MISSFÖRSTÅ MIG FEL

Hur kommunikation, arbetsglädje och resultat hänger ihop

ANTONI LACINAI

© 2020 Antoni Lacinai

Missförstå mig fel.
Hur kommunikation, arbetsglädje och resultat hänger ihop

Formgivning: Pia Lilenthal
Illustrationer: Antoni Lacinai
Förlag: Buena Vida AB
Tryck: Tallinna Raamatutrükikoja OÜ
ISBN: 978-91-86389-78-9

TIDIGARE BÖCKER AV ANTONI LACINAI

Sluta hålla presentationer – börja ge.
Meetings International. 2007

Moderera mera. Sveriges första guide till moderatorn.
Meetings International. 2008

Framgångsrika kundsamtal.
Meetings International. 2011

En massa sätt att sabba ett möte.
Meetings international. 2014

MÅL. Sätt dem. Nå dem. Ha kul på vägen.
Buena Vida AB. 2015.

Konsten att läsa kroppsspråk.
BoD. 2016

Virtuella möten. Hur du leder människor i möten på distans.
BoD. 2016

Så får du bättre möten på mässan.
BoD. 2017

12 talares tankar om kommunikation.
Blue publishing. 2018

Effektiva möten.
BoD. 2018

12 talares tankar om möten.
Blue Publishing. 2019.

INNEHÅLLS-förteckning

”Öh Döh!” 10
Kommunikationens mysterier 12
… handlar om inget mindre än liv och död 13
Kommunikationens tre superkrafter 14
Du lyssnar på WII FM 15

DEL 1 – SJU UNIVERSELLA SANNINGAR

1. Du kan inte INTE kommunicera 18
2. Du får folk att må som du vill 24
3. Du kan inte säga vad du menar 32
4. Alla påverkar alla 40
5. All kommunikation har en avsikt 46
6. Bättre involvera än informera 52
7. Analogt är bättre än digitalt 58

DEL 2 – KOMMUNIKATION I PRAKTIKEN

8. Första intrycket varar 66
9. Lika barn leka bäst 72
10. Var intresserad istället för intressant 80
11. Ord spelar roll 88
12. Krångla inte till det 96
13. Förklara värde, inte egenskaper 102
14. Början och slutet är viktigast 108
15. Alla goda ting är tre 114
16. Storytelling äger! 122
17. PowerPoint suger – eller? 128
18. Kroppen talar högst 134
19. Rösten väcker eller söver 142
20. Modiga människor målar mer 148

Mitt bokslut 154
Antoni Lacinai 155
Här kommer alla sanningar på en och samma gång 158

KOMMUNIKATION
MELLAN MÄNNISKOR
ÄR SOM ELEKTRICITET I ETT
MODERNT SAMHÄLLE

UTAN DET FUNKAR INGENTING!

”ÖH DÖH!”

Det var en varm sommarnatt i början på 90-talet. Jag tog mig uppför en lång backe mot min lägenhet i centrala Göteborg. Två yngre killar stannade mig.
”Öh döh!” sa den ene. *”Har du cigg?”*
”Nä!” sa jag, och ville gå vidare. Jag blev åter stoppad.
”Ge hit plånboken!” sa den andre.
”Nä!” sa jag och försökte på nytt gå vidare. Då tog den förste fram en pistol.
”Är du säker på det?” frågade han.
”Nä!” sa jag och gav dem plånboken.
Efter 10–15 sekunder fick jag till min förvåning tillbaka den.
”De e lugnt. Du kan ta tillbaka den. Du hade så bra svar på våra frågor” sa den andra.

I mitt huvud ekade ett enda ord…(”Nä!”)

Men det sa jag inte. Jag låtsades istället bli deras kompis och pratade en stund.

Efter ett tag skildes vi åt. Jag kom in i min lägenhet och blev sittande på sängkanten. Då slog det mig. Jag kunde varit död nu! På något sätt kom jag därifrån med både livet och plånboken i behåll. Vad var det som gjorde att jag klarat mig?

Från den stunden gick jag från att vara intresserad av kommunikation till att vara passionerad av det. Sedan dess har jag sökt efter nycklarna till en bra kommunikation…

KOMMUNIKATIONENS *mysterier…*

Hur lyckas vi över huvud taget förstå varandra? Vi vill så gärna bli förstådda, respekterade, sedda, lyssnade på. Det blir vi för sällan. Alla är mest upptagna med sig själva.

Kommunikation är ett stort mysterium som många lustigt nog tror att de bemästrar. Det är väl det som är skillnaden mellan förstånd och missförstånd.

Vi har alltid kommunicerat. Först med kroppsspråk och grymtningar. Sedan med ord och skrift. Idag är det olika sociala medier som gäller där vi sänder och sänder. Men vem lyssnar? Har vi ökat kvaliteten för att vi har ökat kvantiteten?

Vi ser också ett riktigt lågt engagemang på arbetsplatserna enligt Gallups undersökningar. För många människor tycker att det är trist eller rent av olidligt att gå till jobbet. Det behöver inte vara så. Vi kan så mycket bättre.

Här kommer du och jag in i bilden! Vi ska göra en positiv skillnad – tillsammans. Vi ska se och le, lyssna och engagera oss – och göra våra arbetsplatser till magneter där folk vill vara! Vi gör det tillsammans. Det är vår mission. Visst är du på?

…handlar om inget MINDRE ÄN LIV OCH DÖD

Vi människor har historiskt varit alldeles för fysiskt svaga för att klara oss själva. Vi har därför varit tvungna att samarbeta, och blivit ganska bra på det.

Idag kanske vi inte bokstavligen dör för att vi brister i vår kommunikation, men det kan skapa missförstånd, irritation, ilska, sorg, skvaller, mobbing, skitsnack och annat elände.

En god kommunikation skapar motivation, inspiration, mening, glädje, tålamod, uthållighet och en bättre prestation. Den arbetsplatsen vill vi vara på!

Du ska få mina 20 sanningar om mänsklig kommunikation. Du kan kalla dem för nycklar, principer, hemligheter, lärdomar eller framgångsfaktorer. Det är enkla, effektiva tips och tankar som kan stärka dig i dina relationer med kollegor, chefer, medarbetare och andra. En del är bara mina observationer men mycket kommer från psykologi och forskning.
På www.lacinai.se/tips/kallor/ kan du hitta källhänvisningar.

Du får själv bestämma om du vågar testa något hemma.
I familjen sätts nämligen alla regler ur spel…

Först ska du få de tre kommunikativa superkrafterna

KOMMUNIKATIONENS *tre* SUPERKRAFTER

Om du vill bli en bra ledare, säljare, kollega, kund, leverantör och medmänniska, så behöver du också bli en bra kommunikatör. På jobbet vill du ha kul. Du vill samarbeta och påverka. Du vill komma överens med kollegorna. Om du är bra på att tala och samtala, så får du mer inflytande, och inflytande är själva definitionen av ledarskap.

Det finns tre superkrafter som gör dig till en person med inflytande.

ENERGI så att vi tror att du tror. Varför ska vi annars göra det? Energi strålar ut i ditt kroppsspråk och i din röst. Om du visar oss din glöd, din passion, din beslutsamhet och din glädje, så följer vi dig.

EMPATI så att vi känner att du förstår oss. Vi vill känna oss sedda och bekräftade. Vi vill att du lyssnar. Empati skapar tillit och vi följer den vi litar på.

TYDLIGHET så att du tar bort så många missförstånd som möjligt. Förklarar du med tydlighet förstår vi lättare och känner oss smarta - och vi följer den som får oss att känna oss smarta.

De här tre superkrafterna kommer att genomsyra alla 20 sanningar som följer.

DU LYSSNAR PÅ *WII FM*

Resten av boken är i två delar. De första sju nycklarna är stora, generiska tankar som kan få dig att fundera lite djupare. De nästföljande tretton är mer konkreta och sådant du kan pröva i din vardag på en gång. Med det sagt är mitt mål att allt jag ger dig ska vara sådant du kan använda.

Efter varje nyckel, eller sanning så får du några reflektionsfrågor. Svara gärna på dem. Kanske gör du boken till ditt 20-veckors-program? Kanske lyfter du en sanning i taget på dina intern-möten och diskuterar hur det här kan hjälpa er? Kanske skummar du tills något fångar ditt öga?

Jag lärde mig för länge sedan att alla rattar in samma radio-kanal i möten med andra:

WII FM. Det betyder What's In It For Me?
Vad ger det här mig?

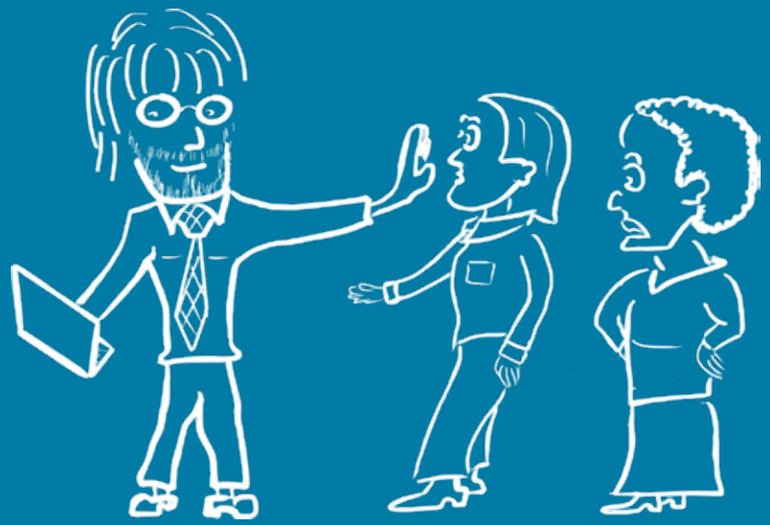
Efter varje kapitel kan du fundera på: Vad betyder det här för dig? För er? Stämmer det eller är det bara trams? Hur kan ni få till mer arbetsglädje och motivation med hjälp av dessa nycklar? Vad behöver vi göra?

Du väljer. Du bestämmer.

DEL 1

7 UNIVERSELLA SANNINGAR

1. DU KAN INTE *inte*



KOMMUNICERA

Har du någon gång gått in i en affär där två butikssäljare står och pratar med varandra och ignorerar dig. Hur känns det? Sådär. Kommunicerar de med dig? Hur mycket som helst! Kommunikation till andra är inte bara vad du säger. Det är:

- Vad du tänker.
- Vad du säger.
- Vad du GÖR.

Du kan inte välja att kommunicera eller inte. Allt med dig kommunicerar. Vad du säger, hur du låter, vad du gör och inte gör, vilka kläder du har och hur frisyren ser ut, hur du tar dig till jobbet och vad du äter till lunch, vem du tittar på och vem du inte tittar på.

Du kan inte ens bestämma vad du kommunicerar. Det är upp till alla andra.

Tänk dig att du är på ett möte. Du tycker att det är tråkigt och bestämmer dig för att vara effektiv så du tar upp telefonen och svarar på några mejl. Det här går inte obemärkt förbi. Dina kollegor kommer att tänka: *”Hm, vi är uppenbarligen mindre viktiga än vad som helst på den där skärmen…”*

Fruktkorgar OCH BUSINESS CLASS

2001 smällde det till. Telekombranschen jag jobbade i var i kris. På tre år skulle företaget jag var på, med 110,000 anställda, halveras. Amputering var det enda sättet för företaget att överleva. I första svängen fick 80 procent av mina kollegor på avdelningen lämna in sina passerkort och gå hem. Det var tuffa tider.

Jag minns ett par händelser extra mycket från den tiden. Några goda. Andra dåliga.

I den affärsenhet jag var på fanns en chef som varje dag, på samma tid, ställde sig på samma öppna yta på ett av våningsplanen i vår byggnad. De som ville, kunde gå dit och lyssna och ställa frågor. Ofta hade han inget nytt att säga, men bara det att han stod där istället för att gömma sig, kommunicerade massor. Jag beundrade honom för det.

Det var ett av de goda minnena. Nu till några andra.

Tidigare hade vi haft fruktkorgar på varenda avdelning. De togs bort. Det var kanske en symbolhandling men vi förstod poängen. Det gällde att alla höll i sparbössan. Inga resor utom de mest nödvändiga godkändes. Vi förstod det också.

Men så hände två saker på kort tid som fick oss anställda att bli en aning irriterade. Först upptäckte vi att fruktkorgarna på ledningens våning fortfarande var kvar. Märkligt. Skulle vi inte alla dra vårt strå till stacken? Behövde de frukten mer än vi för att deras tankar krävde mer energi än våra?

Sedan skulle flera av oss flyga till Frankrike för att delta på en viktig mässa. Självklart i ekonomiklass. Ingen hade något emot det. Men när vi klev på planet satt några av de högre cheferna i business class, längst fram i planet. Vi paraderade förundrat förbi. Var det inte kris i företaget? De blev snabbt väldigt upptagna med att läsa något i sina datorer eller på menyerna från sina stolsfickor. Ingen mötte oss med blicken. De visste att vi visste, och verkade aningen generade. Samtidigt sades personal upp på hemmaplan. Det hela kändes absurt.

Allt kommunicerar alltid. Tro inget annat.

fundera på:

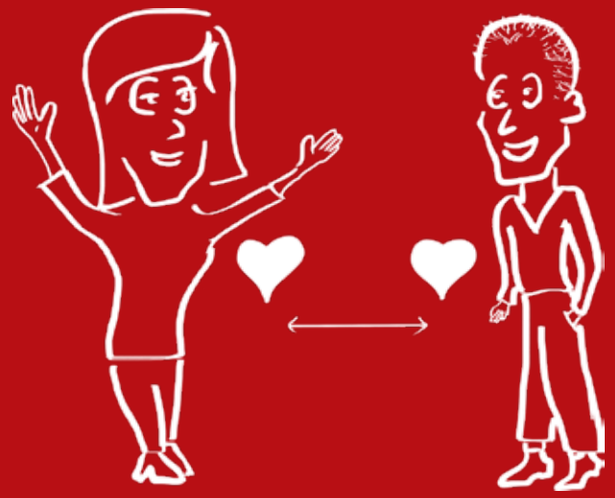
Säger ni ”God morgon” till varandra när ni kommer till jobbet?

Hur vill du bli beskriven?

Vilka är era motsvarande fruktkorgar?

"JAG LYSSNAR INTE PÅ VAD CHEFEN SÄGER JAG LYSSNAR PÅ VAD CHEFEN GÖR"
– KJELL DAHLIN

2. DU FÅR FOLK ATT *må*



SOM DU VILL

Om du hotar mig blir jag rädd. Om du berömmer mig blir jag glad. Om du visar mig 58 textade PowerPoint-bilder, blir jag sömnig…

Det du tänker, säger och gör kommer att påverka ditt humör och dessutom alla andras. Det stannar inte heller där. Vårt humör kommer sedan att påverka prestationen. Denna viktiga sanning kopplar därför ihop ***kommunikation, arbetsglädje*** och ***resultat***!

Ett leende. En kram. En frånvarande blick. En nick. Allt påverkar människor – mer än du tror. Du läcker känslor, bara i det du tänker. Om du vaknar upp på morgonen med en inre röst som säger

Nnnneeeeejjjjjj

så är det inte läge att ha en konstruktiv dialog med dig förrän du druckit några koppar kaffe.

Enligt experter krävs det tre till elva positiva interaktioner på varje negativ interaktion för att skapa ett högpresterande team. Beröm varandra. Hitta glädje. Det är viktigt på riktigt. Apropå beröm: Det sägs att hälften av allt beröm du får genom livet, får du innan du fyllt tre…

Din makt är större än du tror. Använd din kraft till goda tankar, ord och handlingar.

CHEFENS *kommunikation* BESTÄMMER KULTUREN

För några år sedan fick jag ett uppdrag att på tre timmar kommunikationsträna 18 säljare hos en stor IT-distributör. De skulle bli bättre på att agera på en mässa. Jag blev lite bekymrad när jag inte kunde få tag på säljchefen innan det var dags. Han svarade inte på tilltal, vare sig på telefon, röstmeddelande eller mejl. *”Han kanske är extremt upptagen”*, tänkte jag.

Väl på plats var det bara 12 av de 18 säljarna som kom. Så kan det vara. Saker kan komma emellan. Men säljchefen var i alla fall där och verkade lugn. Han satte sig en bit bort från de andra, drog upp laptopen och började läsa mejl. Jag minns inte ens att han välkommnade mig eller hade en introduktion. Jag fick sköta det själv, och det var märkligt men ok.

Jag inledde med att presentera mig, syftet och målet med de tre timmarna. So far so good. Sedan sa jag:

”Eftersom vi bara har tre timmar skulle det vara bra om ni kunde sätta era telefoner på flight mode.”

Säljchefen tittade upp för första gången och utbrast

”Nähe det ska ni inte! Kunderna går före. Det här är bara något extra.”

Hälften av gänget började omedelbart pilla med sina telefoner. Under en kort paus försvann fem av dem för gott. Strax senare skulle någon hämta på dagis. När det var en timme kvar satt sex ambitiösa säljare kvar. Gissa vilka som presterade bäst på mässan?

För länge sedan läste jag om en studie som fastnade i mig och som jag ofta tagit upp i mina föreläsningar. Av 55 kriterier som avgör en anställds engagemang, beror 37 på chefens beteende! Chefen påverkar fler människor än vad andra gör. De tittar på denne och kopierar vad chefen gör. Så skapas en kultur.

Det här var en av de jobbigaste upplevelserna jag haft i min konsultroll. Om de skulle frågat om jag ville komma tillbaka så är jag inte säker på att jag skulle hoppat högt av glädje direkt. Och hade försäljningschefen varit med så hade jag blankt tackat nej. Jag gillar att vara i miljöer där folk vill något, och behandlar människor bra. Även leverantörer.

Chefens kommunikation bestämmer kulturen!

fundera på:

Hur påverkad blir du av vad andra gör och säger?

När hjälpte du senast någon utan att hen bad om det?

Hur mycket berömmer ni varandra? Kan ni göra mer?

KÄNSLOR SMITTAR.
VÄLJ DÄRFÖR ÅT VILKET HÅLL
DU LUTAR HUVUDET) :)

VISSA SURA MÄNNISKOR
DRAR NER DITT HUMÖR
SÅ ATT DE SJÄLVA MÅR BÄTTRE,
RELATIVT SETT.

DE ÄR VAMPYRER.

SÅ ÄT MYCKET VITLÖK NÄR
DU HAR MÖTE MED DEM!

3. DU KAN INTE *säga*

VAD DU MENAR

Jag är ledsen, men det kan du inte. Din hjärna är inte en dator med linjära algoritmer och ettor och nollor i ett seriellt flöde. Din hjärna är ett kråkbo, en röra, och inte bara en röra utan din röra. Det som väl kommer ut är inte exakt det du menar. Innehållet har passerat flera filter av erfarenheter, fördomar, generaliseringar och utelämnande. Kvar är något som förhoppningsvis är tillräckligt nära.

Men vänta, det blir värre.

Du har inte ens tolkningsföreträde. Det har alla andra. Dina ord ska passera deras respektive filter, vilket gör att de kommer att minnas olika delar av ditt budskap.

Det här kopplar direkt mot den kommunikativa superkraften Tydlighet. Det är inte lätt att vara tydlig. Ju mer jag studerar kommunikation desto mer förbluffad blir jag över att vi alls förstår varandra. Det borde nästan inte gå. Ibland, när jag föreläser, frågar jag publiken: *”Hand upp om ni missförstått någon den senaste veckan.”* De flesta räcker upp handen. De som inte gör det missförstod uppenbarligen frågan…

DET VAR INTE *så* JAG MENADE

Jag var på ett projektmöte hos en kund inför ett stort event. De var runt tio personer och samtalet flöt på bra. Alla var på tå eftersom det började närma sig. Det kändes i luften. Då fällde jag den ödesdigra kommentaren:
”Jag förstår att det har eskalerat nu.”
Svaret kom blixtsnabbt från en av dem jag inte kände sedan tidigare.
”Här har inget eskalerat. Vi kan ta våra egna beslut, tack så mycket!!”
”Neeej” tänkte jag som insett mitt misstag. På kundens språk betydde ”eskalera” att de skickar beslutet uppåt i hierarkin. Jag hade just sagt till personen att han inte var beslutsför utan behövde hämta tillstånd från sin chef. Han blev rasande. Jag bad direkt om ursäkt och försökte förklara att jag menade att det har accelererat och inte eskalerat. Alla andra visade förståelse men inte han som kände sig så träffad.

Eventet gick bra, kunden fick fantastiska utvärderingar från sina kunder, men personen som blev arg har nog inte förlåtit mig ännu…

Julskinkan SKA KAPAS I BÅDA ÄNDAR

Den här berättelsen finns i olika versioner. Jag älskar den!

”Chop! Chop!” lät det när mannen kapade julskinkan i båda ändar.
”Varför gör du så där?” undrade en vän som en dag såg detta hända.
”Det är så man gör” svarade mannen. Så hade han alltid gjort. För det var så man gjorde julskinka. Först kapades ändarna och sedan kunde skinkan griljeras.
”Var har du fått det ifrån?” frågade vännen.
”Jamen det är så man gör. Så har vi alltid gjort. Min mamma med.”
”Men det är väl inget svar på frågan. Jag är nyfiken på varför?”
”Det var ett jävla tjat. Jag ringer min mor på högtalar-telefonen så får du höra själv…
Hej mamma. En fråga: Varför kapar du alltid ändarna på julskinkan?”
”För att min ugnsform är för liten. Jag får inte plats med den annars.” svarade hon.

fundera på:

Hur kan du vara tydlig i ett samtal (utan att vara otrevlig)?

Hur kan du försäkra dig om att mottagaren har förstått?

Hur kan du försäkra dig om att du själv har förstått?

OM DU INTE KAN FÖRKLARA DET
PÅ BAKSIDAN AV EN SERVETT
SÅ HAR DU NOG INTE FÖRSTÅTT DET SJÄLV.

HAR DU MISSFÖRSTÅTT NÅGON DEN SENASTE VECKAN?

OM DU SVARADE NEJ, HAR DU JUST MISSFÖRSTÅTT FRÅGAN

4. ALLA PÅVERKAR *alla*

Känner du till teorin ”6 degrees of separation”? Den säger att alla känner alla på planeten inom sex steg.
Ett exempel: Jag känner inte Lady Gaga. Däremot har jag en vän som känner en producent, som känner henne. Tänk om Lady Gaga påverkar mitt humör? Och nu ditt?

Om Lady Gaga är på gott humör när hon pratar med producenten så smittar hon honom med …15% mer glädje. Han träffar sedan min vän och hon blir smittad med 10% mer glädje – tack vare henne. Sedan träffar hon mig och jag blir 5% gladare – tack vare Lady Gaga!

Vi blir alltså påverkade av människor vi inte ens träffat. När du går på ett möte så tar du med dig dina barn och deras morgonhumör. Du tar med dig busschauffören och de passagerare som klivit på innan dig. Du tar med dig allt som dina kontakter skrivit på sociala medier som fått dig att känna skuld, glädje, ilska och förundran. De andra på mötet gör samma sak. Det är inte lätt att vara helt närvarande då.

Du är som en sten som släpps i en sjö.

Vågen är din påverkan. Det du kan göra är att välja att vara en positiv kraft och om du vill vara ett sandkorn, en stor sten eller kanske en asteroid…

ALLT SOM HÄNT *innan* NI MÖTS

Jag satt i kabinen på rad fem, på väg till Stockholm. Han, en äldre herre, satt på andra sidan av den trånga gången. När planet landade och lampan för säkerhetsbältet släcktes skedde det som alltid sker. Vi som satt i gången reste oss upp för att plocka ner jackor och väskor.

Det fanns inte mycket till personligt utrymme i det läget. Man gnuggar sig mot varandra och håller ändå en artig ton. Den äldre mannen valde annorlunda. På klingande finlandssvenska gav han mig en utskällning som osade av kränkningar, hot och annat. Jag tänker inte upprepa hans ord, men det handlade om mitt ondskefulla och helt hänsynslösa beteende, när jag fick för mig att också resa mig upp samtidigt som honom.

Såg jag inte att han reste sig först?
Såg jag inte att hans säte var femton centimeter framför mitt och jag därför borde gett f-n i att störa honom och ta upp platsen nära honom?

Jag flyttade mig något bakåt för att ge honom mer plats. Det hjälpte inte. Han armbågade mig i sidan. Sedan lutade han sig kraftigt bakåt så att jag höll på att hamna rakt i famnen på två norrmän som bevittnat alltihop med stora ögon. Båda skakade på huvudet och började skratta. Jag sa något i stil med att gubben måste haft en dålig dag. Det hjälpte inte precis. Jag kunde inte hålla tyst utan påpekade både armbågar och svordomar. Jag kan inte minnas att jag sett någon så exploderande arg på väldigt länge. Vid ett tillfälle var jag säker på att han skulle börja veva med nävarna eller få en hjärtattack.

Jag försökte tänka på mina smarta kompisars visdomsord. Som Janne Gunnarsson när han i sällsynta fall möter aggressiva, otrevliga människor, väljer att alltid tro det bästa om dem ändå. Att det inte handlar om honom utan om något annat. Att det finns en massa mentalt bagage som måste ut. Och Lena Skogholm som menar att vi inte har en aning om vad människor går och bär på när de möter oss, och att vi därför bör vara snälla. Vilka kloka människor de är. Och så svårt det är att agera så när man utsätts för andra människors misshag.

fundera på:

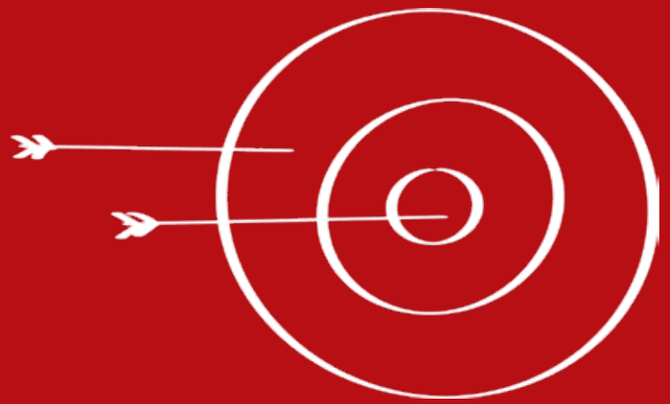
Om du är irriterad – vad beror det egentligen på? Kan det vara något som hänt långt tidigare?

Blir folk glada när du kommer eller när du går?

Vilka energitjuvar följer med dig till jobbet i morgon?
Vilka lämnar du utanför?

VILL DU VARA EN STOR STEN ELLER ETT LITET SANDKORN ?

5. ALL KOMMUNIKATION



HAR EN *avsikt*

Vem vill du vara? Vad ska du åstadkomma? Hur tar du dig dit? Varje gång du kommunicerar så gör du det med en intention, en avsikt, ett mål. Du vill må bra eller få andra att må bra. Du vill påverka vad andra tänker och känner. Du vill få ett beslut. Du vill besluta själv. All kommunikation har en avsikt.

Ibland är avsikten dold, till och med för oss själva. Jag kan fräsa åt mina närmaste, och inser inte förrän efter en stund att jag egentligen är hungrig… Och - kommer du ihåg att ”Alla påverkar alla”? Du kanske skäller på någon för att du egentligen är sårad av någon annan människas kritik?

När ni kan kommunicera målen så att de blir tydliga, attraktiva, inom er kontroll och gärna utmanande, då kommer ni tillsammans att kunna uträtta stordåd ihop.

Om ni kan svara på frågan:
Då har ni värdegrunden på plats.

”Vem vill vi vara?”

Om ni kan svara på frågan:
Då vet ni vilket resultat ni vill uppnå.

”Vad ska vi åstadkomma?”

Om ni kan svara på frågan:
Då vet ni hur ni ska prestera.

”Hur tar ni er dit?”

EN POJKE, EN KEPS OCH *Tony Richardsson*

Jag har en vän vars passion är snabba motorcyklar. Hans lycka är att få susa runt på banor i 250 kilometer i timmen, med en Ducati under sig. Motocross går också bra, så länge det kittlar i magen.

Det här intresse har smittat av sig på hans son Erik som fick sin första motorcykel när han gick på lågstadiet. En vacker sommardag var de båda på Knutstorp för att titta på STCC och Superbike. Pappa Per var dessutom teamchef för ett Ducati-stall. Lille Erik var på gott humör. Plötsligt såg Per ingen mindre än Tony Richardsson en bit bort!

För er som inte vet vem det är: Mannen är sjufaldig världsmästare i Speedway! En levande legend bland motorentusiaster. Ett föredöme i allt han gör. (Att han dessutom gick och vann Let's Dance efter sin karriär gjorde honom än mer folkkär på köpet.)

Min vän såg Tony Rickardsson och målet är satt. Klart att Erik ska ha hans autograf. Han stegade fram till Tony med pojken i släptåg, tog den röda Ducati-kepsen från grabbens huvud och frågade Tony om en autograf. Tony var vänligheten själv. Han log mot Erik och tog fram en tuschpenna. Med en snits skrev han sin autograf på brättet och gav kepsen till pojken.

Erik tog emot kepsen. Ögonbrynen gick ihop. Han rynkade på näsan. Sedan slängde han kepsen på den dammiga marken rakt framför Tonys fötter.
”Men Erik! Vad gör du!” sa Per som inte förstod någonting.
”Min keps är förstörd!” sa Erik.
”Va?”

”Jag vill inte att min Ducati-keps ska ha en autograf från en jävla dansare!”

sa Erik bestämt, och stegade därifrån. Bakom honom syntes två förvånade ansikten. Pers och Tonys….

fundera på:

Har ni mål på jobbet som är så tydliga att ni vet om ni lyckats eller inte?

Har ni en samsyn om vart ni ska vara om en månad, ett år, fem år?

Hur bra kommunicerar ni målen mellan era avdelningar, för att slippa mål som krockar med varandra?

ETT MÖTE UTAN MÅL ÄR INGET MÖTE
DET ÄR EN FIKA !

6. BÄTTRE *involvera* ÄN INFORMERA

Jag gick ett ledarskapsprogram för längesedan. Det mesta har jag glömt, även om det var en riktigt bra kurs. Några saker fastnade dock lite extra. En av dem var en enkel ledarskapsmodell:

I > I > I
Involvera > Informera > Implementera

Tesen är:

- Om ni ***involverar mycket***, behöver ni ***informera lite*** (eftersom alla varit med). Implementationen blir därför lättare att få till.
- Om ni å andra sidan ***involverar lite***, så måste ni ***informera mycket***. Folk känner sig inte delaktiga och därför riskerar ni att aldrig komma i mål.

Vi vill alla känna delaktighet, engagemang och samhörighet. Det ger oss motivation. Är vi motiverade presterar vi bättre (läs sanning nummer två) vilket leder till bättre resultat.

Ta era möten. Vilka är de absolut tråkigaste möten ni går på? Rätt svar: Informationsmöten. Någon sätter er i ett passivt tillstånd och tvingar er att genomlida en timme eller två, gärna med planer på nya förändringar.

Lustigt nog tror chefer i det scenariot att allt är klart, och att det bara är att köra på med förändringarna. Det är humor det!

DE ÄR JU *involverade?*

Jag coachade en chef som hade svårt att få sin grupp att agera.
”De gör inte det vi kommer överens om. Det är frustrerande. Jag vet inte vad jag ska göra.”
”Min erfarenhet är att ju mer folk är involverade desto lättare är det att få dem att agera. Så min fråga till dig är: Är de involverade?” sa jag.
”Det är klart att de är involverade.” sa chefen.
”Hur involverar du dem?” sa jag.
”Ja de sitter ju där, och jag berättar vad som gäller, och de nickar och håller med. Men sedan händer ingenting…”
”Är inte det snarare att informera än att involvera?”
Det blev tyst en stund.
”Aha du tänker så…” sa han sedan. Polletten hade trillat ner.
”Jag måste alltså involvera dem?”
”Du bestämmer själv. Tänk dig att du är en av deltagarna och din chef talar om för dig vad du ska göra utan att du får bestämma hur du ska göra. Hur skulle det kännas?”
”Inte särskilt bra.”
”Som jag ser det kan inte alla vara med på resultatmålet, alltså var ni ska vara, men däremot kan alla vara delaktiga i hur det ska göras. Det är de experter i.”
”Fan, du har rätt. Jag måste göra om mina möten.”

Bättre fråga FINNS NÄSTAN INTE

Har du också känt att många möten och samtal startas i samma gamla hjulspår? Det är den slentrianmässiga frågan: *Hur är läget?* i olika former. Vi vet i förväg vad svaren är. Det är slentrian.

Den senaste tiden har jag gjort något nytt. Det var ingen medveten strategi. Plötsligt en dag under en golfrunda med en gammal kompis kom en ny fråga till mig. Jag tittade på min vän och frågade:

”Vad är viktigt?”

Istället för att komma med ett automatiskt svar, stannade han upp och tänkte efter innan han svarade: *”Vi har flyttat kontoret och jag hamnar i trafikköer. Nu är det viktigt för mig att hitta ett sätt att inte bli stressad. Det kan gå ut över familjen annars.”*
Jag lyssnade, frågade vidare, diskuterade olika sätt att skifta perspektiv. Det var helt enkelt givande. Till och med då, med någon jag känt i decennier, öppnades en helt ny möjlighet att lära känna honom bättre.

Vad är viktigt? Denna enkla fråga öppnar nya dörrar. Den ger en större mening i samtalet. Den skapar en djupare relation.

fundera på:

Hur kan du göra om informationsmöten till involveringsmöten?

Hur kan du coacha kollegor och medarbetare så att de växer och utvecklas?

Vilka metoder har du för att involvera?

INFORMATIONSMÖTEN ÄR SOM NÄR FLUORTANTEN KOM TILL SKOLAN.
DET VAR BARA ATT HÅLLA KÄFT OCH SKÖLJA...

7. ANALOGT ÄR BÄTTRE

ÄN *digitalt*

Försök känna av energin hos deltagarna i ett webinarium. Försök läsa av stämningen hos alla i ett telefonmöte. Försök få samma känsla när du tittar på en konsert på nätet jämfört med om du är i samma rum som artisten. Det går inte!

Vi människor är skapta för att kommunicera analogt, i det fysiska rummet, runt lägerelden, vid kaffeautomaten. All annan kommunikation är fattigare, sämre, svårare. Punkt.

Okej, det finns klara fördelar med digital kommunikation. Du sparar tid och pengar på resor du slipper åka på. Du minskar klimatpåverkan. Du kan få tillgång till experter som inte har tid att resa långa sträckor för att vara med på ett kort möte.

Allt detta gör inte själva mötet bättre, men ibland är ”bra nog” det bästa du har.

Ska du ha ett modigt samtal? Har du en komplex frågeställning? Ska ni workshoppa? Använd analog kommunikation.

Plus - Vi har inte digitala möten istället för analoga. Vi har digitala möten istället för inget möte alls.

WEBINARIET FRÅN *helvetet*

12:30 en fredag efter lunch. Jag försökte logga in mig på webinariet som jag själv skulle hålla i klockan 13. Jag ville vara ute i god tid. Webinarverktyget var nytt för mig. En kollega i branschen ville använda det och hon skulle vara moderator medan jag föreläste.

Dagen innan hade vi testat och det hade inte alls fungerat bra. Jag ville använda min iPad men det stöddes inte av verktyget. Eftersom jag hade en stationär dator utan webkamera var goda råd dyra. Som tur var hade vi en avdankad skoldator hemma. En laptop med kamera. Den fick duga.

12:35 insåg jag att jag inte skulle komma in i systemet. Något hade hängt sig. Jag bestämde mig för att starta om hela datorn. Det skulle jag inte gjort. Uppdateringar och en allmänt hängig dator gjorde att det tog en evighet. I detta fallet 30 minuter. Jag kände hur min puls gick upp och bad min kollega att täcka upp för mig tills jag var inne.

13:05 var datorn uppe igen. Nu var det ”bara” att logga in, samt starta PowerPoint. Det tog ytterligare fem minuter.

13:10 var jag äntligen inne, i mitt eget möte. Verktyget visade sig ha ytterligare ett problem. Det kunde inte hantera att både ha en PowerPoint uppe och mig samtidigt så jag fick snabbt välja PowerPoint (ni som känner mig vet vad jag tycker om det verktyget…) Men det hade jag glömt och började vifta med en av mina böcker framför kameran, tills jag insåg mitt misstag.

Jag var nu hyperstressad och försökte få tillbaka kontrollen. Just som jag började få flow så ringde min telefon. F-n! Jag bad om ursäkt för fjärde gången och fortsatte. Bara en stund senare kom städerskan in med dammsugaren i högsta hugg. Nu höll jag på att ge upp.

13:59:58 så gick jag ändå i mål med den här bedrövliga tillställningen och skulle precis tacka deltagarna när systemet stängdes av. Det visade sig att det har en timer och prick 14:00 var det tack och adjö. Ungefär som att slänga en dörr i ansiktet på någon…

Är det nu jag ska berätta att jag skrivit en bok om hur man leder virtuella möten?

fundera på:

Vilka samtal passar sig bäst i det fysiska rummet och vilka kan du ta i det digitala?

Hur tror du det känns för dem som ringer in till ett möte, om ni andra sitter runt en konferenstelefon och viskar, skrattar, ritar på tavlan och glömmer bort dem?

Vet du vad folk gör på dina telefon-möten? (Svaret är: mycket annat...)

ATT LEDA FYSISKA MÖTEN ÄR SVÅRT. ATT LEDA VIRTUELLA MÖTEN ÄR MYCKET SVÅRARE.

DEL 2

KOMMUNIKATION I PRAKTIKEN

8. Första INTRYCKET VARAR

Tänk dig att din hjärna har en livvakt som ständigt övervakar det som händer omkring dig. Om du träffar någon för första gången kommer livvakten att omedelbart ställa frågan:

Är personen ett hot eller inte?

Om livvakten känner sig det minsta hotad så tar den över. Det finns inget utrymme för logiskt tänkande. Det skulle ta för lång tid. Nu är det kamp eller flykt som gäller. Om livvakten bedömer att personen inte är ett hot kan den slappna av och låta andra delar av hjärnan ta över relationsbyggande och dialog.

Det här kallas för priming-effekten på psykologspråk, men vi känner det som det FÖRSTA INTRYCKET. Det går blixtsnabbt och är helt utanför vår medvetna kontroll.

Du har många första intryck på din arbetsplats. Nya människor kommer och går. Varje gång tar din livvakt ett beslut om det är rött eller grönt ljus. Oavsett vilket så kommer du inte vilja ändra dig när du väl bestämt dig. Om du godkänt någon så måste ju personen vara bra. Om du känner obehag så måste ju personen vara dum. Första intrycket varar.

KRAFTEN I DET *andra* INTRYCKET

Jag var en nyinryckt flottist i slutet på åttiotalet. Vi var en pluton ”gnistar” (ett annat ord för telegrafister), 47 unga män från när och fjärran som samlats i Karlskrona för sex månaders grundutbildning.

Där var Jonas och Mikael, två Lundell-fanatiker som fann varandra direkt. Där var Anders med hatten på sned och Per som smet upp på luckan och sov när ingen såg. Där var andra som jag knappt lade märke till och åter andra som utstrålade coolhet men vars namn jag glömt. Och så var det Staffan! En tämligen intetsägande person med böjd rygg och tjocka glasögon och en bräcklig, icke simkunnig kropp. Jag dissade honom direkt!

Det var inte så att jag gjorde något medvetet elakt mot denne yngling. Jag valde bara bort honom på samma sätt som man väljer bort vissa kläder i butiken. Utan någon eftertanke. Jag gav honom inte en chans utan började istället hänga med de ballare killarna.

Flera månader in på vår tid tillsammans ändrades detta. Jag minns inte hur men jag tror det var när någon lärt mig att spela mina första ackord på en lånad gitarr, som jag och Staffan började prata. Han skapade själv musik visade det sig. Jag frågade om jag kunde få låna en av hans låtar. Det var ok sa han och gav mig texten, ackorden och melodislingan. Jag gjorde ett halvhjärtat försök. Resultatet av min tolkning var inte märkvärdig i sig. Långt viktigare var att det var den interaktionen som gjorde att jag öppnade dörren för Staffan och såg honom – på riktigt – för första gången.

Och vilken skön snubbe det var! Hans humor var stillsam, smart och otroligt rolig. Hans vänlighet var långt mer än jag förtjänade. Hans musiköra var bra mycket bättre än mitt utan att jag för den skull var helt kass (betänk att just ”gnistar” ansågs vara de mest musikaliska). Jag kom att gilla Staffan!

Kära Staffan (som heter något annat).
Jag vet inte var du är eftersom vi inte haft kontakt sedan vi blev utplacerade på varsin båt för över trettio år sedan. Men var du än befinner dig vill jag att du ska veta att du gjorde ett fantastiskt starkt andra intryck på mig, och för det är jag dig djupt tacksam!

fundera på:

Vad kan du göra för att skapa så bra första intryck som möjligt – varje gång?

Vilket intryck kommer andra att få av dig om de letar på sociala medier eller söker på ditt namn?

Har du ändrat uppfattning om någon efter ett tag? Hur kändes det?
Vad kan du lära dig av det?

DET TAR TID ATT ÄNDRA ETT FÖRSTA INTRYCK.
GÖR HELLRE RÄTT PÅ EN GÅNG:
SE. LE. SÄG NÅGOT SNÄLLT.

9. LIKA BARN LEKA *bäst*

Har du någon gång känt dig utanför? Osynlig? Har kollegorna gått på lunch utan att fråga dig? Har du känt tvärtom? Att du blivit välkommen in i ett nytt gäng, att du har blivit lyssnad på och att ni har hittat gemensamma nämnare, kanske ett gammalt tv-program ni båda sett eller en reklamsnutt ni båda kan nynna på?

Vi vill alla känna gemenskap. Vi vill vara en del av stammen. Vi gillar människor som är som oss. Vi litar mer på dem. Vi kallar det personkemi eller att vi är på samma våglängd. Om du kastades ut från flocken förr i tiden så var det lika med ett dödsstraff. Därför kommer följarna att imitera ledarna. De vill bli gillade och godkända.

Rent tekniskt kan du göra tre saker för att bli mer lik någon. Du kan anpassa:

- ***Vad du säger.*** Om du har en kund som säger ”effektivisera” så använd samma ord.
- ***Ditt tempo.*** Om du pratar med någon eftertänksam, sänk ditt eget tempo.
- ***Hur du ser ut.*** Både i kroppsspråket och i klädspråket.

Tappa inte bort dig själv bara.

DET SÄMSTA KUNDMÖTET *ever!*

Jag kände mig så glad, på väg till ett andra möte med ett av Sveriges största företag. På det första mötet träffade jag en man på HR-avdelningen. Det var högt tempo. Vi klickade direkt. *”Det finns en liten hake,”* sa han. *”Jag går i pension om två veckor. Men jag introducerar dig till min efterträdare.”*

Så var det dags att träffa efterträdaren. En ung kille som var…

L Å N G S A M

Han rörde sig långsamt. Han talade långsamt. Jag lyckades inte anpassa mig. Jag pladdrade på. Först entusiastiskt. Sedan nervöst. Det blev så fel. Mitt tempo. Mina exempel. Jag misslyckades.

Efteråt slog jag mig i pannan, generad över mitt juniormisstag. Jag ringde upp honom. *”Tack för att jag fick träffa dig. Jag tyckte att det var ett riktigt dåligt möte.”* sa jag. *”V a a a a?”* svarade han och berättade att nej, nej allt var bra och vi skulle höras senare.

Han ringde aldrig upp mig. Han svarade heller inte på mina samtal. Det var helt och hållet mitt fel och det enda goda med det är att jag kan berätta det till dig som läser det här.

NÄR JAG *bytte skola*

När jag var elva år flyttade familjen. Att byta skola kändes kul, men snart märkte jag att de andra i klassen hade känt varandra sedan förskolan. Jag var inte en av dem.

En dag gjorde jag misstaget att ta på mig ett par beigea finskor som min snälla mormor hade köpt till mig i Jugoslavien. Alla andra hade Adidas eller Puma. De skrek: ”Hell Dojan!” efter mig. Jag log bara - men inombords gjorde det ont. Jag bestämde mig för att ha på skorna varje dag tills de tröttnat. Det tog två veckor. Sedan hittade de någon ny att hoppa på. Jag blev lämnad ifred. Då slängde jag skorna i soporna och gick tillbaka till gympadojor jag med.

Det finns de som haft det mycket värre än jag, vilket är en anledning till att jag ytterst sällan tar upp så privata exempel i mina föreläsningar. Det skulle vara en förolämpning mot dem. Däremot är jag övertygad om att mina upplevelser, tillsammans med andra erfarenheter, fått mig att tänka mycket på Vi-och-De-mentaliteten som finns på så många håll, och att jag lyfter själva frågan i mina föreläsningar om kommunikation och arbetsglädje.

fundera på:

Hur kan du hjälpa till att skapa en inkluderande arbetsplats?

Hur gör ni så att nyanställda eller kunder och leverantörer känner sig välkomna?

Hur får ni bort skitsnacket som kan uppstå mellan avdelningar?

JU STÖRRE VI
DESTO MINDRE DE

VAD SKULLE HÄNDA OM
ALLA CHEFER OCH KOLLEGOR
GICK OCH TÄNKTE:

"JAG ÄR BRA, OCH
DET ÄR DU OCKSÅ."

10. VAR *intresserad*

ISTÄLLET FÖR INTRESSANT

Mängder av studier visar på samma sak:

Medarbetare vill bli sedda, lyssnade på och respekterade. De vill att cheferna ska vara intresserade istället för intressanta.

Om du är chef eller kollega och, kanske för att du är stressad, svarar någon innan denne hunnit ställa hela frågan, skapas bara frustration och irritation. Jag har själv varit på båda ändar av sådana samtal. Det ger ingen arbetsglädje alls.

Motsatsen är också sann. När du har någon som är nyfiken, som ställer följdfrågor och som är genuint intresserad så växer motivationen och lusten att prestera.

Det här kopplar direkt till superkraften Empati (minns du i början av boken?). Empati ger i sin tur en högre tillit, och tillit är ett av de finaste orden vi har. Det är här, i tilliten, som du får lojala medarbetare och kollegor. Det är här som en bra säljare vinner affären, inte i slutet.

Den som är intresserad istället för intressant – blir intressant! Det är en paradox. Hur många människor är egentligen intresserade av dig? Ganska få, visar det sig. De flesta är upptagna med sig själva. Den som är intresserad är därför unik.

”TACK FÖR EN BRA *diskussion!”*

För några år sedan ledde jag en säljkonferens för ett företag som byggde småhus. På kvällen var det middag och prisutdelning.

Jag hittade en tom plats och såg mig om. Till vänster satt en man som bäst kan beskrivas som …grå. Hans kläder var gråa, hans hår var grått, hans skinn var grått. Han hade knappt någon utstrålning alls. Det här var mitt första intryck av honom. Snabbt tog jag mig i kragen och tryckte igång min inre Recording-knapp.

Jag undrade vad han gjorde utanför arbetet. Som han blommade upp! Med stor entusiasm pratade han om sin passion för att hjälpa ungdomar som hamnat på glid. Han var inte längre grå utan fylld av regnbågens alla färger. Tiden flög fram. Han var spännande att lyssna på. Efter 45 minuter var det dags för prisutdelningen. Jag flyttade bak min stol och reste mig för att bli konferencier. Han reste sig också upp, tog min hand och skakade den kraftfullt, samtidigt som han sa *”Tack för en bra diskussion!”* Det mötet hade många fina ingredienser men någon diskussion var det inte.

VAD ÄR DET FÖR SKILLNAD PÅ *att höra* OCH *att lyssna?*

När en av mina söner var sex år gammal frågade jag honom:
”Kan du berätta för mig vad det är för skillnad på att höra och att lyssna?
Han tittade på mig med ett höjt ögonbryn och svarade:
”Det är ju du som är konsult. Det borde du veta.”
”Jo men jag är intresserad av vad du tycker” sa jag.
”Okej pappa, häng med nu.” sa han. *”Att höra, det är att inte vara döv. Men att lyssna är att spetsa öronen och verkligen försöka förstå vad den andra personen säger.”*
Jag tittade på honom i flera tysta sekunder. Sedan sa jag med mörk, bestämd stämma:
”Välkommen till firman, min son!”

fundera på:

Vilket klimat har ni på jobbet? Öppet och tillitsfullt eller stängt och misstänksamt?

Vilken nivå av lyssnande har ni? Lyssnar ni för att förstå eller för att svara?

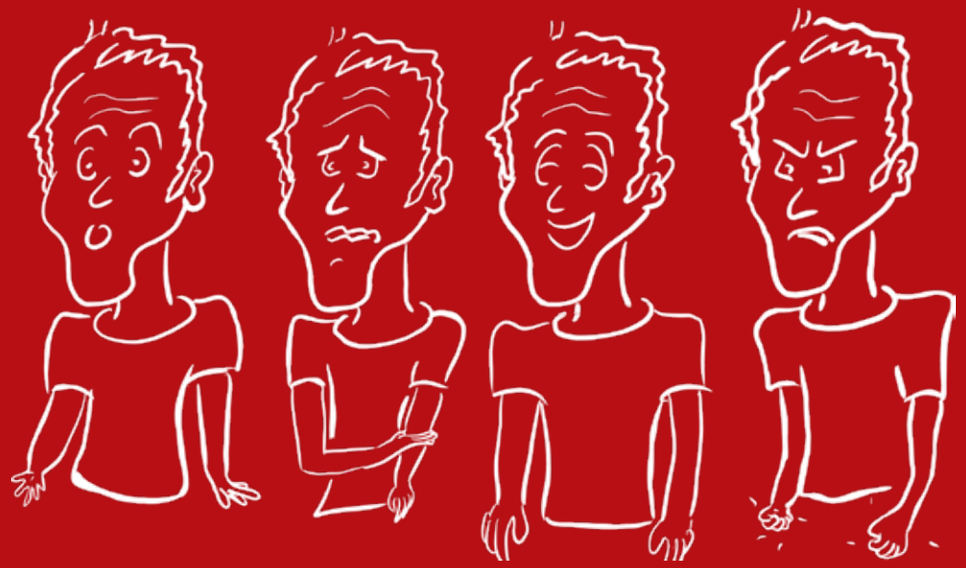
Ställer du mest stängda frågor (som besvaras med ett *Ja, Nej, Kanske, Vet inte*) eller ställer du öppna frågor (som börjar med *Vad, Vem, Hur, Varför, Vilka, När, Var*)? Eller inga frågor alls?

MÄRKLIGT...
DU LÄR DIG MER OM DU LYSSNAR
ÄN OM DU PRATAR.
VAD HAR DU LÄRT DIG IDAG?

JU LÄNGRE FRÅGA

DESTO KORTARE SVAR

11. ORD SPELAR *roll*



Ord stärker och sårar. Ord förstärker och försvagar. Ord hjälper och stjälper. Ord söver och väcker. Ord förklarar och fördummar.

Det finns svaga ord och starka ord. Om du är chef: Säg inte Man eller Dom. Det är svaga ord. Säg Jag, Vi och Du. Det är starka ord.

Använd färre, bättre ord. Tänk dig att du är bjuden till två möten som krockar.

Joel säger:
”Jag tänkte att vi skulle ha ett litet möte, där vi lite grann kan prata om vår nya produkt och kanske kan fundera på om det finns någon ny målgrupp som kanske är intresserad av att pröva, så vi kan väl ses en stund, jag har bokat två timmar och självklart finns det kaffe och hembakt, hoppas att du kommer, det skulle bara trevligt men du måste inte, det är ju så mycket att göra…”

Jonna säger:
”Vi har 90 minuter. Målet är att vi ska lista fem prioriterade marknadssegment till vår kommande produkt. Vi ska utse en ansvarig per segment och till nästa möte ha ett utkast på en marknadsplan. Vi ses 13:15.”

Vilket möte kommer du att gå på? Joels eller Jonnas?

ETT FÖRLUPET ORD OCH HAN *sa upp sig…*

Jag var på utbildning i Silicon Valley i slutet på 90-talet. Vi var runt ett dussin personer som gick på kurs och hade team-building-aktiviteter. Vid ett tillfälle besökte vi en Redwoodskog. Träden kan bli 50 meter höga. Mellan två av träden fanns det tio horisontella balkar uppspända med ungefär 1,5 meters mellanrum. Uppgiften var att, fastspända i selar, försöka klättra hela vägen upp. Jag anmälde mig som frivillig.

Medan jag spände på mig selen tittade en kollega, Janne, på mig med orolig blick.

”Vågar du det där?” frågade han. ”Ja, om jag inte tänjer på min komfortzon så krymper den.” svarade jag.

Och tänkte inte mer på det. Istället klättrade jag upp nio balkar innan jag ramlade.

Två år senare stötte jag på Jannes fru, som jobbade på samma företag. *”Hur är det med Janne? Jag har inte sett honom sedan vi var i USA.”* frågade jag.
”Vet du inte? Han kom hem och sa upp sig. Han sa att du sagt något om att tänja på sin komfortzon och att det slog an något i honom. Han är på en start-up nu.”…

”DU ÄR BÄTTRE *på gräs”*

Jag var 14 år och hade en tung tid i IFK Göteborg. Växtvärken gjorde att mina knän och hälar bråkade med mig. Idrottsläkaren sa att jag borde byta skor men vi hade inte råd. Jag tappade min ordinarie plats i pojklaget och fick ”nöta bänk”. *”Din spelstil passar bättre på gräs.”* sa min tränare och gav mig hopp. (De flesta matcher på den tiden spelades på grus men inte alla.) Jag kämpade på och så kom tillfället när var det dags för en gräsmatch. Äntligen! Vi tog oss till bortamatchen. I omklädningsrummet fick vi instruktioner av tränaren och jag fick veta att jag trots allt inte var med i startelvan. Jag var besviken men säker att jag skulle få chansen en bit in i matchen. Jag var så taggad!

Första halvlek kom och gick. Jag och min kompis Thomas satt vid sidan. Andra halvlek började. En kvart senare vände sig tränaren till slut mot oss.
”Thomas, värm upp. Du ska in.” sa tränaren. Så blev det. Matchen fortsatte. Tränaren gjorde inga fler byten…

En månad senare bytte jag klubb och började i BK Häcken där jag fick några bra år. Jag har nog inte förlåtit tränaren ännu. Hans ord gav mig först hopp och sedan en skam över att jag blivit så grundlurad.

fundera på:

Har ni en generös stämning på jobbet eller säger ni att det är ”hårt men hjärtligt”?

Vad gör ni om någon häver ur sig dumheter?

Har du träffat någon som verkligen tror på dig och din potential? Vad hände?

"EN BILD KAN GE TUSEN ORD
MEN ETT ORD KAN GE TUSEN BILDER"
– MIA LILJEBERG

TÄNK OM DET ÄR SANT ATT
HÄLFTEN AV ALLT BERÖM
DU FÅR UNDER DIN LIVSTID...

...FÅR DU INNAN DU FYLLT TRE ÅR.

VILKEN FÖRBÄTTRINGSPOTENTIAL!

12. Krångla INTE TILL DET

Din kommunikativa mognad sker i tre steg.

Först kommunicerar du enkelt – för du kan inte bättre. Du kommer till en ny arbetsplats och har inte lärt dig jargongen. Kanske är det en ny bransch för dig också.

Så småningom lär du dig, och nu är du på steg två: Du komunicerar komplicerat. Du slänger dig med förkortningar, branschslang och märkvärdiga termer.

De flesta stannar på steg två…

Men så finns det de som tar sig till steg tre. De kommunicerar åter enkelt, men nu med en botten, en kunskap, en kompetens. De förenklar (som Obama) utan att fördumma (typ den som kom efter).

De som kommunicerar på nivå tre är de bästa kommunikatörerna!

Det är mycket enklare att vara komplicerad än att vara enkel. Det är bara att tuta och köra, utan hänsyn till vem du pratar med. Det tar tid att vara enkel, men det blir också mycket lättare för mottagaren att förstå vad du säger, så det är värt det.

Tänk metaforen Fjäril. Först är du en larv. Sedan en puppa. Slutligen en fjäril. Stanna inte i puppan. Bli en fjäril!

”AHA, DU ÄR EN *pratledare.”*

När en av mina söner var sju år frågade han mig:
”Pappa, vad jobbar du med?”
Jag tänkte efter en kort stund och sedan sa jag:
”Jag är som Lisbeth, din lärare, fast jag har vuxna elever.” Jag fortsatte. *”Och så skriver jag böcker också.”*
”Jag vet.” sa han. *”Tråkiga böcker. Inga bilder alls.”*
”Näe, hrrmm. Men sedan är jag som Peter Jihde i Idol.”
(Det var på den tiden han var programledare för tv-programmet).
”Fast mina gäster sjunger inte. De pratar.”
”Aha” sa han. *”Du är en pratledare.”*
Vilket bra uttryck, eller hur? Jag borde bara sagt Ja, men istället skulle jag mästra.
”Ja min son men det heter moderator.”
Min son tittade på mig och sa

”Okej, så du är moderatledare...”

UNDERSKATTA INTE MÄNNISKORS *intelligens,* MEN ÖVERSKATTA INTE DERAS *kunskap*

Kunder vill inte känna sig dumma, men det är lätt hänt om leverantören svänger sig med fraser som lever sina egna liv hos dem. Det kan upplevas som exkluderande, vilket är motsatsen till vad kunden önskar. Det här märks extra tydligt när jag tränat produktspecialister, teknisk support och andra ingenjörer inför att de ska stå på ett mässgolv och kommunicera med besökare.

Hos vissa kunder som jag tränat under flera år, märker jag hur trenduttryck spridit sig mellan mina besök. Ett telekom-bolag byter årligen ut sina favoritord. Än är det ordet *”mitigate”* för hela slanten för att nästa år snackas *”monetize”* i varannan mening. Därefter kör de *”agile”* så det ryker ur öronen på kunderna innan de byter till något annat.

Jag brukar fråga: *”Vad är det egentligen du vill säga?”* Då kommer det mest konkreta de sagt på hela tiden. *”Vad jag egentligen vill säga är att vi anpassar oss längs vägen istället för att vara så stelbenta.”* (agile) eller ”Vi vill hjälpa våra kunder att tjäna pengar.” (monetize). Jag brukar säga: *”Ja men säg det då!”*

fundera på:

Vilka förkortningar slänger ni er med på er arbetsplats? Har ni branschslang med uttryck som ingen annan fattar?

Om du skulle berätta vad du jobbar med till en tioåring, vad skulle du säga då?

Har du prövat Bullshit bingo?
Gör så här: Samla de 16 vanligaste flosklerna i ett rutnät på 4x4 rutor. Det kan vara ”Tänk utanför boxen”, ”Vara proaktiv”, ”Produktivitet”, ”Kundfokus” och så vidare. Välj de vanligaste i er organisation. Ge alla varsin kopia med slumpvis placerade floskler. Den som noterar fyra floskler i rad, reser sig upp och skriker BULLSHIT!

DET ÄR MYCKET ENKLARE ATT VARA KOMPLICERAD ÄN ATT VARA ENKEL. DET ÄR OCKSÅ MYCKET SÄMRE. SNACKA LÄTT. INTE SVÅRT.

13. FÖRKLARA *värde*

INTE EGENSKAPER

Tänk dig att du är säljare, ledare, kundservicepersonal eller en kollega, och du vill få med dig andra på din idé eller få dem att köpa din produkt. Då behöver du veta att alla människor rattar in samma radiokanal: WII FM. (Minns du från början av boken?) Det betyder: What's In It For Me? Vad ger det mig? Vad betyder det för oss?

Om du kan svara på det så har du förklarat värdet, och nyttan med din idé, produkt eller tjänst. Då blir den attraktiv. Då känns det bra. Då kan de ta beslut. Om inte, så har du troligen gått i detalj-fällan.

Gå in i en elektronikbutik. Säg att du är intresserad av en ny dator, tv, telefon eller annat. Risken är stor att säljaren bara pratar egenskaper. Det är Gigahertz, och Gigabyte. Det är Megapixlar och megabits per sekund. Problemet är att ingen köper hertz, pixlar eller bytes…

Vi säger att det säljs en miljon borrar varje år i Sverige. Men ingen vill ha en borr. Vad vill de ha? Ett hål. Varför då? För att de vill ha ett fint hem med en vacker tavla, en snygg bokhylla eller ett coolt bord.

Prata värde, så blir folk intresserade. Prata egenskaper så blir folk förvirrade. Du väljer.

DET *dummaste* RÅDET

Jag minns när jag lyssnade på en annan säljtränare och hur han ville få oss att förstå hur man skulle ”fånga” en kund. Han sa två saker som fick mig att reagera.
Först sa han: *”Du säljer alltid framtiden. Du kanske säger: Med den här produkten kan du göra A.”*

Jag tyckte att det lät vettigt. Så är det ju. Det du köper idag är tänkt att ge dig en belöning sedan. Men så fortsatte han och gav det dummaste rådet jag hört.

”Om sedan kunden säger: A… Det är inget för oss. – då fortsätter du med B, C, D och så vidare. Till slut kommer kunden att säga: Ja det är intressant för oss. Då har du fångat kunden!!”

Min tanke: ”Vilket slöseri med tid!”

Det du gör i det läget är två misstag på samma gång:

1. Du visar att du inte har lyssnat (se sanning nummer 10, om att vara intresserad istället för intressant)
2. Du har gjort din lösning dyr, eftersom kunden nu inser att de får betala för en massa egenskaper som de inte är intresserade av.

Följ inte den säljtränarens råd. Ta reda på vad som är viktigt för kunden och varför. Fokusera sedan bara på att förklara nytta med din lösning efter vad kunden sagt.

BUT IT’S A *good price!!*

Jag var i Lissabon på semester en sommar. Vi var på ett stort torg och jag väntade på att mitt sällskap skulle komma ut från en restaurang. Då kom en ung man gående mot mig. Han hasade sig fram i smutsiga kläder. Håret var fett och okammat. Han log mot mig och lyfte frågande ögonbrynen.
”Haschish?” sa han.
”No thanks.”
”It’s a good price.”
”I am not interested.”
Då blev han upprörd.
“BUT IT’S A GOOD PRICE!!”
Då kom mitt sällskap ut och vi gick därifrån. Tänk att han inte kunde förstå att priset var helt irrelevant i sammanhanget…

fundera på:

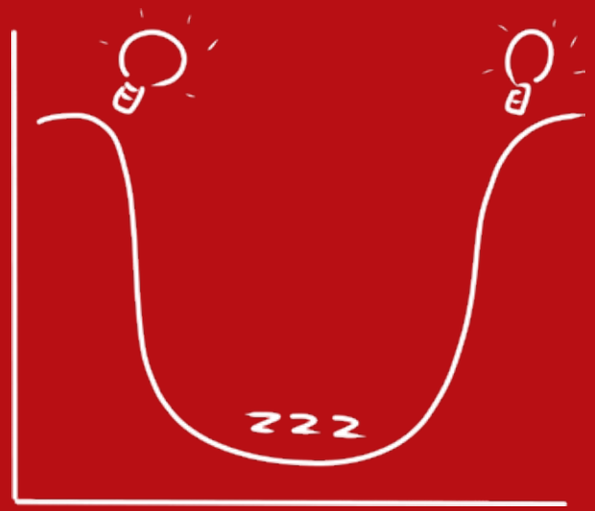
Hur bra är du på att ta reda på vad som är viktigt och varför, hos dem du vill påverka?

Hur lätt har du för att prata egenskaper, som de jag skrev om, eller leverans-tider, priser, tillgänglighet, förmåner eller annat?

Hur ofta stannar du upp och pausar efter att du förklarat nyttan, istället för att nervöst köra på med tre fördelar till som kanske kan vara bra…?

ATT SERVA HANDLAR OM ATT HJÄLPA KUNDER OCH MEDARBETARE MED DET DE VILL HA.
INTE MED DET DU VILL HA.

14. Början OCH slutet



ÄR VIKTIGAST

Läs följande ord:
Börja, Bostad, Möten, Tennis, Bly, Citron, Långsam, Snurra, Lös, Zlatan, Ande, Möjlig, Leta, Optimera, Flöde, Hyra, Ketchup, Blod, Röd, Slut

Ta nu fram papper och penna. Lägg undan boken och skriv alla ord du kommer ihåg…

…Välkommen tillbaka. Chansen är stor att du skrivit ner de första orden och de sista orden, med några undantag. I mitten kommer du knappt ihåg någonting. Men det finns ett ord som de flesta kommer ihåg förutom de i början och i slutet. Kan du gissa? Yes, det är Zlatan!

Tänk dig att du ska presentera något. Då ska du försäkra dig om att det du säger och gör i början och i slutet är väl inövat, att du är kortfattad och tydlig, och att du är så konkret du kan. Vi människor minns dessa delar mest.

Men det är inte kört. Om du kan komma med något konkret, igenkännande, kanske oväntat i mitten så minns vi det också. Det är därför metaforer och liknelser är så bra att ha med, och särskilt i mitten.

Ju mer abstrakt språk, desto lättare att glömma - och tvärtom. Välj det konkreta så minns vi bättre.

TRICKEN SOM *felar*

I bland gör folk konstiga saker för att få uppmärksamhet. Det fungerar, men tyvärr på fel sätt. Här är två konversationer jag haft med vänner, som båda slutat på samma sätt:

”Jag minns en av mina lärare på universitetet. På den första lektionen i hörsalen kom han in och började med att tappa alla sina papper på golvet. Det visade sig vara en grej han gjorde för att få uppmärksamhet. Och han lyckades verkligen. Jag minns det än idag.”
”Jaha, men minns du något av vad han sa på den lektionen?”

”äh…näe…”

”Jag var på en föreläsning med en kvinna som i början berättade att hon skulle visa en bild av sig när hon var naken. Det sista hon gjorde var att ta fram en bild på sig själv som bebis. Alla skrattade. Jag minns det som om det var igår.”
”Jaha men minns du något av hennes budskap under föreläsningen?”

”äh…näe…”

TÄNK *James Bond*

Jag träffade en dramaturg som berättade hur varje event, föredrag, film eller teater var uppbyggt på ungefär samma sätt. Han använde James Bond som exempel.

Akt 1: Första jakten.
Bond jagar på land, till havs, med bil, tåg eller springande och hoppande.
Det här motsvarar en intresseväckande inledning. Här får du folk att förstå varför de ska lyssna på dig.

Akt 2: Nu börjar berättelsen.
Du får reda på vem som är skurken och vem som är på din sida. Oväntade händelser och människor utmanar Bond på olika sätt. Händelserna stegras.
Det här motsvarar själva innehållet i exempelvis din presentation. Det är den alla glömmer om du inte har några Zlatan som väcker åhörarens intresse.

Akt 3: Allt ställs på sin spets.
Ska Bond överleva? JA! Han lyckas. Skurken dör i en explosion. Alla andas ut. Världen är räddad. Bond ligger med en rysk spion.
Det här är din avslutning. Här knyter du ihop säcken så att budskapet repeteras en sista gång.

fundera på:

Hur inleder du ett möte eller en presentation?

- Visar du upp en ohyggligt tråkig agenda?
- Dyker du rakt in i ämnet med en flygande start?
- Har du en berättelse?

Hur avslutar du mötet eller presentationen?

- Ursäktar du dig och säger ”Hoppsan, jag är sen till nästa möte. Vi ses om en vecka.”
- Summerar du de viktigaste punkterna och vad ni kommit fram till?
- Finns det tid för reflektion?

Hur gör du i mitten för att folk ska minnas?

- Bjuder du på målande exempel?
- Berättar du något oväntat?
- Tar du en längre paus så att gruppen vaknar till?

VARJE BÖRJAN HAR ETT SLUT.
VARJE SLUT, EN BÖRJAN...

15. ALLA *goda ting*

ÄR TRE

Hur många gåvor hade de vise männen som besökte Jesus när han föddes, med sig?
Hur många följeslagare hade Dorothy när hon kom till Oz?
Hur många önskningar gav den magiska fisken?

Hur många björnar träffade Guldlock?
Hur många grisar bråkade med den stora stygga vargen?
Hur många brorsöner har Kalle Anka?

Vi minns i tretal! Om du tittar dig omkring kommer du upptäcka att denna siffra är snudd på magisk. Överallt möts vi av den.
Fyll i:
Vård. Skola. _____*
Tro. Hopp. _____*
Blod. Svett. _____* Den här kommer från Winston Churchill som faktiskt sa fyra saker i sitt tal. Den fjärde, Slit, minns ingen. En miss av en annars briljant kommunikatör.

Använd egna tretal om du vill att människor ska komma ihåg vad du säger. När du vill sälja in en idé så ger du till exempel tre argument. Ett för trovärdigheten (Etos), ett för förnuftet (Logos) och en för Känslan (Patos). Njut av den sköna känslan av att lyckas kommunicera minnesvärt.

Säg till dig själv: Jag kom. Jag såg. Jag segrade!

(* De saknade orden ovan är: Omsorg. Kärlek. Tårar.)

BONUS*tips*

Här ska du få ännu fler minnestips som du kan använda i din kommunikation:

Allitterationer:
Det är när första bokstaven i orden upprepas. Till exempel: Back to Basic, och Vene Vidi Vici. Det skapar en rytm som vi gillar.

Rim:
Rim är som lim. Det fastnar. Tänk dig en mäklare som säger: ”Det finns två kriterier som är viktiga. Var huset är byggt och hur planlösningen ser ut”. Jämför det med att mäklaren säger: ”Det finns två kriterier som är viktiga. Planering och Placering.” Vilket tror du fastnar?

Repetition:
Uppmärksamheten ökar när budskapet repeteras. Man känner också igen det som repeteras mer. Det gör att om du repeterar något så minns folk det bättre.

Plantera en trigger:
Om du säger att värderingar är som ett filter och samtidigt visar ett kaffefilter så kommer människor att koppla filtret till värderingar.

Bjud på en berättelse:
Mer om det i sanning nummer 16.

Förstärk dina ord med gester:
Se mer i sanning nummer 18.

Var relevant:
Det som är relevant är intressant. Det som är intressant minns vi.

Var känslosam:
Det sätter igång mottagarnas hjärnor och hjärtan och gör att de minns bättre.

Använd metaforer och liknelser:
Det är en genväg till att minnas.

fundera på:

Hur kan du använda styrkan i tretalet när du vill att folk ska minnas dina budskap?

Hur minns du själv bäst?

Testa och se vad som händer när du prövar någon av de andra teknikerna. Vad hände? Hur kan du göra det ännu bättre?

"EN, TVÅ, TRE, ...MÅNGA"
– MIN SON, TRE ÅR

DE TRE KOMMUNIKATIVA SUPERKRAFTERNA

ENERGI

EMPATI

TYDLIGHET

16. STORYTELLING äger!

Kommer du ihåg vad som hände mig i Lissabon? Vem var det som kallade mig för Pratledare? Minns du fruktkorgarna?

Så länge som vi haft ett språk, har vi använt berättelser för att beskriva vad som är viktigt för oss, för att föra traditioner vidare och för att skapa samhörighet. Vi har suttit runt lägereldar, i tält och i grottor. Där har vi delat kunskaper genom berättelser. Jag har i flera kapitel givit er ett minne här och ett exempel där. Allt för att få fram mina poänger.

Vi köper en story mer än produkten vi är intresserade av. Vi köper en story mer än företaget vi ska söka jobb på. Vi köper en story mer än ledarens titel. Storytelling äger!

Vill du passera hjärnans intellektuella dörrvakt (som bara kan granska fakta), så bjud på en historia. Dörrvakten kommer att öppna dörren och peka på det limbiska systemet där känslorna sitter och säga: ”Vår VD sitter där. Hon kanske förstår vad du pratar om. Jag kan inte bedöma det.” Vips är du inne.

Storytelling når inte bara ut. Storytelling når in!

NÄR *Glenn Strömberg* KOM TILL BLEKINGE

När jag fick reda på att Glenn Strömberg skulle komma till Karlskrona och prata om sitt liv som fotbollsspelare, släppte jag vad jag hade för mig och tog bilen dit. 200 personer hade samlats i hotellets restaurang där han skulle prata.

På vägen dit mindes jag tillbaka. Jag spelade i IFK Göteborgs pojklag när Blåvitt vann UEFA-cupen 1982. Jag var bollkalle i kvarten, semi och finalen. Första parkett! Glenn Strömberg själv var en ung A-lagsspelare som skulle fortsätta sin karriär som proffs i Portugal och Italien. Tänk att få träffa självaste Glenn Strömberg! Jag såg honom så fort jag kom in och var en aning star-struck. Efter ett taffligt försök att konversera med honom satte jag mig.

Glenn blev presenterad och tog över. I två timmar pratade han oavbrutet. Allt handlade om minnen och anekdoter. Vi var som hypnotiserade.

Rent presentationstekniskt fanns ett och annat att önska. Men det spelade ingen som helst roll. Vi var med honom på plan. Vi kunde känna det mjuka gräset och de hårda tacklingarna. Vi var bredvid honom när han sökte en straff och föll. Vi njöt, skrattade och applåderade. För oss som var med då, var det en fröjd. Tack Glenn för det!

”JAG MINNS INGENTING MEN DU VAR *grym!*”

Jag jobbade i Kista utanför Stockholm och gick på en trottoar på väg mot Kista centrum. På andra sidan gatan märkte jag hur en man fick syn på mig. Med bestämda steg gick han rakt mot mitt håll. Jag gick först vidare men stannade. När han var alldeles nära sa han: *”Det är ju du! Det är ju du!”*
”Ja” **sa jag.** *”Det är ju jag. Men vem är du?”*
”Jag var med på lanseringseventet i Boca Raton (USA). Och du var på scen. Minns du?”
Jag kom väl ihåg det tillfället, även om det hade gått några år. Det är inte ofta man får stående ovationer.
”Jodå jag minns. Du var där?”
”Ja, det var jag. Och jag måste bara säga att du var GRYM!”
Jag växte en decimeter.
”Tack.” **sa jag tafatt.**
”Alltså, jag minns ingenting av vad du sa, men du var GRYM!”
fortsatte han.
”Äh, jaha… Ja tack igen.” **Jag gick vidare, fylld av tvivel på mig själv. Vad hade gått snett?**

I efterhand kan jag erkänna att jag rent ickeverbalt, presentationstekniskt hade gjort en riktigt bra insats. Men det fanns inget att hänga upp minnet på. Ingen story på tjugo minuter. Bara abstrakta floskler. Blä.

fundera på:

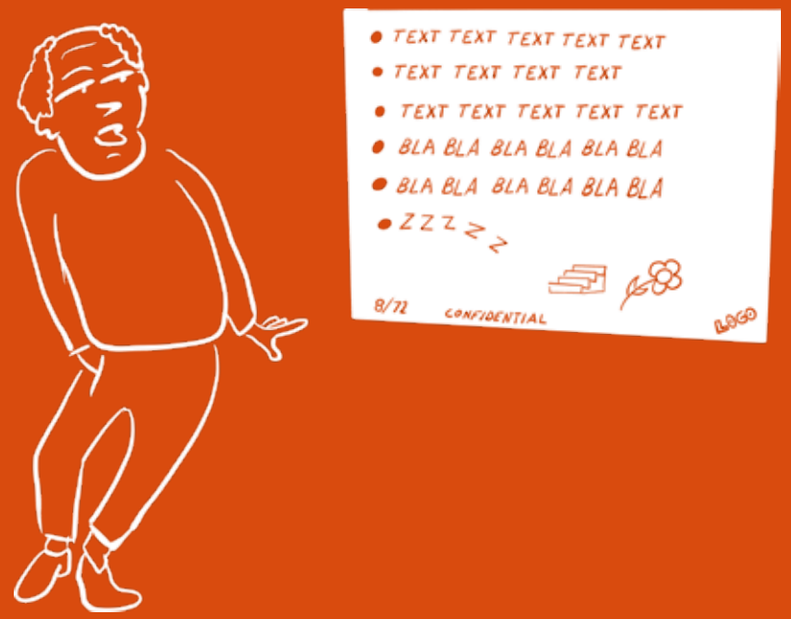
När du presenterar något, är det då bara fakta, Excel och statistik?

Hur kan du med enkla exempel få ditt budskap mer minnesvärt?

Kan du hjälpa mottagaren att skapa minnen av framtiden med hjälp av berättelser?

FAKTA UTAN EN BERÄTTELSE ÄR OFTA TRÅKIG.
EN BERÄTTELSE UTAN FAKTA ÄR BARA UNDERHÅLLNING.
EN BERÄTTELSE MED FAKTA ÄR MAGI !

17. POWERPOINT SUGER – *eller?*



Det finns absolut inget på arbetsplatsen som suger livslusten ur människor som dåliga chefer och dåliga PowerPoint-bilder. Kombinera dessa två och du får en organisation i kris! Dessa hemska informationsmöten är ren tortyr. Det är ett maraton av olidliga slides fulla av punkter, fontstorlek åtta, oläsliga diagram och långa meningar som föredragaren antingen läser innantill eller säger *”Jag vet att det är svårt att läsa, men vad den här sliden säger är…”* På toppen av allt är den dekorerad med en fjantig blomma, ett handslag eller en trappa. Allt för att liva upp skiten. Sluta upp med det där genast!

Bara för att du har fått stå ut med dåligt förberedda talare och deras hemska slides, betyder det väl inte att du måste tvinga alla andra att offras de med? Eller är du en sådan som tänker ”Jag fick lida. Nu är det din tur!” Det skapar inte arbetsglädje. Det skapar inte motivation. Bara sluta!

PowerPoint är som alkohol, narkotika och tobak.

Du kanske blir hög av ditt missbruk, men alla andra får lida.

För det är just missbruket jag vill åt. Det är inte verktygets fel. Det är ditt!

DET TOG *tio år*

När jag 2006 lämnade min anställning för att starta eget, var jag så allergisk mot PowerPoint att jag vägrade använda verktyget alls på tio år. Jo en gång, 2011, sa kunden till mig att jag var tvungen. Jag förklarade att jag inte gör så, utan att jag ville ha ett blädderblock istället.

Kunden sa ”Nej, du måste ha PowerPoint”.

Det slutade med att jag ritade upp en S-kurva och gjorde den till en bild på en slide. Sedan pratade jag i tjugo minuter om kundmöten, med denna enda bild. Det var en relevant kurva, så det var ingen dekoration. Föreläsningen gick bra, men jag hade hellre ritat kurvan på ett blädderblock.

Nu för tiden har jag åter börjat använda slides. De bilder du ser i den här och de andra böckerna är mina illustrationer. Det är så mina slides ser ut idag. Jag parar ihop rubrikerna du ser i kapitlen med bilden. Det är allt. En kort text och en relevant bild gör att folk minns bättre. Nu är det roligt att använda Powerpoint igen, även om jag inte kan vara så flexibel som jag vill. Jag varierar gärna med blädderblock eller bara storytelling.

En BILD. *Ett* ORD. *En* SIFFRA

Ett stort företag skulle ut på en gigantisk mässa. 200 personer skulle jobba i en monter på 6,000 kvadratmeter. Företaget ville förbereda alla på vilka produktområden som var representerade, vilka de viktigaste budskapen var för varje affärsområde och lyfta viktiga lanseringar. Risken var uppenbar att Death by PowerPoint skulle inträffa.

Jag var inhyrd som kommunikationstränare, och kom med en idé till projektledaren Anders. *”Vad sägs om att tvinga presentatörerna att bara ha tre slides var? En bild. Ett ord. Och en siffra. De väljer själva vad som är viktigt och det här får dem att fokusera. Det kommer också att hjälpa deras kollegor att minnas.”* Anders nappade på det och gick ut med instruktioner.

Sällan har jag sett så många intresserade medarbetare i det här bolaget under den stunden. Inga telefoner plockades fram. Alla lyssnade verkligen. Det var så häftigt.

Sedan kom två presentatörer som ”missat” instruktionen. De körde sitt vanliga PowerPoint-tugg. Omedelbart gick energin ner och folk tittade passivt ner i sina telefoner…

fundera på:

Är din PowerPoint till för att du ska minnas vad du ska säga eller för att hjälpa deltagarna?

Om deltagarna ska få dina PowerPoint-bilder efteråt: gör du då två versioner? En enklare för att presentera och en matigare för att läsas?

Har du så liten fontstorlek att de inte går att läsa för vanligt folk?

Tips: Googla ”15 PowerPoint tips” på lacinai.se så får du en bra tipslista som gör dina slides bättre.

ATT VISA SINA TALARANTECKNINGAR PÅ POWERPOINT TILL DELTAGARNA PÅ ETT MÖTE ÄR SOM ATT VISA SITT ANVÄNDA TOAPAPPER TILL GÄSTERNA PÅ EN RESTAURANG...

18. KROPPEN TALAR *högst*

Kroppsspråket kom långt före det talade ordet. Det är på hur folk beter sig som vi känner av stämningen i ett rum. Ett höjt ögonbryn. En krökt läpp. En blick som tittar bort. Ett leende som syns i ögonen. Händer som lyfts mot skyn. En fot som stampar. Allt skickar signaler.

Visste du att skillnaden mellan att se arrogant eller normal ut, bara är en enda tum. 2,54 cm. Testa själv att prata med någon och sedan höja näsan en tum…

Om du stirrar på någon lite för länge så skickar du signaler av antingen dominans eller lust. Det innebär att du antingen vill slåss eller para dig…

Om du knyter dina händer framför dig, så skickar du signaler av nervositet och spänning. Det kommer mottagarna att uppfatta, och de får svårare att fokusera på vad du säger än på vad du gör. Kroppsspråket vinner alltid!

Använd din kropp för att förstärka ditt budskap, för att visa att du lyssnar, för att hjälpa kollegorna att känna sig trygga eller peppade.

”HOW ’ YOU *doin’*?”

Jag höll en kurs i presentationsteknik och hade just kommit in på kroppsspråket, och hur länge vi ska ha ögonkontakt med någon.

”Tre sekunder är lagom. Om du tittar för kort tid upplevs du som nervös och fladdrig, och då blir du inte trovärdig. Men om du psyko-stirrar på någon är du antingen aggressiv eller extremt flirtig. Jag antar att ni inte vill att deltagarna på era möten ska känna varken eller.”

Då började en av deltagarna att le och hon sa *”Aha!”*
”Vad?” undrade jag. *”Berätta.”*
”Jo” började hon. *”Jag skulle nyligen hålla en presentation. Det var på en sådan där scen som är upphöjd så att man tittar ner på publiken. Det var ganska många där och jag var lite nervös. Jag bestämde mig för att vila blicken på den snygga killen långt fram till vänster. I början såg han neutral ut. Efter en stund såg han brydd ut, som att han försökte lista ut något. Men sedan la han huvudet lite på sned och log ett sånt där leende som Joey i tv-serien Vänner, just innan han sa ”How ’ you doin?””*

Hon skrattade till. *”Jag hade ingen aning om att jag flirtat med honom, men nu inser jag det.”*

NÅGRA SNABBA TIPS SOM *hjälper dig*

Händer i fickan när du presenterar kan upplevas som nonchalant av många.

Armar som är låsta i armbågen ger väldigt snabbt enformiga gester.

Om du vill förstärka budskapet så ska du röra dig medan du pratar och sedan ”frysa” rörelsen när du är tyst.

Låt inte dina händer dras tillbaka mot kroppen som om de satt i ett gummiband, utan behåll t.ex. en utsträckt arm i några sekunder.

När du hälsar folk välkomna så sträck ut båda armarna i en välkomnande gest. Håll kvar.

Om du inte har något viktigt att säga där kroppen behöver förstärka så låt armarna hänga längs med kroppen.

Gå gärna runt, men med en avsikt. Irra inte. Då ser du bara övertaggad eller nervös ut.

Om dina handflator pekar uppåt så är du inkluderande och undrande. Om de pekar neråt är du tvärsäker och ointresserad av andras åsikter. Använd båda på rätt ställe och med måtta.

fundera på:

Vilka gester kan du ta fram som förstärker ditt budskap?

Filma dig nästa gång du presenterar. Vad är du nöjd med? Vad kan du göra bättre?

Har du märkt hur någon utstrålar pondus eller hög status utan att ha sagt ett ord. Vad kan det bero på?

Bonus: Det finns en bit till i hur du ser ut förutom kroppsspråk, och det är symbolspråk, som till exempel, kläder, smycken, frisyrer och annat. Vad skickar du för signaler med ditt symbolspråk? Hur tolkar du andra människors symbolspråk?

DIN KROPP SKRIKER SÅ HÖGT
ATT JAG INTE KAN HÖRA VAD DU SÄGER...

SKILLNADEN MELLAN ATT SE
ARROGANT ELLER NORMAL
ÄR BARA EN YNKA TUM.

TESTA SJÄLVA ATT LYFTA NÄSAN
EN TUM NÄR DU PRATAR MED NÅGON.
KÄNN SKILLNADEN...

19. RÖSTEN *väcker* ELLER *söver*

Tänk dig att du vandrar i en skog. Allt är lugnt och stilla. Det enda som hörs är fågelkvitter och en svag vind. Du kommer ner till en bäck som porlar långsamt nerför strömmen. Då hör du en kvist som bryts. All din uppmärksamhet går omedelbart dit.

- Är det något som kan äta dig?
- Är det något du kan äta?
- Är det någon som kan vilja dig illa?
- Eller är det någon som du kan …mixa ditt DNA med och skapa nya människor med?

Din hjärna har en radar som ständigt söker efter variationer. Om allt verkar stilla så börjar dina tankar vandra. ”Vad ska du göra senare? Låste du dörren hemma? Är du inte lite hungrig? Kan du fått någon kommentar på senaste inlägget på LinkedIn?”

Dina kollegors hjärnor fungerar exakt likadant. Allt monotont är ointressant och silas bort. Du måste vara otroligt relevant eller ansedd som en guru i din bransch för att någon ska orka lyssna på dig om du pratar i samma ton, tempo och volym hela tiden. Det passar bättre för godnattsagor och då är vi utanför den här bokens ramar.

Var inte den svaga vinden. Var kvisten som bryts.

HUR *gör* DU DÅ?

Vill du hålla intresset uppe så är en dynamisk röst en av dina bästa metoder. Här får du ett antal sätt att variera dig på.

Variera din ton. När du går ner i slutet på meningen skickar du ett påstående. När du går upp i slutet på meningen skickar du en fråga.

Variera ditt tempo. Genom att sakta ner i vissa partier och gasa i andra så kommer du att skapa både nyfikenhet och intresse.

Variera din volym. Ta i när du vill visa starka känslor. Men prata med lägre volym om du vill fånga din publik med det som är viktigast.

Betona på rätt ställen. Då hör vi att det är betydelsefullt.

Pausa - oftare än du tror. Pausar du innan något viktigt så drar du folk till dig. Pausar du efteråt skapar du rum för eftertänksamhet.

Ta bort alla äääää- och öööö-ljud. De är skitstöriga! Ersätt med …tystnad.

MÄSTARNAS *mästare*

I Sverige finns det många inspirerande talare och för vissa är det just rösten som är deras största framgångsfaktor. Här är några exempel:

Jonas Gardell, komikern, är den okrönte konungen i att variera både tempo och volym. Han går från en frenesi fylld av skratt till att, på en sekund, viska fram ord som varenda person i publiken fångar. Han är makalöst bra på detta.

Kjell Dahlin, föreläsare. När han pratar lyssnar du. Inte bara för hans fantastiska berättelser utan också för att hans röst är snudd på hypnotiserande. Han är som en sagoberättare.

Annika R Malmberg. Hennes röst är fenomenal. Behaglig. Nyanserad. Träffsäker. Till och med i miljöer där hon varit utan mikrofon har hon lyckats. Ett mysterium för mig som föreläste direkt efter henne vid ett sådant tillfälle och bara var gapig.

Och så en världsmästare. ***Barack Obama, expresident.*** Googla på Hope och Obama på Youtube så får du upp en musikvideo från 2008 där han talar i en sådan rytm att man kan skapa musik efter det. Helt otroligt snyggt.

fundera på:

Är det skillnad på din röst när du ställer dig framför folk för att prata jämfört med när ni sitter ner runt ett bord?

Hur kan du använda din röst för att roa eller oroa, skapa trygghet eller rädsla, nyfikenhet eller försäkran?

Har du ääää eller öööö-ljud när du pratar? Kan du ersätta dem med pauser?

"KÖPTE DU MJÖLK IDAG?"
"NÄ JAG SNODDE DEN"

"KÖPTE DU MJÖLK IDAG?"
"JA, DET ÄR JU INGEN ANNAN HÄR SOM GÖR DET..."

"KÖPTE DU MJÖLK IDAG?"
"JA, VADÅ, VILLE DU HA VIN?"

"KÖPTE DU MJÖLK IDAG?"
"JA MEN FÖRLÅT DÅ FÖR ATT JAG GLÖMDE IGÅR"

20. MODIGA *människor*

MÅLAR MER

Om du är säljare får du lön för att sälja. Om du inte har modet att få kunden att komma till ett beslut, så blir du inte långvarig.

Men om du inte är säljare till yrket då?

Är det inte så att du ändå vill att dina kollegor ska gilla din idé om en ny espressobryggare eller att din chef ska älska förslaget om en ny logistikleverantör? Och visst vill du att den där vackra människan du träffat på yogaklassen ska följa med dig på en date?

Du behöver också vara modig.

För det är just när det gäller som många fegar ur. Trots att de märker att det finns ett intresse vågar de inte satsa på ett åtagande från motparten. Det är så läskigt, för nu ställs allt på sin spets. Tänk om det blir ett Nej? Då är de värdelösa! Eller? Nej, det är de inte.

Ta mod till dig. Om du har världens bästa idé är det rent taskigt att inte göra vad du kan för att få igenom den.

Var modig så når du målet oftare!

DET ÄR IBLAND LÄTTARE ATT TA *stora beslut*

Jag bodde i Göteborg där jag vuxit upp. Hon, en Blekingetös, bodde i Stockholm. *”Jag tycker att vi ska flytta ihop.”* sa jag. *”Jag håller med.”* sa hon.

Jag visade henne allt vackert med Göteborg. Slottsskogen, Haga, hamnen, den där sommardagen när det var uppehåll. Sedan flyttade vi till Stockholm…

Nio år senare sa jag *”Vår son ska börja skolan. Det är dags att flytta.” ”Jag håller med.”* sa hon. *”Till Blekinge.” ”Okej, skaffa ett jobb.”* sa jag. *”Jag ska starta eget.”*

Hon flög ner och tittade på ett hus. *”Det har potential.”* sa hon. *”Vi köper det!”* sa jag. *”Ska du inte se det?”* sa hon. *”Det behövs inte. Jag tycker som du.”* sa jag.

Väl nere ringde jag en bilhandlare. *”Har du en miljöbil att sälja?”* sa jag. *”Jag har en inne.”* sa säljaren. *”Jag tar den.”* sa jag.

Sedan skulle jag köpa en kavaj. Jag kråmade mig i 45 minuter framför butikens spegel. *”Tycker du verkligen att den sitter bra på mig?”* sa jag för femte gången. *”Ja”* sa säljaren uttråkat. *”Jag måste fundera på det.”* sa jag och gick ut. Jag köpte kavajen en hel vecka senare. Märkligt hur svårt det kan vara ibland…

Tre BESLUTSSTILAR

Tänk dig tre chefer med olika beslutsstil. Hur kan du hjälpa dem till beslut, givet att de är intresserade av det du vill?

Jag vill bestämma-chefen. **Den här personen har mandat, budget och otålighet. Hen vill bestämma och gör det gärna. Tips: Låt chefen bestämma. Ställ frågor som: ”Vad är nästa steg?”, ”Hur går vi vidare?”, ”Vad är ditt beslut?”**

Jag är velig-chefen. **Den här personen behöver försäkras flera gånger för att kunna ta beslut.**
Tips: Samla på ”Ja”. Summera en del i taget och få accept för varje del. Sedan föreslår du en väg framåt.

Jag vill ha mer tid-chefen. **Den här personen fattar inte gärna beslut hur som helst. Antingen har chefen ingen riktig makt och måste fråga sin chef, eller så är hen analytiskt lagd, och vill veta mer.**
Tips: Fråga vad tiden ska användas till och om du kan hjälpa till. Fråga sedan när ett beslut kan tas.

Bonus: Jag kan inte bestämma mig-chefen
Tips: Ge chefen en kram. Fråga vem som bestämmer.

fundera på:

Hur modig är du när du vill ha ett beslut av någon?

Vilken beslutsstil använder du själv?

Vilka beslutsstilar har de som bestämmer på din arbetsplats?

"TA RÅD AV TVÅHUNDRA MÄN OCH GÖR SEDAN SOM DU VILL"
– ALBANSKT ORDSPRÅK

Mitt BOKSLUT

Mänsklig kommunikation är min yrkespassion. Jag hoppas att jag sått några tankefrön i dig. Låt dem gro. Vem vet, du kanske till och med blir en riktig glädjespridare (om du inte redan är det).

Jag har en enkel drivkraft: Jag vill att folk ska komma överens och må bra tillsammans. Tänk vad bra det hade varit om fler älskade måndagar. Tänk så mycket lättare det är att leda, sälja och samarbeta när vi känner arbetsglädje och motivation. Tänk vad kul det är att ha kul.

Om vi blir bättre på att kommunicera med varandra blir det till slut fred på jorden. Om det blir fred på jorden så kan vi rädda planeten – och oss själva.

Kommunikation mellan människor är inte mindre än en fråga om liv och död. Men jag vill inte bara överleva. Jag vill leva. Det vill du också, annars hade du inte tagit dig ända hit.

Tack för att du läst mina tankar!

ANTONI LACINAI

Antoni Lacinai är en internationell kommunikations-föreläsare, författare och facilitator. Med sina 20 kommunikationsnycklar anlitas han av företag och organisationer som vill ha roligare på jobbet och få ett bättre resultat. Han tränar också chefer och team i presentationsteknik, ledarkommunikation, kundkommunikation, monteragerande och hur man leder workshops. Antoni är dessutom en av Sveriges bästa moderatorer. Det här är den 12e boken Antoni författat, själv eller med andra.

Vill du få fler tips och tankar för hur ni kan komma överens, ha kul på jobbet, leda, sälja, samarbeta och nå era mål? Gå in på www.lacinai.se Där kan du se några av hans filmade föreläsningar och få flera hundra tips och tankar om kommunikation och motivation. Där hittar du också hans kontaktuppgifter om du vill boka honom. Följ honom på LinkedIn om du vill ha dagsfärska insikter, och prenumerera på hans Tankefrön som mejlas ut varje månad till tusentals läsare.

KOMMUNIKATION
ÄR INGEN KONST.

DET ÄR ETT HANTVERK.

OCH SOM MED ALLA HANTVERK
BLIR DU BÄTTRE MED TRÄNING.

HÄR KOMMER ALLA *sanningar...*

DEL 1 – SJU UNIVERSELLA SANNINGAR

1. Du kan inte INTE kommunicera.
2. Du får folk att må som du vill.
3. Du kan inte säga vad du menar.
4. Alla påverkar alla.
5. All kommunikation har en avsikt.
6. Bättre involvera än informera.
7. Analogt är bättre än digitalt.

... på en OCH SAMMA GÅNG

DEL 2 – KOMMUNIKATION I PRAKTIKEN

8. Första intrycket varar.
9. Lika barn leka bäst.
10. Var intresserad istället för intressant
11. Ord spelar roll.
12. Krångla inte till det.
13. Förklara värde, inte egenskaper.
14. Börjar och slutet är viktigast.
15. Alla goda ting är tre.
16. Storytelling äger.
17. PowerPoint suger.
18. Kroppen talar högre.
19. Rösten stärker eller söver.
20. Modiga människor målar mer.