

Trude

DRAGEDREPER

Sliter du med drager? Frykt ikke. Trude Selfors hjelper deg å bli kvitt dem.

GEIR NØSTERUD

– Vi har alle en sensor som sitter på skulderen vår og skriker advarsler hver gang vi skal gjøre noe nytt, eller ukjent. Disse sensorene kaller jeg for drager, forteller Trude Selfors.

Dragene kan skrike til deg på grunn av dårlige erfaringer fra liknende situasjoner, de kan være mekanismer som bremser deg når du skal begi deg ut på noe du føler at du kanskje ikke behersker, eller de kan rope varsku etter stadige innprentinger fra barndom og oppvekst.

– "Nei, dette går aldri bra". "Hvorfor skal du våge deg ut på noe slik, da?" Og så videre. Hvem har vel ikke hørt bedrevitende foreldre, eller andre myndighetspersoner være negative til alt som er nytt og annerledes i oppveksten. Disse personene har du kanskje betraktet som forbilder og mennesker som det er verdt å lytte til. Dermed har disse formaningene satt seg i underbevisstheten, der de skriker advarsler hver gang du nærmer deg situasjoner du er advart mot. Dette er helt typiske drager, som jeg hjelper til med å finne, sier Trude.

– Sammen med kundene identifiserer jeg dragene, og dreper dem.

Nevrolingvistisk programmering

Trude er utdannet NLP Master Practitioner hos CoachTeam. NLP står for Nevrolingvistisk programmering, og handler i korte trekk om å finne ut hva de som er gode gjør, og deretter lære andre å gjøre det samme.

– NLP har lagd forbilder i form av roller, der vi har verktøy som er knyttet opp mot rollene. Det jeg gjør er å lære mine kunder å bruke verktøyene, for at de også skal kunne tilnærme seg den rollen de ønsker å bli mest mulig lik. For eksempel har vi verktøy for hvordan en selger skal kunne selge bedre, avhengig av hvilken kunde han møter. I første rekke gjelder det å avdekke hva kunden egentlig er på jakt etter ved det produktet du selger. Om du selger bil kan det like gjerne være at kunden din er opptatt av farge og design, som kvalitet og pris. Eller det kan være andre ting som er viktigst for kunden. Uansett er første steg å finne fram til hvilken bevissthet som er sterkest hos kunden for akkurat det produktet du selger. Deretter gjelder det å appellere til akkurat de verdiene og følelsene. Dermed har du brukt ett av verktøyene jeg snakker om, fortel-

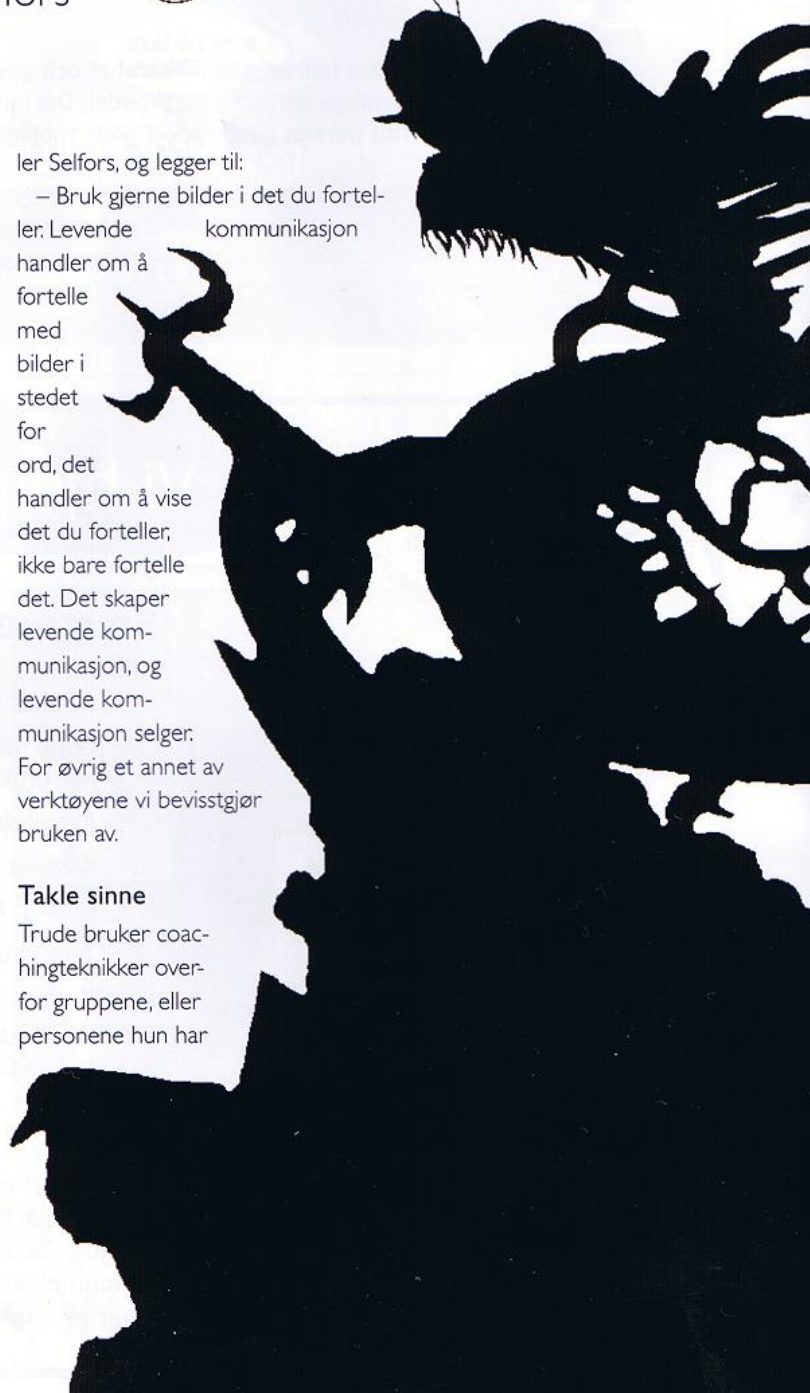
ler Selfors, og legger til:

– Bruk gjerne bilder i det du forteller. Levende kommunikasjon

handler om å fortelle med bilder i stedet for ord, det handler om å vise det du forteller, ikke bare fortelle det. Det skaper levende kommunikasjon, og levende kommunikasjon selger. For øvrig et annet av verktøyene vi bevisstgjør bruken av.

Takle sinne

Trude bruker coachingteknikker overfor gruppene, eller personene hun har





– Altfor mange sliter med drager.



– Heldigvis går det å gjøre noe med dem.



Trude Selfors er utdannet NLP Master Practitioner, og holder kurs innen personlighetsutvikling.

på sine kurs. Dermed hjelper hun den enkelte til å bli bevisst egne forbedringsmuligheter, eller begrensninger som må overvinnes.

– Jeg gir ikke råd, men bevisstgjør ved å stille spørsmål, forteller Trude selv.

Blant det hun tilbyr er kurs for å takle misfornøyde eller sinte kunder.

– Det handler om lære å roe ned både kunden og seg selv. Det fungerer ofte godt å møte den sinte på deres egne følelser, for eksempel med litt sinne, da føler de seg akseptert. Som selger bruker du sinnet helt bevisst, da du deretter raskt roer deg ned igjen vil du ofte oppleve at kunden følger med ned i roen.

– Er de for hissige kan det være et tips å ta en "time-out" på kunden ved å gjøre noe helt uventet, for eksempel begynne å pille deg i nesen, eller noe annet helt unaturlig. Vel å merke bare om de har tatt helt av. Det ville nok ta seg veldig dårlig ut om du begynner å se en annen vei, nynne og pelle deg i nesen, om du har en kunde som bare er litt småirritert, sier Selfors og smiler.

Etter at kunden er roet ned er det tid for å bli enige om hva som videre skal skje.

Egenmotivasjon

Allerede tidlig i utdannelsen sin hos CoachTeam ble Trude opptatt av verdier, og hvilken betydning de faktisk har, både på jobb og privat. Verdier ble derfor også temaet for den avsluttende fordypningsoppgaven til studiet.

– Få mennesker kjenner særlig til sine verdier. De går på autopilot, drevet av verdier de ikke visste eksisterte. Vi gjør ting fordi vi vil, men vi vet ikke hvorfor vi egentlig vil gjøre det vi gjør. Ofte gjør vi ting fordi vi tidligere har gjort de samme tingene med suksess, eller fordi andre har fortalt oss at vi bør gjøre det.

– Om du jobber mot dine egne verdier, så er motivasjonen dalende. For at en selger skal være egenmotivert, gjelder det derfor å avdekke og bevisstgjøre den enkeltes verdier, og dermed hva han motiveres av. Det gjelder å finne ut hva den enkelte egentlig vil. Se på de som virkelig er rike. De fortsetter å jobbe for det. Det er fordi de ikke motiveres av penger og rikdom. De motiveres av det de jobber med. Der ligger kanskje mye av nøkkelen til suksessen hos de som har gjort det bra. De har funnet sine verdier, og dermed sin motivasjon, sier Trude Selfors.

Trude har funnet sine verdier, og hun har kverket en av sine egne drager, som var profilering av seg selv. Blant annet gjennom egen nettside, og ved å fortelle om drager, verdier og å takle motstand til oss.

Nå er det din tur. Kjenner du dine drager?