skrivepraksis.

Under: Workshoppen er bygget op af fire dele: Fælles undervisning, der består af diskussion og praktiske øvelser. I tidsrummet fra første til anden dag er der hjemmeopgaver samt en individuel træningssession. Hver deltager opstiller afslutningsvis et konkret ambitionskatalog, som sætter retningen for det videre arbejde, og som sikrer, at ambitionerne bliver til nye vaner.

Efter: Alle deltagere får efterfølgende tilsendt mails de næste fire uger, der dels fastholder ambitionerne i de individuelle handlingsplaner, dels opfrisker kursusdagens indhold. Og der er flere muligheder for yderligere forankring og opfølgning – se bagest i kataloget.

KONTAKT: ANNE RIBER JARVAD

40 80 51 02 / anneriber@bro-kommunikation.dk

SÅDAN SKABER DU EN SUCCESFULD BLOG

– der genererer trafik, leads og ambassadører



Den absolut største barriere for at købe noget fra en leverandør er tillid. Med en blog sætter du ord og ansigter på din virksomhed. Og i stedet for enetaler om dine fortræffeligheder bygger du en langtidsholdbar relation op til andre ved både at løse deres problemer og underholde dem undervejs. På den måde arbejder du dig frem til en position allerforrest i bevidstheden, når dine fremtidige kunder skal træffe købsbeslutninger – og det er ikke helt dumt.

En blog er derudover attraktiv, fordi den skaber autoritet, loyale ambassadører, nye kunder og en fremtidssikker kommunikationskanal, som du SELV er herre over.

Skab en blog for din virksomhed – og få kunderne til at ringe af sig selv.



HVAD FÅR DU?

BLOGGEN SOM MEDIE OG MARKEDSFØRINGSKANAL

Blogfænomenet hører under begrebet content marketing. Her er grundtanken at hjælpe folk med at løse problemer, som 'tilfældigvis' relaterer sig til lige netop din ydelse. Denne hjælp stiller du til rådighed ved at skabe og producere relevant indhold. En god blog giver på denne måde unik merværdi i form af engagement hos brugerne, søgeoptimering og markedsføring, du ikke skal kaste millioner efter.

OPBYG DIT PUBLIKUM

En succesfuld blog har en bred publikumsskare – altså en lang mailliste. Men hvordan opbygger du den? Hvor finder du publikum? Hvem er den rigtige målgruppe for dig? Og hvordan vedligeholder du relationerne over tid? Vi hjælper dig på vej mod svarene.

SKAB ENGAGEREDE LÆSERE – TIPS TIL DET GODE CONTENT OG EFFEKTIV COPYWRITING

Hvad får folk til at dele dit indhold på sociale medier, sprede ordet, klikke på dine overskrifter eller købe din ydelse? Sagt med andre ord; hvordan skaber du engagerede ambassadører? Det kan være en djævelsk svær balance – men bare rolig: Balancen findes.

PSYKOLOGISKE MEKANISMER BAG EN SUCCESFULD BLOG

Både i bloggens form og indhold er der mulighed for at trække på vigtige psykologiske mekanismer. Dem bør du kende, så bloggen fører dine læsere frem til at foretage netop den handling, du ønsker – som fx at købe, læse, skrive sig op til dit nyhedsbrev, ringe eller noget helt femte.

HANDLINGSPLAN

Du får mulighed for at få udviklet en konkret handlingsplan i forhold til dine specifikke behov. Hvad skal der til, så du får succes med en blog? Vi lægger grundstenene sammen.



HVAD KRÆVER DET AF DIG?

Vi stiller høje krav til dig, for det er jo dig, der skal lære noget. Og så er en lille smule flittigt forarbejde vel ikke for meget at forlange, hvis du skal få det maksimale ud af dagen – og efterfølgende arbejde målrettet videre med at udvikle din blog.

Før: Deltagerne forbereder en kort præsentation af, hvorfor blogs er interessante for dem. Derudover skal alle gøre sig tanker om, hvilket strategisk formål bloggen skal tjene i deres organisation.

Under: Workshopen er bygget op om praktiske eksempler, teori og træning. Det betyder blandt andet, at deltagerne afslutningsvis udarbejder en handlingsplan for det videre blogarbejde.

Efter: Alle deltagere får efter workshopen en e-bog med værdifulde artikler om at udvikle og drive en blog. Og så er der naturligvis flere muligheder for yderligere forankring – se bagest i kataloget.

KONTAKT: MORTEN SEHESTED MÜNSTER

40 80 51 08 / morten@bro-kommunikation.dk

FOR DE VIRKELIG AMBITIØSE: EKSTRA FORANKRINGSELEMENTER

Vi vil gøre meget for at optimere din læring, så brugbar viden fra workshoppen ikke går til spilde, fordi du ikke bruger tid på at implementere værktøjerne efterfølgende. Det er en fælde, vi har set mange gå i, og vi ønsker noget mere og bedre for dig.

Udover den obligatoriske *EFTER*-dimension af en workshop, som vi insisterer så hårdnakket på, tilbyder BRO flere forskellige metoder til at sikre implementeringen i endnu højere grad. De fungerer som en slags tilvalg, der kan hjælpe læringen ind på rygraden og sikre et større udbytte.

Fælles for dem er, at de samler op på workshopkens pointer, guider implementeringen og tilfører ny viden.

Læs mere om dem her – og tøv ikke så meget som et sekund med at tage fat i os, hvis du vil vide mere.

PODCAST

En podcast er en lydfil, som kan streames på blandt andet telefon, tablet eller computer. En af fordelene ved en podcast er, at du kan streame, når du har lyst. På cyklen, løbeturen eller i pausen.

WEBINAR

Et webinar er en præsentation, workshop eller undervisning transmitteret over internettet. Med et webinar er der mulighed for interaktivitet og feedback gennem fx chatfunktion mellem deltagere og facilitator.

E-KURSUS

Et e-kursus tilbyder en ekstra række lektioner i form af korte indlæg, der en gang om ugen lander direkte i indbakken. Det gør det nemt at fastholde pointer og implementering over en længere periode efter workshoppen – og deltagerne kan selv bestemme, hvornår de vil gennemgå materialet.

PEER REVIEW

Peer review er en evaluering, som foretages af en anden deltager eller deltagere på workshoppen. På workshoppen bliver der stillet en opgave, som deltagerne efterfølgende skal løse og få konstruktiv feedback på. Deltagerne forpligter sig med andre ord til at løse en opgave, som har afsæt i egen praksis og skal vurderes af fagfæller.

BUDDY

I en buddy-ordning har to deltagere efter workshoppen et ansvar for at hjælpe og støtte hinanden med fx at løse et specifikt problem, nå et mål eller holde en ny vane. Der ligger en kæmpe fordel i, at deltagerne på denne måde holder hinanden op på den nye viden og kan udvikle hinanden via sparring.

PERSONLIGE KONTRAKTER

Med personlige kontrakter laver deltagerne en personlig forpligtigelse på at arbejde videre med workshoppens indhold og pointer. Det kan gøres på mange måder, men en populær form er et postkort fra deltager til underviseren med nedskrevne mål og handlinger, som bliver fulgt op på over mail eller telefon efter en måneds tid. Fordelen er netop forpligtelsen, som er et stærkt middel til at sikre, at implementeringen ikke bliver nedprioriteret.

OPFØLGENDE FEEDBACK

Hvor er vi? Hvad er svært? Hvad er lykkedes? Hvordan kommer vi videre? En opfølgende feedback er værdifuld til at fastholde og evaluere processen med at implementere nye arbejdsvaner og værktøjer. Det kan fx foregå via en hel eller en halv dags ekstra workshop. Er behovet mindre, kan dialogen foregå over mail, telefon eller via et møde.

SKRÆDDERSYDEDE E-BØGER

En e-bog lander direkte i indbakken, så du kan læse den online – og lige når det passer dig. På computeren eller telefonen; du bestemmer. Vores e-bøger er skræddersyet til de enkelte workshops og tilbyder merviden inden for området.

ARTIKLER, DER UNDERBYGGER

Her modtager du en serie opfølgende artikler med vigtige emner, der fastholder og udvider viden fra workshoppen. Vi tilpasser naturligvis efter behov fra de enkelte kurser.

PREZI – EN MOTIVERENDE PRÆSENTATION

En Prezi er en præsentationsform, der gennem fx video og animation skaber engagement hos seeren. Prezien er en alternativ og visuelt appellerende metode til at understøtte læringen fra workshoppen, som deltageren selv kan navigere i foran skærmen.

LAVER BRO KUN WORKSHOPS?

Ja, det var virkelig et spørgsmål, du sad og brændte inde med, ik'? Nej, vi laver mange andre ting. Især vores arbejde med ledelse og teams er der ikke blevet plads til. Men vi har altid effektiv kommunikation i centrum, når vi forbedrer eller forandrer, rådgiver om tekst og tale, noget helt tredje eller en god blanding.

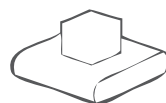
Du kan læse mere om vores løsninger og ydelser på bro-kommunikation.dk – eller ved at klikke på dem her:



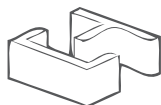
Content Marketing



Indflydelse



Effektivitet



Adfærdsdesign



Medlemskommunikation



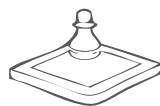
Tekst



Team



Ledelse



Strategi



BRO KOMMUNIKATION A/S

Svanemøllevej 33
2900 Hellerup

48 24 00 68

info@bro-kommunikation.dk

www.bro-kommunikation.dk

www.bro-blog.dk