



Som du ser så har vi på VD-Stödet skaffat oss en ny logotype och design. Men det är fortfarande samma sak vi står för, att stödja er VD:ar i olika frågor som bollplank, i styrelser, företagsutveckling m.m. Vi har nu funnits i Sverige i 7 år, internationellt i 27 år. Och vi fortsätter att växa, behovet finns.

Ha en kort och koncis läsning!

Vi på VD-stödet

Kommunicera rätt - viktigaste säljknepet

Han är säljgurun som tycker säljträning är onödigt. "Vi har skapat en aura runt säljträning som om det vore....."

(sid 2)

Hur fattar vi beslut?

På vilket sätt fattar du dina beslut idag? Vilka beslut blir bra? Är det mage, hjärta eller hjärna som får sista ordet? Bäst av allt är att här inte finns rätt eller fel – bara växande medvetande och lärande.

Den amerikanske PCC Coachen och författaren Alan Seale använder bland annat en modell om de tre intelligenserna. Det är en enkel och mycket användbar metod som handlar om hur du blir mer medveten om hur du går tillväga och hur du kan stärka ditt beslutsfattande.

Fråga hjärna, hjärta och mage

Det är spännande och lärande att använda modellen för att se hur beslutsfattandet ser ut från de olika intelligenserna. Sätt dig i lugn och ro, blunda gärna, tänk på ett problem, en relation eller beslut du har. Fråga först din hjärna – rita eller skriv ner svaret. Gå vidare till magen och ställ frågan – rita eller skriv ner svaret. Avsluta med att fråga hjärtat – rita eller skriv ner svaret. Nu har du fått tre svar som du kan sammanställa och fundera vidare över. Är det samma svar eller olika? Vilken intelligens får ditt sista ord?

I mitt liv har jag fattat beslut på olika sätt. Nu när jag reflekterar inser jag att de stora besluten ofta har tagits av min mage! Och fort har det gått – jag bara vet.

Det har också funnits beslut som har tagits med hjärnan såklart. Såklart eftersom jag tror att vårt samhälle uppmuntrar oss till att vara mycket i kontakt med vårt intellekt.

Mitt hjärta är nog det som har fått ropa mest utan att jag har lyssnat. Fast nu har jag bestämt att det ska få vara med betydligt mer.

Hjärtat sa ja!

Tidigare i höstas skulle jag köpa en häst till min dotter. Vi letade och provade lite olika hästar i Skåne, men det ville sig inte. Då hittade vi henne alldeles i närheten, av en slump. Jag såg direkt att det här var en bra häst – det kändes rätt i kroppen. Hästköp är en process och under processen fick jag information som gjorde att intellektet varnade mig för att köpa hästen, jag blev orolig och osäker. Men hjärtat sa fortfarande JA! Hur skulle jag göra?

Eftersom jag nyligen (i somras) har bestämt mig för att lyssna mer på mitt hjärta fick jag lyda mig själv. När dessutom min magkänsla sa mig att det var rätt fick intellektet backa. Vi har nu haft hästen i 2 månader och än så länge är det väldigt rätt..."

(Ann Kellheim, Coaching Supervisor & Coach Trainer i www.coachbranschen.se)

Regeln som gör dig till en Powerpoint-kung

Med hjälp av 10/20/30-metoden kommer dina åhörare äntligen att sluta gäspa och börja lyssna

Den amerikanska ledarskapsförfattaren Guy Kawasaki lider av Menieres sjukdom, en åkomma som bland annat innebär ett konstant ringande i öronen. Men han är också riskkapitalist och har lyssnat på många omständliga Powerpoint-presentationer genom

åren. Till slut tappade han tålamodet och lanserade 10/20/30-metoden på sin blogg för att få slut på de långrandiga dragningarna.

Så här fungerar 10/20/30-regeln:

En Powerpoint-presentation får innehålla **max 10 bilder**.

Den ska inte vara längre än **20 minuter**.

Teckenstorleken ska vara minst **30 punkter**.

VD-STÖDET är ett nätverk där alla medlemmar är ackrediterade av IIB, "Institute for Independent business". IIB är en icke vinstdrivande stiftelse med uppgift att främja utvecklingen av små och medelstora företag SMF. Detta sker bl.a. genom att utbilda och ackreditera personer som kan bistå dessa företag. Institutet grundades 1984 i England. Verksamheten har nu vuxit till att omfatta ca 3500 kollegor i 27 länder. Introduktionen i Sverige skedde 2004.

Utgivare:
VD-STÖDET
www.vdstodet.se
info@vdstodet.se

Så här kan en bildserie se ut: (om du vill lansera ett företag/tjänst)

Bild 1. Problem

Bild 2. Din lösning

Bild 3. Din affärsmodell

Bild 4. Tekniken/Metoden du ska använda

Bild 5. Marknadsföring och försäljning

Bild 6. Konkurrens

Bild 7. Ditt team

Bild 8. Mål och delmål

Bild 9. Nuläge och tidslinje

Bild 10. Sammanfattning och uppmaning till handling

Varför 20 minuter?

Om du levererar din presentation på tjugominuter så får du fyrtio minuter till diskussion. Oftast är det diskussionen du vill åt.

Varför 30 punkter?

Om du försöker fylla en bild med text börjar du genast läsa från bilden. Då slutar åhörarna att lyssna. De börjar nämligen själv läsa texten och ni hamnar helt i osynk.

(www.chef.se)

Kommunicera rätt - viktigaste säljknepet

Han är säljgurun som tycker säljträning är onödigt. ”Vi har skapat en aura runt säljträning som om det vore något speciellt”, säger han.

Steve Schiffman grundade och drev ett av världens största säljutbildningsföretag, men hävdar själv att det faktiskt inte är försäljning som han lär ut. När han håller föreläsningar om säljteknik så pratar Steve Schiffman istället om värdet av att ställa rätt frågor och om diplomati.

– Jag lär inte hur man säljer, utan hur man kommunicerar, är den idag 64-årige, amerikanska säljguruns grundregel.

– Dagens säljare är så upptagna av att sälja att de inte vet vad kunden egentligen vill ha, säger Steve Schiffman.

Medan traditionell säljfilosofi enligt Steve Schiffman grundar sig på skolor som utvecklades under 1950-talet – av psykologer och andra som aldrig själva sålt – finns det enligt hans egen filosofi viktiga regler att hålla sig till som inte alls passar in i den traditionella mallen.

– Nyckeln är att förstå vem du säljer till. Börja alltid med att ställa rätt frågor och lyssna sedan på svaren. Det är helt onödigt att lyssna på personen om du inte har ställt rätt frågor, säger Steve Schiffman.

Vad är då rätt frågor?

– Den bästa frågan är alltid ”Hur hamnade du på det här jobbet?”. Det finns en berättelse i det svaret, som ger en bild av vilket behov den eventuella kunden har, säger Steve Schiffman.

Han ger exemplet på hur ett företag ringer till honom och vill köpa en säljutbildning. Istället för att fråga när och boka in det i schemat, så frågar han vad företaget vill uppnå med utbildningen.

– På deras svar så kunde jag säga att det inte var en säljutbildning de ville ha, utan en massa mer

av annat, som de köpte istället för en enda utbildning, säger Steve Schiffman.

De svar du får från en potentiell kund ska också värderas beroende på situationen ni befinner er i. Får du ett nej vid första samtalet beror det på att kunden inte vet tillräckligt mycket om produkten. Men får du däremot ett nej efter att ni nått en bra bit in i processen, då är det du som inte lyckats få kunden att förstå värdet av produkten, säger Steve Schiffman.

– I vanlig säljträning lär sig säljaren att hantera alla nej som likadana, men de måste värderas efter när de uttalas, säger han.

Försäljning handlar inte heller om att använda sig av några genvägar. Du måste som säljare göra din hemläxa, enligt Steve Schiffman och förstå alla människors olikheter. Men det handlar inte om någon knepig ”rocket science”.

– Vi har skapat en aura runt säljträning som om det vore något speciellt som kräver speciella taktiker, men jag har aldrig varig någon annan än mig själv. Det handlar om att slappna av och förstå motparten och att vara diplomater, säger Steve Schiffman.

Kan alla bli bra säljare?

– Nej. De som försöker för mycket blir aldrig bra.

Men att lära sig lyssna på människors behov låter väl knappast som någon svårare insikt att nå?

– Nej, det låter lätt och logisk. Men att få företagen att förstå att de tjänar på att lägga mer resurser på varje säljprocess istället för att köra enligt standardiserade mallar, är långt ifrån lätt, säger Steve Schiffman.

(www.e24.se/AM)