

A spotlight shines from the top center of the frame, creating a bright oval on the floor. The text 'Entertrainer-metoden' is centered within this oval. The background is black.

***Entertrainer-  
metoden***

**– gör ditt budskap mindre fyrkantigt**

# Stora grupper



**Hur utbildar man 1.000 personer på två dagar – effektivt?**

**Hur får man fram ett viktigt budskap så att personalen på alla nivåer i företaget förstår och känner engagemang?**

**Hur gör man seminarier mer lättsamma och levande än traditionella föredrag med OH-bilder?**

**Hur framför man ett viktigt budskap på ett sätt som samtidigt är seriöst och underhållande?**

Många års föreställningar av olika slag med vår pedagogiska form har lärt oss hur man lyckas!

Apoteket, Ericsson, DUKA, Primär- och Folk tandvården, Sandvik Steel, Banverket, Iggesunds Bruk, SSAB Tunnbrå, Korvbrödsbagarn, AstraZeneca med flera – har alla använt *Entertrainermetoden* för att föra fram sitt budskap.

Vår affärsidé är:

**”Att forma ett budskap med hög kvalitet och servera det på ett omväxlande och engagerande sätt”**

När man har ett stort företag med många anställda, som skall ha samma budskap på kort tid, då är *Entertrainermetoden* oslagbar.

Genom framförande i stora grupper kan man snabbt arbeta sig igenom

organisationen. Alla talar om samma sak på kafferasten och i arbetet.

Är då föreställningen noga förberedd och väl genomförd kan man därigenom få en väldig genomslagskraft i organisationen.

**Vi breddar vägen för attitydförändring och engagemang.** Vår metod är oslagbar när det gäller att skapa ”vilkänsla” i företaget!

*Entertrainermetoden* har visat sig vara oerhört framgångsrik, såväl när det gäller utbildning i så skilda ämnen som miljö, kvalitet och ekonomi som inför stora förändringsarbeten, målseminarier, kick-off, chefskonferenser, etc.

**Det finns helt enkelt inget bättre alternativ när man snabbt vill engagera hela personalen på stora företag på kort tid!**

*” Man fick snabbt alla utbildade och man fick samma budskap till alla anställda och utbildningen var anpassad till vår miljö på Gävle-fabriken. Det blev ett väldigt lyckat resultat”*

Ericsson Radio Systems



# Vi skräddarsyr

Oavsett vilket budskap man har så händer det att man inte får den genomslagskraft som var önskad. Ofta beror det på att budskapet inte är anpassat till mottagaren. Det är inte formulerat efter mottagarens förutsättningar, kunskap och motivation.

Vid **seminarier**, när cheferna drar sina strategier och mål, talar man ofta över huvudet på större delen av personalen, vilket gör det svårare att få alla att dra åt samma håll.

Många **utbildningar** av generell karaktär får heller aldrig den genomslagskraft som man önskade på sikt. Personalen måste ju känna att utbildningen är gjord för dem och att den handlar om deras individuella situation på arbetsplatsen.

Motstånd vid **förändringsarbete** beror oftast på bristande information. Företagsledningen och den anställde talar inte samma språk. Den anställde vill veta varför, hur, när, vad händer sen och vad innebär det för mig. Ovisshet skapar oro, rädsla och motstånd – man vet vad man har men inte vad man får!

**Entertrainer har inga färdiga kurser eller paketlösningar utan vi skräddarsyr budskapet för företaget.** Däremot har vi naturligtvis en hel del erfarenheter, idéer och kunskap med oss i bagaget. Vi har också ett nära samarbete med experter inom olika områden.

**Entertrainermetoden** förutsätter att vi lägger ner mycket kraft på **förberedelser och utformning av budskapet** så att det blir rätt för mottagaren.

Eftersom budskapet oftast är riktat till personalen så är det oerhört viktigt för oss att det framförs på ett begripligt sätt, med ett språk som de förstår och på en nivå som varken är för lätt eller för svår. För att klara det måste vi ta reda på vem kunden är.

Varje företag har sin själ med sitt språkbruk, sin jargong, sina facktermer och sin historia. Vi måste därför förbereda föreställningen noggrant. Vi kallar det att hitta själen i företaget.

I förberedelserna ingår därför intervjuer med ett antal medarbetare på olika nivåer i företaget. Vi känner av vilka stämningar som råder, hur ”tonen” är i umgänget mellan arbetskamraterna och vilka gemensamma referensramar de har. Samtidigt fångar vi upp representativa åsikter och frågeställningar som är betydelsefulla för budskapet.

Därefter skriver vi manus som granskas av projektgruppen på företaget.

Tillsammans med kunden **finmejslar vi så fram budskapet** så att det blir rätt, inte bara till innehåll utan även till ton och nivå.



*”Det verkar som att Entertrainer är mer insatt i våra problem än vad beslutsfattarna i företaget är – lite sorgligt faktiskt”*

AstraZeneca Liquid Production



# Vi utnyttjar alla sinnen



Det ligger en stor utmaning i att fånga publikens uppmärksamhet redan från början och att sedan lyckas hålla den hela föreställningen ut. För att klara det måste man engagera åhörarna.

Med *Entertrainermetoden* kan vi skapa en föreställning som är omväxlande, överraskande och intressant.

Vi blandar seriös information med belysande sketcher, videoreportage, bilder och bildspel samt intervjuer med såväl personal som nyckelpersoner på företaget och bland dess intressenter.

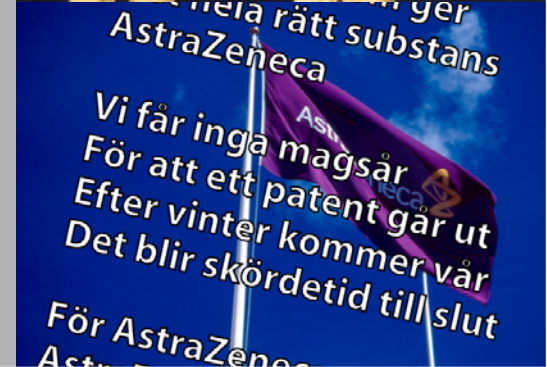
Det är levande föreställningar, som genom att använda både intellekt och känsla, når fram från olika håll. Det sker med en blandning av fakta, humor, teater, allvar, känslor, intryck, nostalgi, företagskunskap och framtidsvisioner m.m. i en snabb mix.

- Inslagen av **föreläsning** får inte vara långa och måste förtydligas med proffsiga bilder.
- Genom **intervjuer** på video kan viktiga personer yttra sig i sammanhanget utan att vara där vilket ger tyngd åt budskapet. När vi formar budskapet så måste alla berörda parter få komma till tals, som VD, anställda, facket, kunder, leverantörer, allmänheten, politiker etc.
- Intressanta **reportage** om processer eller händelser i företaget förtydligar budskapet.
- En **sketch** säger många gånger mer än tusen förmanande ord.
- **Mentometern** är ett uppskattat hjälpmedel, som också aktiverar publiken. Vi kan ställa frågor och få ärliga svar – eftersom ingen annan ser om man trycker på knappen eller ej.
- Ofta kan det vara värdefullt att inleda en konferens med en specialgjord **musikvideo** med text som berör ämnet.



”Mycket intressant, roligt och lärorikt. Utmärkta föredragshållare, mycket kunniga. Omväxlande – ingen risk att man inte lyssnade”

Apoteken i Skåne





*”Entertrainer är mycket måna om att göra ett bra resultat. De är lätta att samarbeta med och lyhörda för kundens önskemål men samtidigt ej rädda för att säga till om man är ute på fel spår. Upplägget blev något helt annat än de vanliga OH-presentationerna, som många i vårt företag är vana vid. Vi är därför mycket nöjda med resultatet och personalens feedback efter föreställningen var också mycket positiv.”*

Peter Alvarsson, Chef AstraZeneca Bulk Production

*“Ja, här kan man ta åt sig både synintryck, man lyssnar och man läser samtidigt i och med att det är varvat sketcher, monologer och filmer. Samtidigt är det väldigt roliga inslag så man kommer ihåg vad man har varit med om på ett annat sätt. Så det har varit en fantastisk utbildning, det måste jag säga, och den har fått väldigt bra omdömen av dom som har gått den.”*

Torsten Ekdahl, Iggesunds Bruk

För ytterligare information om adress, telefon, vilka uppdrag vi haft m.m. – titta in på vår hemsida

[www.entertrainer.se](http://www.entertrainer.se)

