

AT FÅ MENNESKER TIL AT FØLE SIG VELKOMNE!



www.hejselbaek.as

Fakta:

Jan Hejselbæk har en lang og spændende erhvervskarriere i både ind- og udland bag sig hos bl.a. IC-Companys, TMI og Discover. Desuden har han været selvstændig forretningsdrivende med mere end syv modebutikker.

Siden 1996 har Jan arbejdet som selvstændig konsulent og har senest samarbejdet med Det Svenska Vårdskapets danske afdeling.

Jan Hejselbæk udtaler:

Du kan have nok så mange intentioner om at gøre det godt, men intentionerne er der bare ingen, der kan se. Din adfærd er til gengæld synlig og således den, du bliver bedømt ud fra. (Foto: Chili).

Af Niels T. Rasmussen, kommunikationsrådgiver

Op mod 82 % af de ordrer, du mister, skyldes din adfærd og de følelser, den fremkalder hos dine kunder. Hvis du derfor ønsker at gøre tingene bedre eller anderledes, så er tiden måske inde til at kigge dig selv lidt efter i kortene – ændre din adfærd og den måde, hvorpå du behandler dine kunder.

De personlige relationer er afgørende for langt de fleste af vores valg, uanset om det er i vores professionelle liv eller som privatpersoner, disse valg foretages. De mennesker, der udstråler imødekommenhed, forståelse og omtanke, formår at skabe gode og længerevarende relationer og giver os lyst til at komme igen. Første skridt på vejen er at få dem, vi møder, til at føle sig velkomne.

Din adfærd betyder alt

"Hvis man føler sig godt behandlet, kommer man igen. Derfor skal du betragte dine kunder, medarbejdere, partnere og andre, du møder, som gæster, du skal tjene efter bedste evne". Sådan lyder opfordringen fra udviklingskonsulent Jan Hejselbæk, der mener, at vi bør have langt mere fokus på vores adfærd over for kunder, medarbejdere og andre, vi mødes med.

Jan Hejselbæk oplever dagligt, hvordan vi mennesker hele tiden går fejl af hinanden, fordi vi ikke får afstemt vores forventninger.

"Hvis tingene skal lykkes for dig, er du nødt til at tjekke og afstemme dine aftaler, så du sikrer dig, at alle involverede er enige om, hvad der efterfølgende skal gøres, og hvem der skal gøre hvad".

Derfor er det altafgørende, at du med din adfærd får skabt en situation, som giver dine "gæster" lyst til at blive, eller som får dem til at komme igen. Det kan du opnå ved at betjene

dem bedst muligt og leve dig ind i deres situation. Du skal turde ofre noget af dig selv i dine bestræbelser på at tjene dine "gæster" – du skal kort og godt være den perfekte vært! Det gælder, uanset om det drejer sig om medarbejdere, kunder eller andre, som du har relationer til.

Fantastisk grobund for fornyelse

På en af Jan Hejselbæks seneste forelæsninger deltog bl.a. Keith Fobian, adm. direktør i DANA. Vi spurgte ham efterfølgende, hvad han mener, man som selvstændig kan bruge tankegangen i denne praktiske filosofi om mødet mellem mennesker til.

"Jeg er overbevist om, at vi har brug for en øjenåbner i forhold til den måde, vi gør tingene på i dag i mange virksomheder. Når man fokuserer på det at være vært for sine kunder og medarbejdere, viser der sig nogle helt oplagte muligheder for at gøre virksomheden virkelig attraktiv for dem og dermed sætte turbo på dens image og ansigt udadtil. Det giver en fantastisk grobund for fornyelse og udvikling i mange virksomheder," fortæller Keith Fobian.

Behndl dine kunder som gæster

"I bund og grund er det meget enkelt. Du kan jo bare forestille dig et ganske almindeligt arrangement, hvor du har inviteret gæster til middag en lørdag. Du vil gøre dig en masse overvejelser om maden og vinen. Du vil dække op og i det hele taget forberede dig på mødet med dine gæster. Du vil bestræbe dig på at være en rigtig god vært. Denne adfærd er fuldstændig den samme, du skal udvise over for dine kunder, medarbejdere og andre, du møder. Det handler om at optræde som en imødekommende og opmærksom vært, der formår at leve sig ind i gæsternes ønsker og behov – dine gæster skal føle sig velkomne!" slutter Jan Hejselbæk.