

Mot väggen med *Maud Wirén*

Utbildning är A och O för framtidens mötesplanerare!

Maud Wirén är en av delägarna i Blick Möteskonsult och är marknadsansvarig på företaget. Hon har också ett förflutet som president för MPI Sverige. Numera är hon internationell sekreterare på MPI och expert på våra internationella kontakter för MPI Sweden Chapter.

TEXT: CHARLOTTE VON PROSCHWITZ

Varför valde du mötesindustrin som karriär?

– Slumpen avgjorde det! På 80-talet sökte jag jobb som receptionist på ett företag med stora visioner där det fanns försäljning av mobiltelefoner, ägande av mötesanläggningar, rekryteringsföretag och mycket annat. Senare värvades jag till ett av företagen som arbetade med möten och efter ett tag bestämde några kollegor och jag oss för att starta eget. Det fanns ju resebolag eller konferensbolag då, men vi valde att erbjuda flera tjänster istället för att bara ha färdiga paket, vilket var det vanliga på den tiden. Kulan konferens och Kulan arrangemang hette vi först. Och plötsligt en dag hade 20 år passerat!

Hur blev du MPI president?

– Vi på Kulan bestämde att vi skulle jobba i Sverige, men vi ville ändå veta vad som hände i världen. Vi sökte efter mötesorganisationer att tillhöra och fann MPI, Meeting Professionals International. Några entreprenörer i mötesindustrin hade funnit en organisation i USA som fungerade och ville skapa ett eget svenskt Chapter. Först måste man ha 50 medlemmar, och som tidig medlem hamnade jag efter några år på presidentposten och lärde mig mycket om föreningsarbete.

Var du en bra ledare då?

– Jag växte nog in i rollen – det är svårt att leda människor och det är väldigt hierarkiskt utomlands. Jag fick lära mig mycket om hur saker går till från både kunder och leverantörer utomlands – mycket är både likt och olikt. Vi äter exempelvis mer frukt i Sverige medan södra Europa vill ha sötsaker på kaffeborden på rasterna – vilket är bra att veta när man arrangerar. Mycket är också sig likt överallt – som hur man gör sin budget och sin behovsanalys.

Vilken är din roll inom MPI nu?

– Jag är internationell sekreterare efter flera år utanför styrelsen. Den dåvarande styrelsen upptäckte hur mycket information de puttar ut från USA och Europa och hur mycket jobb styrelsen i varje Chapter får lägga ner på att rapportera tillbaka. Jag fick frågan om jag ville komma tillbaka till styrelsen och hjälpa vårt svenska Chapter att sälla allt informationsmaterial. Vi är tre inom min grupp som håller fokus på vad som händer exempelvis i Asien och i Mellanöstern. Både USA:s och Europas bästa arbetskraft inom mötesindustrin kan komma att rekryteras dit, och frågan är vad som händer med oss då.

” FÖR ATT
KUNNA
HÄNGA MED
I MÖTESVÄRLDEN
MÅSTE VI ALLA
VETA MYCKET MER
– JAG OCKSÅ!



” TYVÄRR HÖR JAG
FORTFARANDE FRÅN
INTERNATIONELLA
KÖPARE ATT SVERIGE ÄR DYRT.
DEN FELAKTIGHETEN MÅSTE VI
FÅ ETT SLUT PÅ.

**Klarar vi av att organisera en stor
mötesmessa med seminarier av typen
EIBTM i Barcelona i Sverige?**

– Absolut! EIBTM är stort. De har något vi inte har i Sverige – de har inbjudna köpare, och vi brukar resa med de hosted buyers som kommer från Sverige. Det som är så bra med hosted buyers är att de bokar in möten i förväg och att de måste hålla sig till dessa uppsatta möten. Om de inte dyker upp till uppsatta möten under sin vistelse blir det straffavgift. Ett sådant system har vi inte riktigt genomfört här.

– Sverige är otroligt bra på service. Det funkar! Tyvärr hör jag fortfarande från internationella köpare att Sverige är dyrt. Den felaktigheten måste vi få ett slut på.

**MPI's medlemmar uppmanas mäta värdet av
ett event med ROI – Return on Investment
- och kontrollera hur effektiva de är med
exempelvis Iso-kontroller. Har ni det på
Blick Möteskonsult?**

– Vi har inte varit så bra på det i Sverige än – inte vi på Blick Möteskonsult heller – men det håller på att ändras. Det kommer allt fler strategier för uppföljning och stora företag börjar nu titta på lönsamhetsaspekten. Inom MPI får vi jobba på en enhetlig riktlinje för mätinstrument – vad är det man mäter – känslan eller pengarna? De optimala mätinstrumenten finns inte än. Vi på Blick Möteskonsult har ännu så länge bara de vanliga utvärderingarna om deltagarna tyckte maten smakade bra, och så vidare. Det är något vi får jobba vidare med.

**Har du något råd till svenska mötesplanerare
om hur de bäst kan möta framtiden?**

– Genom att utbilda sig! Allt från oss som jobbar på företag på leverantörssidan till mötesplanerare av alla typer inom köparsidan – alla områden inom mötesindustrin behöver utbilda sig, exempelvis genom att gå MPI's CMM utbildning.

Har du själv gått MPI's CMM-utbildning?

– Nej, inte ännu, (skratt), men jag har gått MPI's utbildningar på seminariennivå exempelvis på deras Europakonferenser. Jag märker att det blir mycket enklare för mig som leverantör med den kunskap jag skaffat mig via MPI eftersom jag kan förklara vad det hela handlar om på ett lättfattligt sätt.