

Vet du hvor du skal og hvorfor?

Gi meg en veiviser!

Hvis du ikke vet hvor du skal, hvordan vet du da at du har kommet frem?

Det skjer hver gang. Jeg kommer ut av butikken i en hektisk handlegate og går konsekvent feil vei. Den eneste måten jeg oppdager det på, er at jeg kjenner igjen en butikk jeg allerede har vært innom.

Kanskje ikke så rart da at gemalen aldri slipper meg og barna alene i fjellheimen! Det er ikke få ganger jeg har endt opp helt andre steder enn på egen hytte. Forklaringer om sola, fjelltopper, øst og vest holder ikke – gi meg tydelige skilt, aller helst en veiviser!

HVORFOR GJØR DU DET DU GJØR?

La oss si at du vet nøyaktig hvor du skal – målet ditt er tydelig og du vet også hva som skal til for å komme dit. Du motiveres av alle mulighetene som ligger der fremme (hva skjer hvis du gjør det?) og du ser kanskje også konsekvensene av å ikke komme i mål (hva skjer hvis du ikke gjør

det?). Allikevel er det noe som skurrer. Det oppleves kanskje ikke som viktig nok for deg? Mange av oss glemmer å stille oss selv det essensielle spørsmålet; Hvorfor vil jeg dette? Hva er motivasjonen min, drivkraften, triggeren?

Jeg opplever stadig mennesker som har definert tydelige mål. De er både spesifikke, målbare, attraktive, realistiske og tidsbestemte (smarte mål), og allikevel er det noe som holder igjen.

GODE SPØRSMÅL Å STILLE SEG

I DENNE PROSESSEN ER:

- Hvorfor er mitt mål viktig?
- Hvorfor vil mitt mål gjøre en forskjell i mitt liv?
- Hvilken mening gir det meg å nå målet?
- Nevn alle grunnene til at du ønsker å nå målet.

- Hva vil du få ut av det? Hva vil det bety for deg?
- Hvordan vil mitt liv se ut når jeg har nådd målet mitt?
- Hvilke konsekvenser får det å nå målet – for meg, for familien, for omgivelsene ellers?

NÅR SALGSSJEFEN GÅR EGNE VEIER

Svært mange av oss har et ubevisst forhold til egne verdier og ser ikke konsekvenser av valgene som tas.

La meg gi deg et eksempel: Salgssjefen hadde satt opp mål for avdelingen, for hver enkelt selger og for seg selv. Et at hans egne mål var å styrke sin posisjon og få mer innflytelse i organisasjonen.

Resultatet ble at han solte seg i glansen av selgernes suksess og tok æren for resultatene.

Salgssjefen hadde enormt behov for anerkjennelse og var ikke oppmerksom på at hans atferd var på tvers av bedriftens og den enkelte selgers verdier. Resultatet ble at svært mange i hans avdeling sluttet eller ble sykemeldt, og coachen ble koblet inn for å se på situasjonen.

Det viste seg raskt at salgslederen ikke var bevisst bedriftens verdier i forhold til sine egne. Bedriftens verdier var heller ikke forankret tydelig nok i organisasjonen og i ledelsen.

I samtaler med salgssjefen viste deg seg at suksess, anerkjennelse og selvstendighet var hans viktigste verdier og drivkrefter. Ledelsen i bedriften hadde noen år tidligere vært igjennom en visjons- og verdiprosess og definert bedriftens verdier til – respekt, fellesskap, åpenhet og glede, men uten helt å definere hva bedriften la i verdiene (kriteriene), hvordan disse verdiene skulle omsettes (forankres) i hele organisasjonen og etterleves. Verdiene stod definert på websidene og i årsrapportene – ellers var det gjort svært lite internt.

Verken salgslederen eller øvrige ledere visste hva som var deres medarbeideres drivkrefter, eller hadde gjort noe aktivt for å finne ut av dette.

Verdikonflikter er svært ofte årsak til stress og sykefravær, så hva kan du som leder gjøre?

COACHENDE LEDERSTIL

En leders hovedoppgave er å kjenne medarbeiderens verdier/motivasjonsfaktorer for å kunne bidra til at alle drar i samme retning for å nå bedriftens mål. Det er også svært viktig at medarbeiderne kjenner til bedriftens verdier, har eierskap til dem og tar ansvar.

I vårt eksempel hadde salgssjefen først flere samtaler med coachen og jobbet med egne verdier. Det ble også gjort en prosess i ledelsen hvor kriteriene til verdiene ble tydeligere definert og viste retning for bedriften. Også hvordan de skulle kommuniseres og etterleves fra topp til bunn. Deretter hadde salgssjefen samtaler med hver enkelt medarbeider for å kartlegge deres motivasjon/verdier i jobben. Spørsmål han stilte var: Hva er motivasjonen din for å jobbe her? Hva er viktig for deg i jobben din? Hvorfor er det viktig? Hva gir det deg?

FELLES FORSTÅELSE

Etter at han hadde kartlagt motivasjonen til hver enkelt og hatt gode samtaler rundt dette, hadde avdelingen fellessamling hvor de tok for seg bedriftens verdier – respekt, fellesskap, åpenhet og glede. Her ble det også presentert hva ledelsen la i verdiene, dvs. deres betydning (kriteriene) og hvordan det nå konkret var forankret i ledelsen.

Hver enkelt medarbeider definerte så hva de la i de ulike verdiene før de jobbet sammen to og to og fant fellesnevnerne som de delte med de andre gruppene i forhold til de gitte kriteriene fra ledelsen. Når dagen var over hadde avdelingen en felles forståelse av hva respekt, fellesskap, åpenhet og glede innebar for bedriften og avdelingen. Hver enkelt hadde eierskap til hvordan de kunne bidra inn i avdelingen, og også hvordan avdelingen og de som enkeltindivider skulle fremstå med disse verdiene utad i bedriften og til kunder.

Og kanskje det aller viktigste – salgslederen endret kurs fra kun å ha fokus på seg selv til å se at forutsetningen for at han skulle lykkes var at han etterlevde bedriftens verdier, og i tillegg motiverte sine egne medarbeidere gjennom å kjenne deres individuelle verdier.

Dette gjorde at han nå kommuniserte bedre med medarbeiderne og fikk en ny forståelse av hvor viktig det var å finne frem til et felles verdigrunnlag for å kunne dra i samme retning.

I løpet av arbeidet med verdiene vokste det frem en selvjustis blant de ansatte som virket

En leders hovedoppgave er å kjenne medarbeiderens verdier for å kunne bidra til at alle drar i samme retning for å nå bedriftens mål.



Lene Fjellheim, daglig leder og coach i CoachTeam as. Hun har spisskompetanse innen salg, relasjonsbygging og kundebehandling, og er foredrags- og kursholder innen bl.a. coaching, kommunikasjon, salg, målsetting og motivasjon i tillegg til coaching av grupper og individer.

Les mer på: www.coachteam.no eller kontakt Lene på lene@coachteam.no

selvforsterkende på verdibevisstheten. Ved hvert viktige veiskille ble verdiene flagget og brukt som kvalitetssikrer. Spørsmålet var da: Støtter dette valget våre verdier om respekt, fellesskap, åpenhet og glede?

På denne måten fikk salgssjefen og de ansatte sin veiviser gjennom bevisstgjøring av bedriftens og enkeltpersonenes verdier.

I neste nummer av Innkjøpsnytt vil vi ta for oss hvordan du som leder kan få en mer coachende lederstil slik at du vil frembringe mer eierskap og ansvar hos dine medarbeidere. *

SPISER KUNDENE OPP LIKVIDITETEN DIN? Belån eller selg dine fakturaer!

**FACTORING
FAKTURAKJØP**



Ring: 21 54 24 00 Oslo - 73 93 06 00 Trondheim
eller gå inn på: www.sveafinans.no

SVEA FINANS