

# Eisenhower-matrisen for disponering av tid

## Referanse til kapittel 1

Verktøyet «Eisenhower-matrisen for disponering av tid» er oversatt fra engelsk og bygger i sin helhet på den tidligere USA-presidenten Eisenhowers metode for prioritering av viktige oppgaver og oppgaver som haster. Kilde her er <http://www.eisenhower.me/about>

Matrisen er enkel i sin utforming, men bidrar til bevissthet rundt bruk av tid. Med referanse til vår studie av lederes bruk av tid (se introduksjonskapitlet), og et sterkt ønske der om å kunne omdisponere egen bruk av tid, har dette verktøyet og tid som tema stor relevans.

	Haster	Haster ikke
Viktig	A	C
Ikke viktig	B	D

## Eksempel

A: Gjøres daglig

B: Gjøres ukentlig

C: Gjøres månedlig

D: Prioriteres bort (må det gjøres i det hele tatt?)

Dette kan kobles opp mot Paretoprinsippet, det vil si at 80 prosent av oppgavene kan gjøres unna på 20 prosent av tiden. De resterende 20 prosent vil konsumere 80 prosent av den tilgjengelige tiden. I et kortsiktig perspektiv kan det være at mange oppgaver kan gjøres fort unna, og så kan du bruke tid på de oppgavene som er krevende. Hvis det derimot er slik at de krevende oppgavene tilhører kvadrant C, bør du ikke bruke hele uken på dem, men sette av litt og litt tid, slik at de er unnagjort i løpet av en måned. Dermed har du laget en tidsplan for arbeidsoppgavene, skapt struktur og sørget for at alt blir gjort innen tidsfristen.

## Eksempel på matrise

	Haster	Haster ikke
Viktig	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Salgsmøte/kontraktsmøte med en kunde i morgen</li> <li>– Henvendelse fra kunde X, Y, Z</li> <li>– Leveringsproblemer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Strategidokument</li> <li>– Nye potensielle kunder (ev. A)</li> <li>– Rekruttering av en ny ansatt</li> </ul>
Ikke viktig	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Endringer i presentasjonen som skal brukes til et annet salgsmøte i neste uke</li> <li>– Bekrefte bestilling på ordre</li> <li>– Booke flybilletter før møte i neste måned</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mail der jeg står som kopi</li> <li>– Reklamemail</li> <li>– «Hallo, hvordan går det?»-mail fra gamle kolleger</li> </ul>

Det er i midlertid opp til en selv å definere hva som skal inngå i kvadrantene. Hvis for eksempel kopimaskinen er ødelagt, er du på utkikk etter en ny og trenger den umiddelbart. Da vil plutselig en reklamemail om dette bli flyttet fra kvadrant D til kvadrant A i en kort periode.