

# Lindeblad >2.0

VORES BOG 2014

- > Vores vision
- > Vores produkt
- > Vores metode
- > Vores prioritering
- > Vores mind-set
- > Kundens oplevelse
- > Vores dogmer
- > Vores feedback
- > Beskrivelse af vores proces
- > Oversigt over vores øvelser
- > Vores salg
- > Vores sprog



## Vi skaber løsninger der rækker længere end vi selv kan se

### HVORFOR ER VI HER?

Vi er her for at skabe så gode resultater i arbejdslivet, at det smitter af på resten af livet.

### HVORDAN GØR VI DET?

Vi fokuserer på LEDERNE, for de kan beslutte for flere. Vi skaber BETYDNINGSFULDE ØJEBLIKKE hvor vi griber dem og deres folk i at gøre tingene rigtigt. VI DELER rundhåndet ud af vores metode, så de selv kan gøre det samme. Vores drøm er at gøre det til en bevægelse. EN BEVÆGELSE hvor vi ikke søger at nå ud til mennesker, men IND TIL MENNESKET ved netop at gribe dem i... at gøre tingene rigtigt.

På den måde skaber vi bæredygtige RESULTATER for mennesker og virksomheder.



## Vores kerne produkter

Vi arbejder med ledelse, team, outplacement og netværk. Det betyder selvfølgelig også at vi selv skal være gode til at lede, arbejde sammen, hjælpe folk videre og til at netværke.

### 1. LEDELSE & BESLUTNINGER

Vi tror på at Ledelse handler om at udfolde det potentiale folk har, og at al god ledelse starter med selvledelse. Lederne har muligheden for at optimere rammer og vilkår hurtigere end andre. De kan mobilisere hele systemer i virksomhederne, og er derfor vores førsteprioritet.

### 2. TEAM & AMBITIONER

Når vi arbejder med Team, skelner vi mellem teambuilding og teamudvikling. Vi hjælper teamet med at finde mening i målet, ægthed i relationerne og med at have ambitioner for hinanden.

### 3. OUTPLACEMENT & ORDENTLIGHED

Vores Outplacement har altid kun fokus på én person af gangen. Det kan godt være den enkelte person er en del af en større gruppe, men hans situation taget i betragtning er det mest ordentlige vi kan gøre, at vi holder fokus på én af gangen.

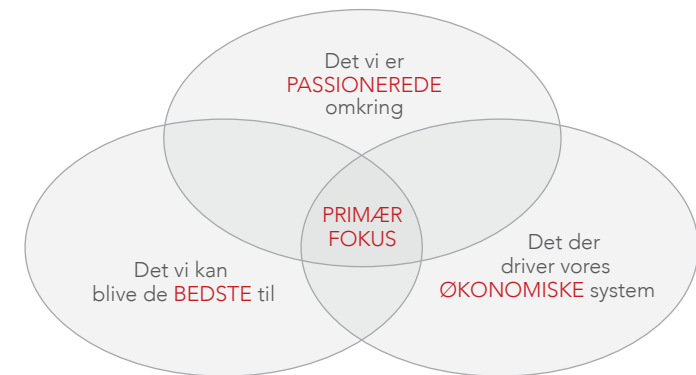
### 4. NETVÆRK & POTENTIALE

Når vi taler om Netværk, dækker det bredt. Det er Lindeblads Frie Netværk, hvor målet er at dele mere med flere. Det er GRIB grupperne, hvor vi skaber udvikling, relationer og forretning kunderne og os imellem.

## Hvornår siger vi "ja" til et produkt?

Siden Lindeblad startede i år 2000 er flere nye produkter dukket op. Vi har vores fire kerneprodukter, men behøver ikke lukke øjnene for de muligheder der er derude. Det var først i 2009 vi startede GRIB netværket op, og i dag er det et ankerpunkt for både vores kundekontakt og økonomi. Det var først i 2010 vi startede på outplacement, og i dag er det der vi møder de fleste af vores kunder. Vær gerne nysgerrig efter det næste produkt!

Så budskabet er at vi skal blive ved med at holde os åbne for nye ideer, og vi skal sige ja, når vi både kan finde Passion, Potentiale og Økonomi. Passionen er energikilden, Potentialet til at kunne blive de bedste, giver modet til at levere det ekstraordinære, og så skal opgaven drive vores økonomi.



## ...og hvornår siger vi "Nej"?

Vi siger nej, når vi står med en klar fornemmelse af at kunde tænker at det "bare er noget vi skal have overstået". Kvalitet er vores første prioritet, og den rammer vi ikke hvis vi tager de forkerte opgaver. Derfor kan et "Nej tak" også være det rigtige svar af og til.

# Enkelthed

Måske er det slet ikke  
så kompliceret  
som andre gør det til



## Hvad sætter vi kunderne i stand til?

Vi hjælper kunderne til at se det bedste i sig selv, hinanden og alle de betydningsfulde andre de har omkring deres forretning. Vi sætter dem i stand til bedre at kunne nå deres drømme, fordi de i mødet med os møder det bedste i sig selv.

Kundernes mål og drømme spænder vidt. Det kan være ønsket om at udfolde passionen, skabe rum til præstationslyst og effektivitet eller måske "bygge broen" mellem afdelinger og områder i deres virksomhed. Det kan være drømmen om en højere trivselsmåling eller et lavere sygefravær. Drømmen om bedre kunderelationer, bedre bundlinje eller bare bedre møder. Drømmen om mere innovation, bedre samarbejde med ambitioner for hinanden, eller en kultur der bygger på et fundament af gode historier. Vi sætter dem i stand til at indfri deres drøm.

# Vi bruger Aktiv Læring

Udfordring! Der er mange fordele ved at arbejde med Aktiv Læring. Se om du kan læse alle fordelene ved Aktiv Læring uden at skulle trække vejret...

”Aktiv læring gør at kunden bliver taget alvorligt, og det kan altid betale sig. Du giver dem muligheden for at vise deres holdning og værd. Det tilføjer værdi til processen og åbner nye perspektiver for dig og dem. Du kan klargøre, nå, måle og herefter fejre, når gruppen har bevæget sig. Det udvikler din evne til at observere på. Det er tættere på gruppens perspektiv. Du udvikler deres kommunikations- og læringsfærdigheder. Du kan tage afsæt i deres (og din) succes og gør positiv transfer muligt, og så kan de lide det.”

Vi arbejder med Aktiv Læring i alle vores processer, fra foredrag til forløb. Værktøjet har den fordel, at det er så enkelt og effektivt, at de fleste kunder med det sammen kan kopiere det til eget brug.

## FÅ DET TIL AT SE LET UD

De bedste jobs vi laver, ser lette ud. Der er flow og det hele kører af sig selv. Der er flere betydningsfulde øjeblikke. Øjeblikke som understøtter erkendelser og opdagelser i gruppen. Evnen til at gøre det let, starter i planlægningen. Der er tre hovedelementer vi altid sørger for.

### GENNEMSIGTIGHED

Sæt scenen, banen eller rammerne og du frisætter samtidig dem til at fylde dem ud.

Gør det tydeligt hvad rammen er, hvordan ”dagen” er bygget op, og skab en ramme de kan være i. Lad det ikke være hemmeligt, hvorfor vi arbejder som vi gør. Det motiverer at vide hvorfor.

### VARIATION

Administrer deres energi fremfor deres tid, ved at tænke temposkift ind i dit program. Det holder dem til ilden og sikrer at de kan holde skarp fokus i længere tid.

Lad dem gå og stå, tale og lytte, være ude og inde, reflektere og diskutere, være alene og sammen.

### POSITIV TRANSFER

Skab positiv transfer mellem øvelserne og deres virkelighed, så hjælper du dem til at gøre det samme derhjemme.

Aktiv læring handler om at involvere og engagere dem i, enklere og hurtigere, at kunne gøre mere af det rigtige derhjemme.





## ...og Positiv Psykologi

Vi arbejder med positiv psykologi fordi ledere, organisationer og vi selv vil opleve både hurtigere og større succes ved at arbejde med det vi er gode til end ved at være fejlfinder. Potentialet er størst i vores styrkezone.

Positiv psykologi er en tilgang som blandt andet rummer Styrkebaseret ledelse, Appreciative inquiry og Anerkendende ledelse. På hver deres måde, undersøges dét der virker og giver et bud på hvordan man får mere af det. Der er et stort overlap i den tænkning der ligger bag metoderne, og tilsammen tilbyder metoderne et væld af veje på, hvordan man bedst kan gribe sig selv og hinanden i at gøre tingene rigtigt. De virker alle sammen – men ikke i alle situationer.

Vi er coachende i vores tilgang, og det betyder at ejerskabet altid er til stede. Med en nysgerrig og spørgende tilgang sikrer vi at svaret findes "derude", og at ejerskabet hæfter sig på. Det er med til at skabe den største sandsynlighed for succes.

### **VI MØDER DEM I FORSKELLIGE SITUATIONER OG TRÆKKER DERFOR PÅ DE FORSKELLIGE METODER FRA POSITIV PSYKOLOGI**

Vi skal kende til de forskellige metoder, for vi møder kunderne i forskellige situationer. I situationen skal vi kunne trække på den mest egnede vej til målet.

Vi skal samtidig evne, at spille os selv og vores erfaring på banen. Kunden køber ikke kun vores metode apparat, de køber også vores erfaring. Hav modet til at sætte dig selv i spil, - ved at give råd når det giver mening.

# Det vigtigste først

For at kunne træffe rigtige og hurtige beslutninger, er en klar prioritering nødvendig. Målet med vores prioriteter er, at skabe en kultur som sætter dig som konsulent fri til selv at kunne træffe beslutninger og undgå unødvendige flaskehalse. Vores prioritet hedder Kvalitet, Udvikle os og Økonomi – tre forbundne elementer.

## 1. KVALITET

Vi leverer den ypperste kvalitet i de processer og produkter vi står for, og de relationer og resultater vi skaber. Vores drøm er, så enkelt og godt som overhovedet muligt at sætte kunden i stand til at indfri deres mål.

## 2. UDVIKLE OS

Vi udvikler vores evne til at levere kvalitet gennem 1) Mod i processerne med kunder, 2) Feedback til hinanden og 3) Uddannelse – og i den rækkefølge. Målet er at løfte vores viden og færdighedsniveau tilstrækkeligt, til at kunne sætte handling bag.

## 3. ØKONOMI

Vi driver en kernesund forretning, hvor hvert ben og hver konsulent er med til at drive vores økonomiske system. Økonomien er en prioritet, fordi den sætter os fri til at kunne gøre en endnu større forskel med vores processer.



# Lige netop viden nok til at sætte handling bag

Vi skal være et klogt konsulenthus fyldt med viden og erfaring. Et sted hvor vi bliver inspireret, bliver klogere, og samler energi sammen.

Vi skal have tilstrækkelig med viden til at sætte handling bag, men vi skal være kloge nok til ikke at samle på viden, der ligger passivt hen. Det er en hårfin balance.

# Kunden får lidt mere end de havde regnet med

Princippet i vores procesforløb er, at kunden, hver gang de møder os, får lidt mere end de havde regnet med. Vi skal samtidig sikre, at vi hele tiden er på forkant, til glæde for kunden og os selv.

Ved første møde strækker vi deres tanker, og de bliver klogere på hvad de faktisk kan opnå. Så bliver de overrasket over at få et tilbud lidt hurtigere end de havde regnet med. Når tiden nærmer sig opgaven, kommer vores "klarmelding" før de når at bekymre sig om, hvorvidt alt nu er på plads. Opgaven løses med fokus på kvalitet og med mod i leveringen. Bagefter får lederen en hurtig feedback på vores oplevelse, og råd til hvordan de kan arbejde videre på deres rejse. Det hele slutter med en opfølgning, hvor fokus er mere på fremsyn end tilbageblik.

Når kunden ser tilbage på et forløb med os, har de fået lidt mere end de havde regnet med.

—1—2—3—4—5—6—

1. Forventningsafklaringen gør dem klogere
2. Tilbud inden 48 timer
3. Klar melding 2 uger før
4. Kvalitet i opgaven og mod i leveringen
5. Feedback inden 48 timer
6. Opfølgning med fremsyn



Vi skal være bedre

...end os selv

## Dogmet "umage med vilje"

MÅLET ER AT LADE KONSULENTFÆRDIGHEDERNE TRÆDE MERE FREM, OG OPTIMERE KUNDENS UDBYTTET I OG AF PROCESSERNE. DET VIL NEMLIG, SOM JFK SIGER DET; "SERVE TO ORGANIZE AND MEASURE THE BEST OF OUR ENERGIES AND SKILLS".

### **DOGME 1** HOLD PROCESSEN ENKEL

Vi bruger færrest mulig hjælpemidler for at søge ind mod den rene konsulentfaglighed. De bedste processer er ofte enkle processer, hvor kunden selv skaber indholdet.

### **DOGME 2** FØRST FORMÅL SÅ ØVELSE

Vi starter altid med formålet, og så vælger vi øvelsen. Øvelser for øvelsernes skyld er ikke tilladt. Hellere stoppe før tid, end at bruge øvelser uden formål.

### **DOGME 3** ADMINISTRER ENERGIEN

Vi sætter en klar og enkel ramme, og administrerer energien indenfor rammen – men helt ud til kanten. Det kræver, at vi hele tiden holder os skarpe, åbne og nysgerrige overfor dem vi møder, og overfor virkelighedens vilde potentiale.

### **DOGME 4** DEL MEST MULIGT MED FLEST MULIG

Vi deler ud af det der virker bedst. På den måde gør vi en endnu større forskel med vores viden, end hvis vi tænker protektionistisk og isolerer det bedste vi har. Del ud og sæt dem i stand til at bruge det du deler.



*"We chose to go to the moon....not because they are easy but because they are hard. Because that goal will serve to organize and measure the best of our energies and skills. Because that challenge is one that we are willing to accept, one we are unwilling to postpone and one we intend to win"*

# Grib hinanden i at gøre tingene rigtigt

## Vi skal have ambitioner for hinanden

Når det er muligt, skal vi tage os tid til at udvikle hinanden. Vi skal have ambitioner på hinandens vegne og prioritere derfor feedback. Vi ser det som en nøgle til at vi bliver bedre hver for sig og sammen.

### **ÆRLIGT, KÆRLIGT, KONKRET OG KONTINUERLIGT**

Sig sandheden på en ordentlig måde. Vær specifik så modtageren ikke skal gætte hvad du nok mener, og følg op. Giv løbende feedback, så det ikke er en enkeltstående observation fra dig, men et kultur og et samspil I har mellem jer. Gør det reelt (ærligt) og med gode intentioner (kærligt). Vær specifik på handlingen (konkret) og bliv ved med at gøre det (kontinuerligt) så fremskridtet kan mærkes.

### **FORUDSÆTNINGERNE SKAL VÆRE PÅ PLADS**

Feedback virker bedst, når modtageren selv beder om det, og når den kommer fra en der er "plus på kontoen". Forudsætningerne for feedback er derfor også, at vi starter med at være ordentlige mennesker overfor hinanden. Holder vores ord, lytter efter meningen og hele tiden søger at skabe et godt arbejdsmiljø sammen.

Vi er ikke en familie, men et firma som bygger på mange af de stærke værdier en familie har. Så, sæt ind på følelsernes bankkonto og hav ambitioner for hinanden. På den måde kan vi udvikle hinanden og skabe en arbejdsplads, som det er fantastisk at være en del af.

# Proces forløbet

## > 1. FORVENTNINGSAFKLARINGEN GØR DEM KLOGERE

Forventningsafklaringen skal gøre både dem og os klogere på hvad de vil. Det er første møde med os, og de skal sidde tilbage med et indtryk af en seriøs og menneskelig udbyder. Vi, og de, skal blive klogere på hvad deres mål/mening med opgaven er.

Få beslutningstagerne med for at sikre hurtigere beslutningsproces og stærkere implementering. Styr mødet (medmindre de ønsker at gøre det) så de kan hitte ud af hvordan vi nok også styrer en proces. Opgaven er at finde ud af hvad de ønsker at opnå, og dernæst sætte det bedste hold. Tænk derfor hele tiden over hvilken konsulent der bedst vil kunne bidrage til forløbet. Tag noter – det viser at vi tager dem seriøst og at vi anvender vores egen metode. Brug vores metode på mødet (hestesko, håndmarkering etc.) så de "mærker" forskellen, og tag en kollega med. Vi hører forskelligt, og det gælder om at samle så mange indtryk som muligt, for at lave det bedst mulige forløb til dem.

## FORSLAG TIL SPØRGSMÅL

- Hvis vi kun havde 10 min, hvad skulle vi så absolut nå at tale om?
- Hvad skal forløbet sætte jer i stand til?
- Hvilken del af organisationen er/skal mærke at I har dette forløb?
- Hvilken historik er der i turen?
- Hvilke ønsker har I til det fysiske niveau (hestesko)?
- Hvilken type konsulent vil bedst kunne hjælpe jer?
- Hvad har vi ikke nået at tale om, som også er vigtigt?
- Hvad er jeres vigtigste resultat af dette møde?



## > 2. TILBUD INDEN 48 TIMER

Vores mål er at vores tilbud lander på kundens bord hurtigt. Nogle gange kan det være svært at nå, fordi vi mangler svar fra underleverandører, er ude på andre opgaver etc., Men vi strækker os for at nå det, og hjælper hinanden hvis vi kan. Et tilbud indenfor to dage viser handling og hurtighed overfor kunden, og det er lettere at lave når forventningsafklaringen stadig står klart i vores bevidsthed.

## > 3. KLARMELDING 2 UGER FØR

Vi melder klar på mail eller per telefon 2 uger før en opgave. Vores klarmelding har to formål. Udadtil skaber en ro hos kunden, inden de evt. selv begynder at bekymre sig over seminaret. Indadtil sikrer det, at vi rent faktisk også er på forkant.

## > 4. KVALITET I OPGAVEN OG MOD I LEVERINGEN

De får hvad de bestiller...”og lidt til”. Vi må gerne overraske, strække og give dem en større oplevelse og indfrielse, end de havde troet muligt. Det gør vi ved at fokusere på høj kvalitet og ved at udvise mod i vores processer.

”Lidt til” kan være det spørgsmål de ikke havde ventet, Joachim der står og laver cowboykaffe rundt om hjørnet, champagnen vi har købt pga. deres anerkendelse, den ekstra runner vi har taget med for at give et oplæg etc.

Kvalitetsmærket er at vi sætter dem i stand til at nå deres ønskede mål med forløbet.

- Skab klare koblinger mellem øvelse og deres virkelighed
- Forstå deres forretning, som ikke meget anderledes end vores
- Vær mere end en konsulent – vær nysgerrig på hvordan de kan udvikle sig
- Stil åbne, kloge og dybe spørgsmål
- Grib dem i at gøre tingene rigtigt - i det de siger, tænker og gør
- Giv dem gåsehud – lad dem være passionerede og stolte som aldrig før
- Hav en holdning – modet til at sige din egen mening og skabe tilpas forstyrrelse
- Skab og hold de klare rammer, og fyld dem så ud til kanten
- Brug aktiv læring. Det er det vi kan, og nok er de bedste til i Danmark
- Skab og understøt den rigtige energi når det giver mening

## > 5. FEEDBACK INDEN 48 TIMER

Umiddelbart efter opgaven er gennemført, giver vi feedback til lederen. Mens indtrykkene stadig er friske, og udløbsdatoen på hukommelsen ikke er helt overskredet, sender vi en mail til opdragsgiveren. Formålet med mailen er at hjælpe lederen til at fortsætte processen på kort sigt. Vores feedback består af

- Generel oplevelse
- Min anbefaling til jer
- Bemærkninger til lederen
- En evt. næste gang

## > 6. OPFØLGNING MED FREMSYN

Opfølgning(-erne) handler om at tydeliggøre deres bevægelse. Det gør vi ved primært at fokusere på alt det de har bedrevet siden vi så dem sidst. Vi har fokus på det de har implementeret. Meningen med vores arbejde er ikke så meget hvad der skete på seminaret, men hvad der skete bagefter.

### SPØRGSMÅL

- Hvis vi kun havde 10 min, hvad skulle vi så absolut nå at tale om?
- Hvad husker du som væsentligt fra seminaret?
- Hvad blev tydeligt på seminaret?
- Hvad er I mest stolte af at have gjort efterfølgende?
- Hvad blev du/I klar over?
- Hvordan kan det ses, at I har været af sted?
- Hvad er et lille skridt I kan tage der vil gøre en stor forskel?
- Hvordan har hele ”systemet” reageret på jeres implementering?
- Med den viden I har nu, hvad ønsker I så at der skal ske med gruppen?

# Aktiv Læring

- |  |   |   |  |  |   |
|--|---|---|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 1-2-3</li> <li>&gt; 2 min ro før proces</li> <li>&gt; A-et</li> <li>&gt; Attitude udfordringen</li> <li>&gt; Autonome køkken</li> <li>&gt; Avisredaktion</li> <li>&gt; Back to back – drawing</li> <li>&gt; Back to the future</li> <li>&gt; Bag om ryggen</li> <li>&gt; Balancepæl</li> <li>&gt; Bane med hjørneflag</li> <li>&gt; Ben Furman's 15 punkter</li> <li>&gt; Beslutningshuset</li> <li>&gt; Beslutningslinjen</li> <li>&gt; Bestseller, bånd, video</li> <li>&gt; Bestyrelsesmøde</li> <li>&gt; Betydn. øjeblikke</li> <li>&gt; Bingo</li> <li>&gt; Bordet og stemninger</li> <li>&gt; Bordlege</li> <li>&gt; Cut evaluering</li> <li>&gt; Delta</li> <li>&gt; Delta med flere stationer</li> <li>&gt; Det tabte klæde</li> <li>&gt; Dialogiske samtaler</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Dialogle</li> <li>&gt; Dusør og Efterlysning</li> <li>&gt; E'er – hvor mange er der?</li> <li>&gt; Eventyrstien</li> <li>&gt; Feedbackhjulet</li> <li>&gt; FISH pege runde</li> <li>&gt; Flet et reb</li> <li>&gt; FLIP kameraer</li> <li>&gt; Flydende sten</li> <li>&gt; Forbind 9 punkter</li> <li>&gt; Forming, Storming...</li> <li>&gt; Fortæl om kurset</li> <li>&gt; Fortællerstolen</li> <li>&gt; Futurewalk</li> <li>&gt; Følelsernes bankkonto</li> <li>&gt; Gentag det sagte</li> <li>&gt; Giftsøen</li> <li>&gt; Gyngen "skift side"</li> <li>&gt; Halve sætninger</li> <li>&gt; Hesteskoen</li> <li>&gt; Hilse i forsk. stemning</li> <li>&gt; Human sculpture</li> <li>&gt; Håndmarkering</li> <li>&gt; Indtag rummet</li> <li>&gt; Insight</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Intelligente afbrydelser</li> <li>&gt; Interessesfære</li> <li>&gt; Jeg synes... Vi...</li> <li>&gt; Jokerkort gives</li> <li>&gt; Kabinen</li> <li>&gt; Klunse med tændstikker</li> <li>&gt; Knuderne</li> <li>&gt; Kommunikation i 3 lag</li> <li>&gt; Kompas kontra Ur</li> <li>&gt; Korte møder</li> <li>&gt; Kort til holddeling</li> <li>&gt; Krydsende kommando</li> <li>&gt; Krydset</li> <li>&gt; Kuben</li> <li>&gt; Kvadratet</li> <li>&gt; Kæmpestigen</li> <li>&gt; Landingsbanen</li> <li>&gt; Lego</li> <li>&gt; Lominger</li> <li>&gt; Løbende sedler</li> <li>&gt; Løb. tilbagemeldinger</li> <li>&gt; Lårsynergi</li> <li>&gt; Minefeltet</li> <li>&gt; Missing person</li> <li>&gt; Mindfulness</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Morgen vandring</li> <li>&gt; Mål – Team – Individ</li> <li>&gt; Notebook</li> <li>&gt; Nord</li> <li>&gt; Notesbøger</li> <li>&gt; Observationsgang</li> <li>&gt; Open Space</li> <li>&gt; Orienteringsløb</li> <li>&gt; Palle Spand</li> <li>&gt; Personskak ABCD/1234</li> <li>&gt; Persp. "cirkler i luften"</li> <li>&gt; Placebo/Nocebo</li> <li>&gt; Planke over kviksand</li> <li>&gt; Plant et svar</li> <li>&gt; Playback</li> <li>&gt; Problem-/løsningstræet</li> <li>&gt; Postkort</li> <li>&gt; Puslespil i grupper</li> <li>&gt; RAFI</li> <li>&gt; Reflekterende team</li> <li>&gt; Rejs jer med strakte ben</li> <li>&gt; Rescue</li> <li>&gt; Reviewing Cycle</li> <li>&gt; Roadmap med postit</li> <li>&gt; Romerbroen lille og stor</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Roserunden</li> <li>&gt; Sang</li> <li>&gt; Sansegang</li> <li>&gt; Sidd. håndstand/makker</li> <li>&gt; Simon Says</li> <li>&gt; Skulptur</li> <li>&gt; Spejling</li> <li>&gt; Spiderweb</li> <li>&gt; Spinning plates</li> <li>&gt; Springboard stories</li> <li>&gt; Stones</li> <li>&gt; Storyline</li> <li>&gt; Styrkebaseret ledelse</li> <li>&gt; Succes da 10, 20, 50 år</li> <li>&gt; Survey</li> <li>&gt; Svenske knuder</li> <li>&gt; Systemisk</li> <li>&gt; Talkingstick</li> <li>&gt; Talsystem</li> <li>&gt; Traverser</li> <li>&gt; Team Performance</li> <li>&gt; The group of now</li> <li>&gt; The wall</li> <li>&gt; Time Out spørgsmål</li> <li>&gt; Trekanten</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; To tårne</li> <li>&gt; To søer</li> <li>&gt; Trustfall</li> <li>&gt; Trustrun</li> <li>&gt; Træk en makker</li> <li>&gt; Turntable</li> <li>&gt; Tæl til</li> <li>&gt; Tænkehatte</li> <li>&gt; Tømmerflåden</li> <li>&gt; Tæl til 30</li> <li>&gt; Vend tæppet</li> <li>&gt; Videoer</li> <li>&gt; Video/bog/bånd</li> <li>&gt; V-gang i makkerpar</li> <li>&gt; Værste icebreaker</li> <li>&gt; Win/win situationer</li> <li>&gt; World of Experience</li> <li>&gt; Ying &amp; Yang</li> <li>&gt; Zip Zap Zup</li> <li>&gt; ...og der er flere</li> </ul> |
|--|---|---|--|--|---|

# Fold hver øvelse ud

Alle øvelserne skaber en smutvej til bedre forståelse, erkendelse og opdagelser for kunden. Hver øvelse kan bruges på mange forskellige måder – er et eksempel:

## ØVELSEN

Knuderne

## INSTRUKTION

“Tag fat i rebet samtidig – 3, 2, 1, tag fat – Hold fast samme sted hele tiden  
– Du må ikke bruge den anden hånd – Opgaven er nu, at I skal binde to knuder der inddeler rebet i 3 lige lange stykker.”

## FOLD ØVELSEN UD – KØR PROCES PÅ

- Kommunikationen – Hvilken verbal/nonverbal kommunikation foregik?
- Samarbejde – Hvordan bidrog gruppen til den fælles løsning?
- Tid – Rebet som en tidslinje. Hvilke udfordringer er der i fortid og fremtid?
- Ledelse – Hvem tog ledelse i øvelsen? Hvad er god ledelse?
- Konkurrence – Konkurrerede I med nogen? Hvornår er konkurrence godt?
- Tal om kvalitet – Hvor præcist skal det være?
- Arbejdsfordeling – Aftalte I, hvem der gjorde hvad?
- Planlægning – Bare i gang eller planlægning først? Hvad er optimalt?
- Øvelsen selv – Hvad siger sådan en øvelse om jer/dig som person?
- Feedback – Hvem bidrog med hvad undervejs?
- Time Out – Evaluerede I undervejs? Gør I også det på jeres møder?
- Længden af rebet – Repræsenterer længden sværhedsgraden?
- Coaching – Fik I hjælp udefra? Hvad er god hjælp?
- Beslutning – Hvad endte I med at gøre, og hvem besluttede?
- m.m.





## Vælg den korteste vej

Hav en holdning til handling! Vælg den korteste vej til kunden. Vores primære opgaver er dem, der er rettet direkte mod kunden. Det er dér vi gør størst forskel, dér resultaterne skabes, og dér vi gør mest gavn.

### DET ER ENKELT

Vores arbejde er meget enkelt. Vi tager kontakt til dem, der har brug for dét vi kan. Vi laver et tilbud, løser opgaven og fakturerer for den... og så starter vi forfra. Hvis min arbejdsdag kun bestod af 15 minutter, ville jeg gøre det primære – jeg ville gøre noget, som sætter min kunde i stand til også at gøre noget. Jeg ville vælge den korteste vej. Jeg ville...ringe til dem...maile dem...besøge dem...overraske dem...dele noget med dem...jeg ville gøre noget med dem.

## Salg handler om relationer

Vi har udviklet Lindeblad på relationer og det fortsætter vi med. Jo stærkere en relation vi har til kunden, jo mere får vi af vide og des bedre kan vi hjælpe dem til at lykkes. Der er ofte vildere potentiale i virkeligheden end kunden gør sig begreb om, og den relation vi skaber med kunden er låsesmeden til sammen at finde de bedste løsninger for dem.

### GØR DET VIGTIGSTE FØRST

På mindre end en time kan du få gjort det der er vigtigst for kunden, Lindeblad og forhåbentlig dig. Tag kontakt med de relationer du har, hold kontakten og hav føling med hvordan det går med dem og deres forretning. Ved du hvad der gør dem stolte netop nu, eller hvad de bokser med? Det vigtigste er at vi har en føling med dem og deres forretning.

### OMSORGSKALD

Vi må aldrig sælge noget kunden ikke har brug for. Det betyder samtidig, at du aldrig ringer for at "slesk-sælge". Når vi ringer er det for at høre til status, og hvis der er noget du kan hjælpe med, siger du det selvfølgelig. "Omsorgskald" på 5 minutter viser omtanke, dyrker relationen og bringer os i spil til mere.

### LAV OG LEV DIN LISTE

Gør det til en vane dagligt at holde kontakt med dem der holdes os i live – kunderne. "Keep it simple" – kontakt dem hver dag. Gør det til en prioritet og vælg den korteste vej til kunden.



> Derfor!



## De ord vi bruger er med til at skabe den verden vi lever i

- > 48 timer
- > Accept
- > Aktiv læring
- > Ambitioner for hinanden
- > Balanceret ledelse
- > Bedste
- > Besøg kunden
- > Betydningsfuldt øjeblik
- > Dele mere med flere
- > Dogmet "Umage med vilje"
- > Energi administreres
- > Enkelt
- > Feedback til kunden og hinanden
- > Forkant skaber ro
- > Forstå
- > Forventningsafklaring der gør klogere
- > Gennemsigtighed
- > Grib hinanden i at gøre tingene rigtigt
- > Holdning til handling
- > Ikke-dømmen
- > Klarmelding 2 uger før
- > Konkurrenter
- > Kvalitet som nr.1
- > Kunden
- > Modig
- > Nybegynders sind
- > Nysgerrighed
- > Nærvær
- > Ordentlighed
- > Overrask kunden
- > Overskud
- > Outplacement
- > Passion i det vi siger ja til
- > Positiv psykologi
- > Procesforståelse
- > Præstationslyst
- > Relationer
- > Resultater
- > Ring dem op
- > Rummelighed
- > Slip
- > Sælg kun hvad de har brug for
- > Spørgsmålet bestemmer svaret
- > Struktur skal fejres
- > Stræk tanker
- > System
- > Tillid
- > Transfer skal være positiv
- > Tålmodighed
- > Umage
- > Variation i programmet
- > Version 2.0
- > Viden vi handler på
- > Økonomi som sætter os fri

## Sætninger vi læner os op af

Grib hinanden i at gøre tingene rigtigt  
*Jacob Lindeblad*

God er den største fjende til bedst  
*Jim Collins*

Mine bedste tanker kommer fra andre  
*John Maxwell*

Det er oplevelsen af virkeligheden der er virkeligheden  
*Carl Rogers*

Elsk ideen i 5 minutter  
*Lotte Møller*

Et gennembrud er et brud med noget  
*Stephen R. Covey*

Bag ethvert problem gemmer der sig en frustreret drøm  
*David Cooperrider*

Vi skal være bedre end os selv  
*Anthony Robbins*

Vi skal have ambitioner på hinandens vegne  
*Finn Gjersøe*

Med den vision,  
de produkter, de værktøjer,  
den prioritering,  
det mind-set, de dogmer,  
den feedback, det sprog,  
alt det vi sætter kunden  
i stand til...  
og frem for alt med DIG

...er vi allerede godt på vej  
mod fremtiden!

