



• ..... • Jens Skødt, 41 år  
E-Solutions  
Manager  
Grundfos

## Vandkraft

Personlig udvikling er i dag et væsentligt redskab til at forbedre medarbejderes evner og kompetencer både fagligt og privat. En undersøgelse fra Business Danmark viser nemlig, at ca. to tredjedele får større kundeforståelse og bliver bedre til at skabe relationer. Et spændende eksempel på udvikling af medarbejdere findes på pumpefabrikken Grundfos, der skaber store resultater ved at smide salgsscheferne i vandet og træne fridykning. InBusiness har denne gang fokus på personlig udvikling.

**Tema side 11-27**

### **in** Overblik

#### **Dagpenge**

Højeste sats er nu 801 kr. om dagen

**Side 10**

### **in** Arbejdsliv

#### **Sales Excellence**

4 år i træk med rekordvækst

**Side 34**

### **in** Viden

#### **Swarm the Target**

Sociale netværk kan øge salget

**Side 40**

### **in** Kontante fordele

#### **Kontante fordele**

Ferie og cirkus - og mere til

**Side 60**



**Lær at kende dine kunder bedre end de kender sig selv**

# Find ind til kernen

*Forstår du dig selv, bliver du også i stand til at forstå din kundes drøm. Derved er du langt tættere på ordren end de konkurrenter, som fokuserer på rabatter og bundlinje, og som ikke har fundet frem til egen personlig energi, kreativitet og indflydelse*

Tekst: **Hanne Pedersen**  
Foto: **Bo Nymann**

Den er hørt før: Virksomhederne hverken vil eller har råd til at bruge tid på "smarte Helge med de brede fælge". Alligevel er det langt fra alle salgsorganisationer og ledere, som tager konsekvensen og dermed initiativ til at ændre adfærd i salgssituationer.

- Det kræver helstøbt personlighed at kigge kunden i øjnene og afvise krav om f.eks. 10 procent rabat. Det kræver også, at sælgeren besidder en høj faglighed, en grundlæggende forretningsforståelse og kender sig selv og sine kompetencer - ikke mindst de sociale.

Det fastslår Henrik Wenøe, direktør i konsulentvirksomheden Acuity World, som i mere end 10 år har trænet og coachet ledere, sælgere og marketingfolk i både ind- og udland.

Han siger videre, at selv god forretningsforståelse i mange tilfælde ikke er tilstrækkeligt længere.

- Det er dyrt for en virksomhed at etablere et samarbejde, og i hvert fald alt for dyrt, hvis man med jævne mellemrum skifter le-

verandør. For både sælger og køber ligger der stor gevinst i genkøb. Og det stiller krav til sælgernes personlige evner, siger Henrik Wenøe.

## Tre fokusområder

Han ved om nogen, hvad han taler om, for Acuity World er specialist i at hjælpe sine kunder til at finde frem til netop den enkelte personlige kompetencer.

Træning og værktøjer tager bl.a. udgangspunkt i NLP-principperne (Neuro Lingvistisk Programmering), som beskriver "lovene" om, hvordan tanker og følelser hænger sammen - og ikke mindst, hvordan vi ændrer dem.

Acuity World stikker imidlertid spaden et skridt dybere og kalder sit program for PSP (Personal Selling Program). Her anvendes det, man har valgt at kalde New NLP. Henrik Wenøe forklarer:

- Vi har specielt fokus på tre områder, når det gælder personlige og sociale kompetencer: Energi, kreativitet og indflydelse.

## Sand uafhængighed

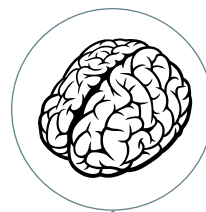
- Al form for salg, hvor der er mennesker med i processen, handler om netop mennesker, og ikke - som mange fejlagtigt tror - om deres produkter.

- Jeg tror ikke en døjt på neutrale indkøbere, for man kan have et nok så godt produkt, men er du ikke et autentisk og sandt menneske, vil indkøberen efter måske tre-fire genkøb begynde at føle en vis antisympati. Så er både sælger og køber lige vidt.

- Gennem træningen lærer vores kunder at genfinde det, der kan betegnes som sand uafhængighed. Vi hjælper med andre ord sælgerne videre fra en position, hvor de er afhængige af at få ordren, til en position, hvor de føler, det er ok, hvis det ikke lykkes.

- Kommer man med det udgangspunkt - og det skal naturligvis være en oprigtig følelse - vil man være til stede i rummet på en helt anden måde. Man bliver i stand til at lytte og til at være i nuet.

- Udgangspunktet for et salg bliver dermed helt anderledes, for når kunden ikke på nogen måde føler sig presset, får han/hun



**Acuity = sanseskarphed**

For de fleste er det en proces at lære af sig selv, mener Henrik Wenøe

lyst til at samarbejde med dig - og købe.

- Først på det tidspunkt er det relevant at tale egentligt salg, siger Henrik Wenøe.

#### **Kemisk bad**

Resultatet er ifølge Henrik Wenøe både meningsfyldt og målbart.

- En salgsorganisation med begejstrede medarbejdere, der hviler i sig selv, har en helt anden tilgang til både udfordringer og løsninger.

- Udover konkrete resultater kan det faktisk også måles rent fysisk. Så producerer vi nemlig mere testosteron, som er et stærkt og dominerende hormon og mindre kortison, som er et stresshormon.

- Hvis jeg skal sætte det lidt på spidsen, lærer vi sælgerne fysiologisk at bade sig selv i god kemi, for så synes kunden, man er vidunderlig, siger Henrik Wenøe, der - udover sine andre titler - også er uddannet kemiker.

#### **Født for tidligt**

Han erkender, at processen med at nå dertil er en udfordring for de fleste, for man bliver

tvunget til at gøre op med meget af det hidtil tillærte.

- De fleste af os er ikke trænet til at være sig selv. Som mennesker bliver vi så at sige født for tidligt, for vi fødes ind i en afhængighed, som strækker sig over mange år. Vi overlever på, at de mennesker, der skal hjælpe os med overlevelse, kan lide os, og det betyder meget mere end, at vi selv har det fantastisk.

- Mange gange fortsætter den følelse langt ind i voksenlivet, hvor vi f.eks. belønnes, hvis vi sørger for, at chefen har det godt.

- Derfor er det for de fleste en proces at lære at eksistere i kraft af sig selv. At finde ind til kernen, siger Henrik Wenøe.

- 99 procent tror nemlig, at de er mere afhængige af kunden, end kunden er af dem, og at de nærmest dør, hvis de ikke får ordren.

- Den holdning og attitude lærer vores kunder at gøre op med. 

**Acuity World** har siden 2001 trænet og coachet ledere og sælgere inden for både den private og offentlige sektor i Danmark. Derudover er virksomheden en førende international udbyder af træning, coaching og rådgivning og har bl.a. haft kunder som A.P. Møller i England, Aribus i Frankrig, Ecco i Slovakiet og Danske Bank i Luxembourg og Norden, ligesom man gennemfører undervisning for åbne hold i Hong Kong. Langt de fleste arbejder med komplekst, strategisk salg.

Medarbejderne i Acuity World har alle en baggrund inden for salg og/eller ledelse og er specialister inden for New NLP.

**De tre p'er**, som Acuity World arbejder med betyder:

1. Personal Power, som giver den kraft og energi, der skal til for at træffe de rigtige beslutninger - og handle.
2. Personal Creativity, hvor man lærer at tilpasse sin indsats til kunden og tænke i nye baner.
3. Personal Influence, hvor man lærer at præsentere løsninger, der gør det nemmere for kunden at købe.

Direktør Henrik Wenøe er certificeret NLP-træner og har arbejdet med en lang række internationalt anerkendte trænere.

Han har udgivet første bind af bogen "Gør det du er bedst til" sammen med Jesper Lemmich og andet bind i samarbejde med mastercoach Ph.d. Joseph Riggio, som har udviklet de grundlæggende New NLP-metoder. Derudover har Henrik Wenøe og Jesper Lemmich sammen skrevet "Single på sidste vers".