

BUSINESS UNUSUAL

Sådan vinder
Succes
over Fiasko

CHRISTIAN
CAMPBELL



BUSINESS UNUSUAL

Sådan vinder
Succes
over Fiasko

CHRISTIAN
CAMPBELL



GENNEMBRUD.NU



De første spæde skridt

Introduktion

side 5

BUSINESS UNUSUAL – Styr retningen for dit gennembrud!

16

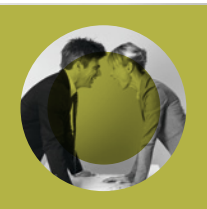


Vækstfase 1

Tanker

side 21

SKYD GENVEJ-STRATEGI – De tre funktionsniveauer	26
GULD ELLER FATTIGGÅRDEN – Start dit gennembrud VIA dine tanker!	30
TANKERNES NATURLOV – Vend det hele på hovedet!	36
TRANSFORMATION 1 – Få fuldt udbytte af erfaringerne!	46
TRANSFORMATION 2 – En stærk fantasi – skaber en glørværdig fremtid!	58
TRANSFORMATION 3 – Succes og Fiasko deler skatten!	70
LUK VÆKSTFASE 1 – Klar retning og målrettethed	81

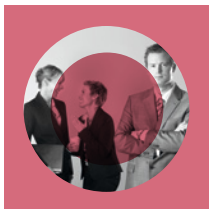


Vækstfase 2

Ord

side 89

TRANSFORMATION 4 – Ord inviterer	100
TRANSFORMATION 5 – Ord afviser	108
LUK VÆKSTFASE 2 – Konklusion på ord	118



Vækstfase 3

Følelser

side 125

TRANSFORMATION 6 – Når vi har følelserne	134
TRANSFORMATION 7 – Når følelserne har os	146
LUK VÆKSTFASE 3 – Konklusion på følelser!	156



Vækstfase 4

Handling

side 163

TRANSFORMATION 8 – Adfærd, der understøtter vores ønsker/mål	174
TRANSFORMATION 9 – Adfærd, der underminerer!	184
LUK VÆKSTFASE 4 – Konklusion på handling	193



gennembrud.nu-systemet

Overblik

side 199

VÆKSTFASE 1 – Tanker	200
VÆKSTFASE 2 – Ord	202
VÆKSTFASE 3 – Følelser	204
VÆKSTFASE 4 – Handling	206

A black and white photograph of a man and a woman shaking hands, framed within a large white circle. The man is on the left, wearing a dark suit and tie, looking towards the woman. The woman is on the right, wearing a dark blazer over a light-colored striped shirt, smiling and looking back at the man. The background of the circle is a solid light color. The overall image has a purple tint.

INTRODUKTION

De første spæde skridt



”Når vores tanker, ord, følelser og handlinger rammer målet samtidig, skaber vi et gennembrud – det er uundgåeligt! Ganske som tyngdekraften er en naturlov, der virker, uanset hvor vi befinder os, er der naturlove, som aktiverer gennembruddets kraft. Vi skal lære de love at kende og udnytte dem til fulde.”



I dette kapitel får du

BOGENS FORMÅL

VIGTIGT

Personlig udpakning som guideline

AFKLARING

gennembrud.nu-systemet, fra tanke til handling

INDSIGT

Om forfatteren

KOM I GANG

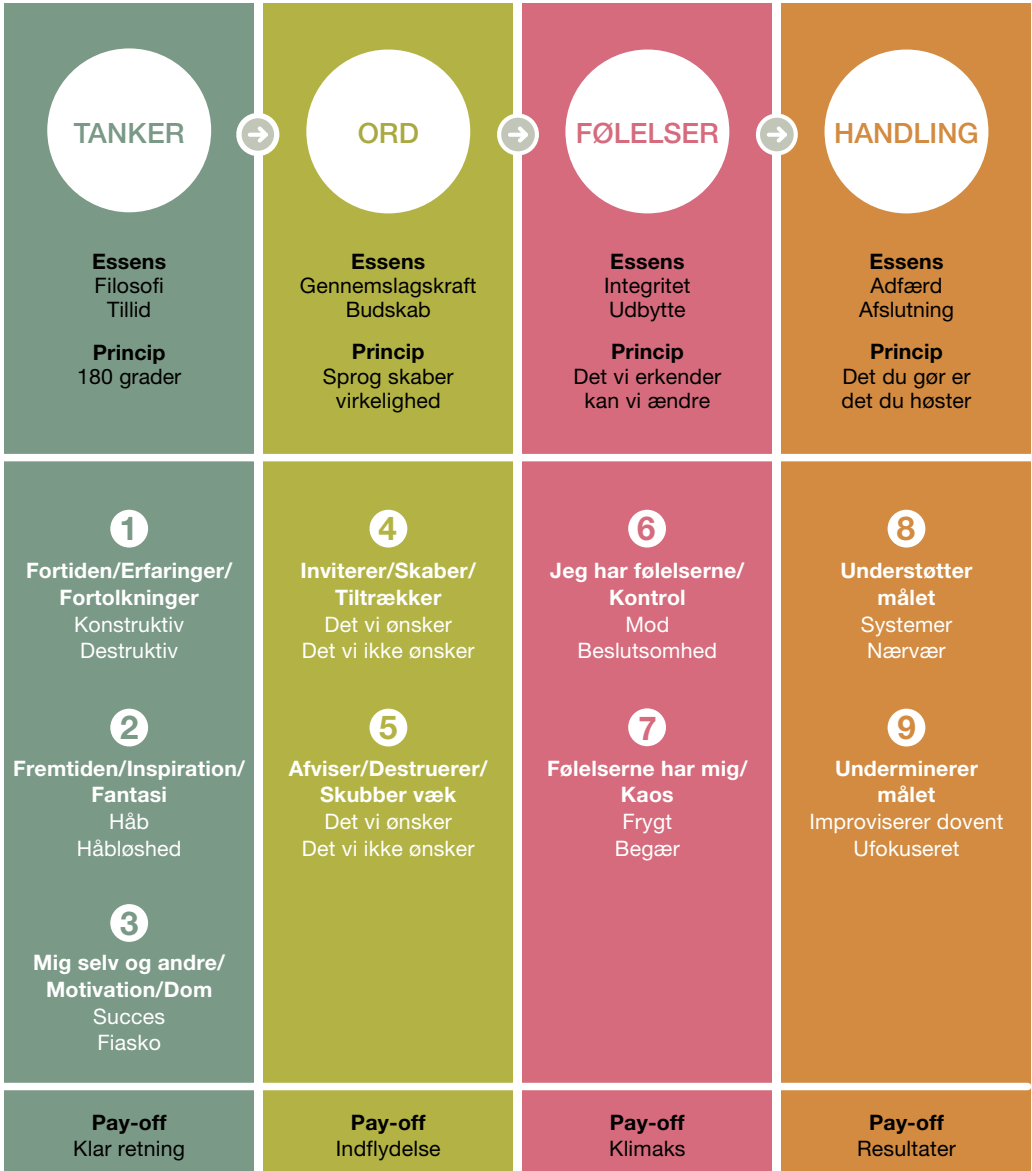
Quick-guide A-Z

På hjerte

”Gammel vin på nye flasker, en bog mere om evig lykke og 12 step til det lyserøde liv!” Endnu en smartenheimer har valgt at bræge op om sine lomme-filosofier, tænker du måske, og dine tics trækker kraftigt i dine øjenbryn og overlæbe ved tanken. Jeg skal hurtigt indrømme, at jeg selv kan være den værste, når det kommer til fordomme om, hvad jeg vil møde i de bøger, jeg læser. Igen og igen er jeg blevet bekræftet i mine fordomme, men jeg har bestemt også måttet konstatere, at der findes mennesker, der vitterligt har noget på hjerte. Jeg har noget på hjerte, og jeg vil ikke undskylde eller forsvare noget som helst i denne bog. Jeg skriver, hvad jeg tænker ud fra mine erfaringer, og jeg tror på, det virker! Jeg vil introducere dig til gennembrud.nu-systemets fire vækstfaser og ni transformationer. Jeg vil dele, hvad jeg ved, og ikke alt kan blive forklaret ned til mindste detalje. Jeg er sikker på, du vil kunne gennemskue mine fejl og fange mig i at tale i paradokser. Men lad nu ikke mine begrænsninger blive dine! Døm intet her i bogen uden først at prøve det af. Jeg er ikke kommet sovende til indholdet, og selvom jeg er ret uhøjtidelig omkring min egen person, så er jeg gennembrud.nu-systemet – i alle celler i min krop. Jeg lever det ud som en livsstil hver eneste dag.



Introduktion





BOGENS FORMÅL

Business Unusual er en fagbog med fokus på personlig udpakning! Personlig udpakning betyder, at du inviteres til at udfolde dit potentiale og dit jeg på en usædvanlig og ny måde (begrebet personlig udpakning forklares nærmere senere i bogen). Bogens mindset er et direkte modsvar til vanetænkning, slidte forretningsklicheer, misforståelser om individets reelle potentialer og "business as usual"-religionen. Det er vigtigt at forstå, at enhver investerings-, optimerings- eller forretningsrådgivning i virkeligheden er personlig rådgivning. Ingen har nogensinde skabt et gennembrud baseret på værktøjer eller ressourcer alene. Det er nye tider, og linket mellem vores personlige formåen, og hvad vi kan være med til at skabe, vil blive mere og mere tydeligt. Det handler om at være med i spillet allerede nu, og *Business Unusual* er mit indspark til dig, der ønsker at tilegne dig evnen til at skabe gennembrud. Jeg har valgt en form, som leverer principper frem for værktøjer. Værktøjer er resultatet af produktionstankegangen, som for længst er uddød, hvorimod principper er fremtidens succesvæksthormon. Disse principper "skal" implementeres i din hverdag, ved at du skaber dine egne værktøjer. Et værktøj i denne sammenhæng er de små rytmer og "tricks", som viser sig at være lige præcis det, der får dig til at implementere og udnytte principperne i hverdagen. Derfor skal du selv beslutte, om det skal være en seddel på dit skrivebord, en tattoo på balden eller noget helt andet, der sikrer dit gennembrud. Uanset hvad, så handler succes i fremtiden om at gøre noget nyt. "Business as usual" er død, og "business unusual" er fremtidens præmis! Jeg bliver ikke udelukkende fagspecifik omkring f.eks. salg eller ledelse, da jeg har valgt en form, der sikrer et solidt og bredt fundament. Ligeledes vil jeg levere budskabet med tre virkemidler:

1. Provokation
2. Eftertanke
3. Forklaringer/teori

Det betyder, at provokation og eftertanke fylder ca. 2/3, og resten er teori. Formålet er at gøre det muligt for dig at skabe et personligt gennembrud. For meget teori fordummer os i virkeligheden og forhindrer os i at gøre noget praktisk ved "det". Bogen guider dig gennem gennembrud.nu-systemets fire vækstfaser og ni transformationer for at manifestere, at følgende udviklingsfilosofi bliver en del af dig: For at få optimalt udbytte af vores faglige kompetencer, som er dem, vi tjener penge på og skaber resultater med, må vi have veludviklede personlige/menneskelige kompetencer. Dette opnås ved at stimulere disse tre punkter i kronologisk rækkefølge:

1. Personlig kompetence
2. Strategi
3. Værktøjer

Det betyder, at når du læser bogen, vil 2/3 fokusere på at skabe grobund for nye personlige kompetencer og strategier, og 1/3 del vil fokusere på værktøjer og hvad du kan gøre. Provokation stimulerer personlige kompetencer. Eftertanke stimulerer strategi, og teori hjælper os med at bygge de rigtige værktøjer. At se bogen som en samlet proces frem for blot en lærebog, vil gøre oplevelsen langt mere kraftfuld for dig. Et eksempel på de tre punkter herover: Jeg kan være nok så dygtig ved mit eget skrivebord, altså have en høj faglig kompetence, men vil jeg skabe et gennembrud, skal min evne til at formidle min viden til andre være veludviklet. Formidling ses som en personlig kompetence, hvor økonomi, salgsteknik og ledelsesværktøjer bliver anskuet som faglige kompetencer. Den typiske proces, der fører til et gennembrud, er som oftest:



Introduktion

1. Erkendelse af begrænsninger
2. Transformation
3. Gennembrud

Evnen til at skabe gennembrud er efter min mening en af de allermest afgørende menneskelige kompetencer, der findes. Hvis ikke vi formår at bryde igennem på de områder af vores liv, der virkelig betyder noget for os, opstår der håbløshed, sorg og desperation. De seneste par år har vist sig som et rigtig godt eksempel på dette: virksomheder gik fra storhed til forfald på få måneder! På den anden side, når det lykkes os at bryde igennem, er livet en helt anden størrelse at være en del af. Mennesker og virksomheder har gennem krisen grebet de ændringer, tiderne har bragt med sig, og skabt mere værdi og bedre grundlag herpå. "Tiderne" påvirker nogle på én måde og andre på en anden – vores personlige kompetencer påvirker tiderne.

Når først vi har lært principperne, der skaber gennembrud, at kende, kan vi bruge dem på alle områder i vores liv. Dynamikkerne bag den gennem-brydende kraft er ikke begrænset til få områder, men kan bredes ud og bruges der, hvor vi ønsker det. Jeg tror personligt på, at vi er på vej ind i tiden for personlig udvikling version 3.0, som bærer præg af en helt ny fordybelse, erkendelse og modenhed. Her bliver det tydeligt for os alle sammen, at grundpræmissen for at skabe udvikling starter med personlig udpakning. Hvordan kan vi tage et produkt, vi endnu ikke har pakket ud, og begynde at forbedre det? Det er ganske simpelt ikke muligt. Vi må starte lige her og nu, hvor vi er lige nu, og ikke andre steder end der. At udvikle sig personligt, at udvikle en virksomhed, at udvikle et land starter med, at vi lærer personen, virksomheden eller landet bedre at kende, og forstår nogle af de mere grundlæggende dynamikker, der påvirker os, dem eller

den. Hvordan dette gøres i praksis, vil de ni transformationer lære dig.

Det er ikke muligt at forbedre noget, som vi ikke kender plusserne og minusserne ved. Selvfølgelig skal vi forstå vores fælles psykologi (DISC, JTI og andre typologier), markedernes bevægelser og tiltrækningens kraft, men hvis vi som individer eller virksomheder ikke kender os selv – så hjælper det os ikke at kende omstændighederne! "Kender os selv" betyder, at vi har evnen til at gennemskue, hvor og hvordan vi virker, og hvor vi ikke virker. Denne udpakning er i bund og grund helt logisk, og alligevel findes der tusindvis af historier, som beskriver forsøg på udvikling og optimering, uden at den nødvendige selvindsigt har været til stede som udgangspunkt. Mange forsøger at gøre selvindsigt til en metervare, men det er den altså ikke. Meget udvikling, reducering og optimering ender med at blive bygget på en base af fornægtelse af, hvordan tingene i virkeligheden forholder sig. Jeg opdagede dette princip tydeligt i mine første år som uddannet psykoterapeut. Folk kom til mig med en enorm vilje til at tale om alt muligt andet, end det deres reelle udfordring var. Faktisk var udgangspunktet for terapi for mange at finde en smutvej uden om deres reelle problem. Da jeg begyndte min erhvervskarriere, opdagede jeg, at dette princip også gjorde sig gældende her. Man brugte hundredtusindvis af kroner på at uddanne de ansatte og udvikle systemer, der skulle sælge mere, optimere noget eller bare skabe noget nyt. Alt dette uden at man så i øjnene, at den reelle udfordring handlede om noget helt, helt andet. Dette "andet" vil jeg igennem bogen redegøre for. Det gik op for mig, at hverken en virksomhed, en familie eller et universitet nogensinde kan blive bedre, hvis ikke individerne, der skaber rammerne, bliver bedre. Bedre betyder ikke, at der er noget



galt – bedre betyder dygtigere til at skabe det, der for individet, virksomheden eller landet er succes. For at blive bedre er det i sagens natur afgørende, at vi ved lige præcis, hvor vi står, og hvad vi kan og ikke kan. Det oplever jeg egentlig i princippet, at der arbejdes med mange steder – men det foregår kun på det faglige niveau. Det kan være det faglige i at være sælger, leder, mor, far eller skraldemand. Udfordringen herved er, at uden veludviklede personlige kompetencer vil vi aldrig få fuldt udbytte af vores faglige kompetencer. Hvad hjælper det, at jeg er verdens dygtigste økonom, hvis ikke jeg kan kommunikere min viden ud i virksomheden på en måde, der gør, at virksomheden bærer præg af det, jeg ved? Hvad hjælper det, at jeg kender alle ledelsesværktøjerne, hvis min personlighed er utiltalende, og ingen gider bruge tid sammen med mig? Jeg har set den ene efter den anden feel-good løsning, som har givet sig ud for at være det, der er trendy lige nu, uden at kunne tilbyde et reelt og blivende gennembrud.

Grunden er, at feel-good løsninger ensidigt tilbyder os det, vi GERNE VIL HAVE, men ikke det, vi HAR BRUG for. Det er lidt ligesom vores børn; de vil rigtig gerne have cola, men det er ikke det, de har brug for. Mange gange fokuseres der smalt på resultatet; penge, at vinde, at få børn eller hvad ønsket nu måtte være. Vi fortaber os i tankesæt, der accepterer, at succes som begreb kun defineres ved at nå frem til målet, og ikke også ved måden, vi når frem på. En 100-meter kan vindes ved at være den, der løber hurtigst, men også ved at spænde ben for den, der løber hurtigst. gennembrud.nu-systemet kendetegnes ved, at der ikke blot fokuseres på at nå målet, men også på måden, vi gør det på. Disse to faktorer smeltes sammen og dækker begrebet udvikling. Hvis jeg slår verdensrekorden i 100-meter, handler det selvfølgelig om at vinde,

men bestemt også om, at min sejr er med til at løfte andre. I virkeligheden er der ingen mennesker, der skaber resultater alene, og at anerkende andres rolle, og ikke mindst belønne den, når vi trækker vores sejre i hus, er en af de grundlæggende og afgørende værdier i gennembrud.nu-systemet. Jeg tror på, at succes skal være helstøbt og ikke kun måles på ego-resultatet! Derfor tages både det personlige og det faglige element under kærlig behandling i Business Unusual.

Det er reelt ikke svært at drømme om et mål: ”Jeg vil være rig, lykkelig, slank og berømt.” Men var det så simpelt at bryde igennem, manifestere et gennembrud og opleve succes i den ”fysiske verden”, ville en langt større procentdel af os rent faktisk gøre det.

Vi ville nyde succesens frugter, sikre vores pensioner og smile lykkeligt til vores partner dagen lang – men det gør vi ikke! Vi tumler rundt – den ene dag er vi oppe og flyve, den anden er vi i kulkælderen. Vi forfalder til at tro, at fordi vi har pengene, er det i orden, at prisen var fire ægteskaber samt kontakten til vores børn. Tænd for erhvervsnyhederne, og iagttag adfærden på aktiemarkedene. Her ser vi det, jeg kalder ”abe-sindets” natur udfolde sig i fuldt flor (jeg vender tilbage til abe-sindet senere), og der udvikles på ALT andet end de bagvedliggende menneskelige kompetencer. Vores pengeproblemer handler ikke om kapitalismen, men om menneskers personlige forhold til penge. Direktørens personlige forhold til, hvad der er god forretning, vil altid præge virksomheden voldsomt, og hvis markederne ændrer sig, og hans eneste fokus er at ændre virksomheden, og ikke sig selv og dem, der arbejder der – ja, så har alle, der er afhængige af virksomheden, et problem. Jeg har i min tid mødt rigtig mange topledere, der ikke engang var



Introduktion

tæt på at kende sig selv. Jeg har også set andre ledere skabe personligt gennembrud og set, hvordan dette har optimeret virksomheden i en grad, der virker mirakuløs. Det er ikke mirakuløst – det er helt logisk set med de briller, der betragter verden via de naturlove, der skaber gennembrud. Er du på plads med det hele, føler du ikke, du kan bryde mere igennem, ved du alt, hvad der er at vide om succes – så smid bogen her væk! Du kan ikke bruge den til noget.

Men har du bare den mindste gnist til noget mere eller noget nyt, så har jeg en invitation til dig: Læg dine fordomme og det, du allerede tror, du ved, på hylden, imens du læser Business Unusual. Lad dig ikke forstyrre af dine tanker og følelser. Lad ikke dine fordomme stoppe dig! Jeg vil bevidst provokere dig. Jeg vil med vilje prikke til dine eksisterende idéer og succes-formularer. Jeg vil vende kendte succeskoncepter på hovedet, og jeg vil udfordre den gængse måde at tænke forretning, udvikling og succes på. Business Unusual handler om, at vi ikke falder i den kategori af mennesker, der "kun" *taler* om at gøre noget nyt, men at vi rent faktisk er i den gruppe, hvor vi *gør* noget nyt, og på den måde er med til at sætte den nye dagsorden. Jeg har ét formål, og det er at skabe et gennembrud, der sender en positiv chokoeffekt igennem dig. Det eneste, det kræver af dig, er, at du åbner hjernen og prøver principperne af i praksis. Jeg ønsker, at du får en ny gennemslagskraft ind under huden, at du i enhver celle i din krop ejer, hvor effektivt det er at benytte gennembrud.nu-systemet fuldt ud – at synkronisere vores tanker, ord, følelser og handlinger.

→ VIDSTE DU, AT ...

Synkronisering er det at gøre ting samtidig eller at bringe flere hændelser til at ske i et tidsmæssigt afhængigt forhold.

Jeg ønsker, at du kommer til at opleve, hvor banebrydende det er at tage udgangspunkt i dine personlige kompetencer, når du ønsker at få fuldt udbytte af dine faglige kompetencer. Vil du være et bedre menneske, en bedre forælder, leder, sælger eller noget andet er ligegyldigt. At synkronisere vores tanker, ord, følelser og handlinger aktiverer en naturlov – naturloven for gennembrud. Naturlove er ligeglade med hvor, hvordan og til hvad, vi bruger dem, de er bare de love, naturen virker under.

VIGTIGT

Personlig udpakning som guideline

Hvem har ikke hørt ordsproget: "Det handler ikke om at vinde, det handler om at være med!"? Men hvad er det nu for noget? Hvis jeg forestiller mig en karriere, hvor jeg er med, men ikke "vinder" nye erfaringer, viden og muligheder, eller et forhold, hvor jeg er med i hverdagen, men ikke i længden "vinder" min elskedes hjerte, mine børns tillid og min egen selvrespekt, hvad er det hele så værd?

Vi er afhængige

Uanset hvilke mål, jeg har, eller hvilke mål, du har – er vi afhængige af andre mennesker for at opnå succes. De andre er dem, der køber vores produkter, som igen betaler for alle vores drømme. De

andre er dem, der forelsker sig i vores personlighed og deler resten af livet med os. De andre er dem, der roser os for vores indsats og belønner os med deres anerkendelse. Derfor er vores evne til at opbygge og vedligeholde relationer til andre mennesker afgørende for, i hvor høj grad vi har succes.

Sådan skaber vi gennembrud

Vi kan vende og dreje ting i alle mulige retninger, men når det handler om succes, ender vi altid med vores egne personlige muligheder og udvikling. Og én ting, vi kan konkludere, er, at succesfulde mennesker har helt bestemte ting til fælles, som de aldrig afviger fra. De har evnen til at rette alle deres personlige ressourcer mod det samme mål. Der er fire afgørende principper, som alle mennesker indeholder: tanker, ord, følelser og handlinger – når vi lærer at rette dem mod vores mål samtidig, sker der et gennembrud.

Ligesom tyngdeloven trækker i os

Prøv at gå op på 5. sal og læn dig ud over altanen. På et tidspunkt trækker tyngdekraften os ud af balance, og vi ender med at falde ned. Tyngdekraften er en naturlov, som vi lærer at kende og kan bruge til både egen fordel og ulempe. Kender vi ikke tyngdelovens præmisser, er en ting helt sikkert – vi kommer galt af sted. På samme måde er det med personlig, forretningsmæssig eller anden udvikling; kender vi ikke de naturlige principper, det foregår under, kommer vi galt af sted. En af de STORE fejltagelser, der foregår i optimeringens navn, er, at vi udvikler på ting, vi grundlæggende ikke har indsigt i. Der er ting, der trækker os mod fiasko, og der er ting, der trækker os mod succes, og så længe vi ikke kender disse principper ordentligt, kan vi uanset omstændigheder eller andet ikke få optimalt udbytte af situationen. Personlig udvikling er et glimrende eksempel. Hvis vi ikke kender

vores egen succes- og fiaskosammensætning grundigt – og heller ikke kender gennembruddets naturlov – og begynder at udvikle os selv, er der en rimelig logik i, at resultatet vil blive begrænset.

Vi skal i første omgang ikke udvikle os selv og blive en bedre version af os selv – vi skal pakke os selv ud, se ”produktets” fordele og ulemper, sætte dem effektivt i spil, og når vi har samlet en tilpas mængde erfaringer, begynde udviklingen, eller optimeringen, om man vil. Det betyder, at første tiltag er at lære sig selv og de ”naturlove” at kende, som vi opererer ud fra; det er personlig udpakning! Bagefter bruger vi vores erfaringer fra denne proces til at optimere; det er personlig udvikling.

Jeg har ofte set folk forvente, at fordi de tænker positive tanker, skal der også ske positive ting i deres liv. Men succes handler ikke kun om tanker. Succes handler ikke om, hvad vi synes er retfærdigt – men langt mere om, hvad vi vælger at gøre. Og hvis ikke vi læner os ud over altanen, trækker tyngdeloven os ikke ned på gaden. Sådan er succes også – den ligger ude på kanten, og her vil det være smart at læne sig ud over.

Med ønsket om dit gennembrud,
Christian Campbell, 2010.



Introduktion

AFKLARING

gennembrud.nu-systemet, fra tanke til handling

"Vi bruger alle sammen allerede gennembrud.nu-systemets principper i vores liv. Det er vigtigt at vide, at de principper, der skaber succes, er de samme principper, der skaber fiasko."

gennembrud.nu-systemet leverer principperne, der skaber synkronitet mellem vores tanker, ord, følelser og handlinger. Jeg plejer at sige, at systemet leverer "how to do, what to do". Jeg har valgt at kalde summen af gennembrud.nu-systemet for Succes Management. Succes er bygget af stærk og effektiv ledelse! Hvis vi lader stå til eller tror, at fokus på tanker alene, eller en god kommunikation alene, eller positive følelser alene, eller en smart adfærd alene, kan klare ærterne, vil vores indsats blive belønnet med fiasko. Det handler om, at "jeg" tager lederskabet og ansvaret for min og min gruppes succes, og at "du" tager ledelse for din. I samarbejdet er din succes min succes, og det går selvfølgelig også den anden vej. Det samme forhold gør sig gældende imellem de fire gennembrud.nu-vækstfaser. Er samarbejdet imellem vores tanker og f.eks. følelser dårligt – ja, så høster vi frugterne heraf. Lige præcis dette forhold gør sig gældende hver dag. Vi tænker et og gør noget andet. Vi siger, at vi vil gøre noget, men overgiver os til de følelser, der hellere vil noget andet. Vi bruger naturloven for gennembrud aktivt til at skabe fiasko for os selv med. Der findes alle mulige successtrategier, som forsøger at bypasse dette forhold og springe fra ruin til slot på en uge, men det svarer til at forsøge at ignorere tyngdekraften. Tyngdekraften er altså også den, der sørger for, at det er nemt at cykle ned ad bakke. Succes Management er et fokus og et system. Det er en tagen det, vi ønsker os, alvorligt,

og det kan bruges til lige præcis det, du ønsker at bruge det til. Der er frit valg på alle hylder.

Jeg vil dele nogle få, men vigtige dele af min egen historie. Jeg deler dem for at skabe bedre adgang til transformationerne undervejs, så selve Succes Management-begrebet giver mere mening for dig.

INDSIGT

Om forfatteren

Personligt føler jeg mig "trukket" ind i optimering af virksomheder og udvikling af mennesker. Jeg kan simpelthen ikke lade være! Jeg har i perioder prøvet at lægge det på hylden, men uanset hvor jeg lander, går min hjerne i gang med at optimere. På et tidspunkt accepterede jeg denne del af mig selv og begyndte at kultivere den. Min beslutning blev, at når nu jeg ikke kan lade være, vil jeg være den bedste til det. Derfra er der løbet rigtig meget vand igennem åen, og mit fokus er i dag mere på den forskel og påvirkning, jeg kan levere, end om jeg selv er god eller dårlig. Min interesse er det store billede, og hvis jeg kommer til at fokusere for meget på de ting, der er ligegyldige for mig, mister jeg mit drive.

En stærk naturlov

Hvis du er udstyret med menneskeøjne – er det svært at se i mørke. Har du fire ben, kan du løbe hurtigere end dem, der har to ben! Sådant er reglerne – sådan er naturlovene! På samme måde er der naturlove for, hvad der skaber succes og fiasko. Øjne bliver slidt med alderen, og det samme gør ens ben (krop). Men evnen til at skabe succes eller fiasko styrkes hele livet, hver dag – uanset hvilken evne, du har, så bliver du bedre til det (fiasko eller

succes) hver dag. De fleste har en fin blanding af begge – den ene dag går det meget godt, den næste ikke så godt!

Kom nu af sted – du kan ikke sidde her

- Mange tænker: “Jeg skal sgu være rig”.
- Så siger vi det til andre med ord: “Christian, jeg skal være rig!”
- Fordi det fylder i både ord og tanke, får vi en følelse af, at sådan skal dét være.
- Men handlingen bliver en lottokupon i den nærmeste kiosk – og vi sidder i sofaen og venter på, at lykken “rammer” os?

Held og lotto siger jeg bare!

gennembrud.nu-konceptets kerne er at bringe os fra tanke til handling. At skabe synkronitet mellem det tænkte, sagte, følte og gjort – så er naturlovene sådan indrettet, at du skaber gennembrud ... SUCCEs! Det fede ved konceptet er, at vi alle kender det rigtig godt – ubevidst! Lær at bruge det bevidst – og alle muligheder står åbne for dig. Jeg ved, det virker. For det meste fortæller andre os, at vi skal arbejde mindre, anderledes, være mere forandringsvillige osv. Jeg siger: “Find ud af, hvad du er god til, og hvor du virker – gentag dette igen og igen. Sid ikke der, kom nu af sted! Jeg har bygget gennembrud.nu-systemet ud fra denne filosofi.

Passion – din passion

Den eneste effektive udvikling er at finde ud af, hvad naturloven for SUCCEs er, skabe en plan, der rykker dig fra tanke til handling, og så ellers komme derudad. I hele min skoletid fik jeg at vide: “Christian, du tænker for meget!” Det var godt, jeg ikke hørte efter, for i dag kan jeg levere et super powerfuldt gennembrud.nu koncept – netop fordi jeg virkelig har tænkt over tingene! Ja, nogle gange sover jeg ikke om natten, fordi knolden kværner

derudad. Nogle gange glemmer jeg at spise en hel dag, fordi jeg er optaget af, hvordan man kan rykke en salgsstyrke fra OK til fantastisk. Alt har sin pris – at udleve en passion koster. Faktisk betyder passion oprindeligt “lidelse”. Og herre gud, lidt mad og lidt søvn hist og her – det er o.k., hvis jeg kan få lov til at skabe gennembrud for mennesker og firmaer hver dag!

Jeg kommer fra en dysfunktionel familie og falder klart i kategorien mønsterbryder. Jeg har rykket mig fra vred teenager til langt mere rolig og centreret voksen. Jeg har altid kastet mig ud i livet og prøvet mig frem, hvilket har resulteret i både fiasko og succes. Mit personlige gennembrud har skabt en grundlæggende overbevisning i mig: Alle kan skabe gennembrud, og det er min passion nummer ét – at hjælpe så mange mennesker som overhovedet muligt med at skabe gennembrud, hvor de ønsker det.

Faktuelt

Efter endt studie til psykoterapeut i 1998 har min vej været forunderlig.

- Jeg har bl.a. arbejdet som salgs- og driftschef, HR Manager og sælger.
- I 2003 faldt gennembrud.nu-systemets fire vækstfaser på plads
- Februar 2004 startede gennembrud.nu op
- I 2006 vandt jeg en iværksætterpris
- Fra 1997 og til dags dato er der leveret ca. 5.500 individuelle sessioner og undervist ca. 7.400 erhvervs-kunder.
- I 2009 blev Management-By-Me-uddannelsen grundlagt samt ”Create The Future” Sessions og CEO-conversations
- I 2010 grundlagde jeg og begyndte at udgive breakthrough.now magazine



Introduktion

Jeg tror på, at et af de allervigtigste elementer i succes er systemer. At vi finder systemer for alle de ting, som er med til at hjælpe os tættere på målet. Hvorfor er det, at så mange mennesker lægger planer, hvis skæbne er skuffen med udskydelser, og drømmer om guld og grønne skove og ender med at "bo fattige i en bivuak i ørkenen"? Min erfaring siger mig, at det handler om systemer. For rigtig mange mennesker er systemer synonymt med kedsomhed. Det er noget tørt, rutinepræget skrammel, som udøves af nørdere – men vil vi have succes, er det tid til at gøre op med denne lidt barnagtige dovenskab.

Tulipanen, der overlevede 70 minusgrader

Jeg vil bestemt ikke påstå, at jeg ALTID har haft ønsket om at skrive en bog, og at dette endelig sker nu. Virkeligheden er, at jeg ikke længere kunne ignorere impulsen. Jeg har ellers gjort en heftig indsats i mange år, men den blev ved med at presse sig på, og uanset hvad jeg har gjort for det, har jeg ikke kunnet slippe af med den. Bogidéen har været lidt ligesom en irriterende moster, som bliver ved med at spørge til, hvad man skal være, når man bliver stor. Psykoterapeut, sælger, leder, Succes Manager og – forfatter? Sjældent har jeg begivet mig ud i så mange overspringshandling, som jeg har gjort for at slippe for at skulle skrive. Men – langt størstedelen af mit karriereforløb er udtænkt langt smartere og mere nuanceret af "universet" end af min egen fantasi, og det samme gør sig gældende for denne bog. Bogen er en naturlig konsekvens af alle de tanker, erfaringer og oplevelser, som førte mig til gennembrud.nu-systemet. Jeg må indrømme, at jeg på nuværende tidspunkt er stolt af, at den landede på mit skrivebord.

Denne bog er vokset ud af min personlige rejse. Den er vokset ud af at iagttage andre mennesker skabe gennembrud. Den er vokset ud af visionen

om, at mennesker på et tidspunkt når til det punkt, hvor vi ikke bare ønsker at drømme – men beslutter os for at skære alle begrænsninger og naive idéer fra og gøre det, der skal gøres, uanset modstand, afvisning, kamp og nedgørelse.

gennembrud.nu-systemet defineres

Jeg har solgt, jeg har produceret, jeg har ledet, jeg er blevet ledet. Jeg har fyret, jeg er blevet fyret. Jeg har gjort det godt, jeg har gjort det dårligt. Jeg har skabt succes, og jeg har skabt fiasko, men i 2004, efter en behård skilsmisse i 2002/2003 med dertil hørende personligt og økonomisk sammenbrud, samlede jeg mig selv og min økonomi sammen igen. Jeg systematiserede mine faglige værktøjer og mine personlige erfaringer og formulerede det færdige gennembrud.nu-koncept. Fra 2004 til 2005 arbejdede jeg behårdt både med store virksomheder som bl.a. Dell Computer Denmark, Debitel Denmark og Plantedirektoratet samt mindre virksomheder som IKL-produkter, PersonaleBørsen og SAC-Leasing. Jeg arbejdede med ledere, sælgere – individuelt og i grupper. I 2005 konverterede jeg gennembrud.nu-konceptet til gennembrud.nu-systemet, som i dag består af ni transformationer, der skaber synkronitet mellem tanker, ord, følelser og handlinger. Mange virksomheder og pionerpersonligheder har efterfølgende fulgt systemet og skabt gennembrud – NU!

Vi siger ét og gør noget andet. Vi ønsker os penge, men taler ikke penge-sproget. Vi føler os klar, men leverer ikke handlingen. Der er rigtig mange fine succesværktøjer, men de hjælper os ikke, hvis vi ikke har en effektiv successtrategi. gennembrud.nu-systemet er en successtrategi, der tager udgangspunkt i autenticitet og troværdighed – at vi skal påvirke, røre ved og sætte bevægelse i gang, både hos os selv og andre. Når vores tanker, ord, følelser

og handlinger arbejder i samme retning, får vi gennembrud – det er en naturlov! Når vi lærer denne synkronisitet, kan ”universet” simpelthen ikke andet end at belønne os med et gennembrud. Om vi tror på tyngdeloven eller ej – den er ligeglad – den trækker bare i os! Der er også naturlove, der trækker os hen imod succes, og den samme naturlov kan trække os hen imod fiasko. Prøv de ni transformationer af, lad være med at lade dine overbevisninger styre, om du forsøger eller ej. Jeg har fortalt denne del af min historie for at vise en pointe. Jeg har ikke tænkt én eneste tanke, uden også at prøve den af i praksis, og jeg håber, det vil skabe et rum i dig, der giver dig mulighed for at gøre dine egne erfaringer med gennembrud.nu-systemets ni transformationer.

KOM I GANG

Quick-guide A-Z

Der er tre elementer, der udvikles i gennembrud.nu-systemet:

1. Personlige kompetencer
2. Systemer, strategier og principper
3. Værktøjer

Disse tre elementer synkroniseres via fire vækstfaser

1. Tanker
2. Ord
3. Følelser
4. Handling

Faserne er opdelt i ni transformationer

1. Tanker om fortiden
2. Tanker om fremtiden
3. Tanker om mig selv/andre
4. Ord, der inviterer
5. Ord, der afviser
6. Følelser, vi har
7. Følelser, der har os
8. Adfærd, der understøtter vores mål
9. Adfærd, der underminerer vores mål



Introduktion



BUSINESS UNUSUAL

Styr retningen for dit gennembrud!

AFGØRELSEN – Ægteskab eller skilsmisse?

”Vi forelsker os hovedkulds i rigdom, kærlighed, lykken, rejse jorden rundt, få børn – ja, you name it! Så kommer hverdagen, forelskelsen lægger sig, og ”kærligheden” til målet skulle gerne tage over. Det reelle ”parforhold” står sin prøve – skal vi gå igennem ild og vand sammen (målet og dig), eller skal vi ”skilles”?”



I dette kapitel får du

AFGØRELSEN

Ægteskab eller skilsmisse?

TALENT vs. HELD

Lotto eller gør-det-selv millionær?

KÆRLIGHED VED FØRSTE BLIK?

Flet fingre med dine talenter

VÆR USÆDVANLIG

Kernen i et gennembrud!

Inspiration til dette kapitel

Alt, hvad vi ønsker os, har en pris, og spørgsmålet er, om vi har lyst til at betale den pris? Er mit ønske mit eget, eller er det et ”adoptivbarn”? Grunden til, at lige præcis de to spørgsmål er vigtige, er, at succes – et gennembrud – kræver en solid indsats. Er målsætningen personligt forloren, vil vi altid falde i den kæmpestore kategori af mennesker, der giver op, lige før vi når frem.



VIDSTE DU, AT ...

Lykke er en følelse, som sætter os i en tilstand af velvære? Lykken siges at være individuel. Hvad der føles som lykke for en person, føles ikke nødvendigvis som lykke for en anden person. Betegnelsen lykkeglimt bruges mere om en kortvarig lykke.



TALENT vs. HELD

Lotto eller gør-det-selv millionær?

”Min” indre succes-svamp resonerer spontant ved udsigten til hurtig lindring. Rigdom-zapp-pillen flås af hylderne hurtigere, end industrien kan nå at producere den. En ting er helt sikkert – den formular virker for udbyder, men ikke ret ofte for aftager! Vi fristes til de hurtige løsninger. Vores lotto-begær spirer, og vi lander på den mentale sofa, hvor vi skifter kanal mellem en dramaserie og et syret reality show. Imens vi drømmer om hurtig rigdom, tjener andre styrende med penge på at underholde os, imens vi venter på lykkens lune.

Jeg tror på, at alle mennesker kan bryde igennem. Jeg tror på, at vores tankegang er en afgørende faktor, men jeg er også overbevidst om, at det ikke kan stå alene. Det er ikke nok at tænke positive tanker og lave drømmeplancher, som hænger og blinker på spejlet i soveværelset. Hvordan vi kommunikerer, hvilke følelser vi dyrker omkring vores mål, og hvilken adfærd vi møder målet med, er ligeså afgørende som tankegangen – og ingen af delene virker uden at ”samarbejde” med de andre.

Det er så yndigt at følges ad

Men i forhold til et gennembrud er det ikke ”kun” yndigt – det er nødvendigt! Vores tanker, ord, følelser og handling SKAL arbejde i samme retning (gennembrud.nu-systemet), men vejen til, at de rent faktisk gør det, er individuel, og skal tilpasses det enkelte menneske og dets omstændigheder. MEN principperne, der fører dig derhen, er de samme, der gør sig gældende for os alle. Vi duplikerer Steve Jobs, Ford, Anthony Robbins og Simon Spies, men det, de kan, er opstået ved, at de er gået deres egen individuelle vej, og fanger vi ikke principperne i historierne, vil de ikke hjælpe os overhovedet.

Nok kan det inspirere os, men hvis vi tror, vi kan copy/paste succes, vil vi i 97 % af vores tid her på jorden være frustrerede. Formularer og efterligning kan ikke mere end at give os et fokus-punkt at sigte efter, og succes kræver både handling og vedholdenhed.

KÆRLIGHED VED FØRSTE BLIK?

Flet fingre med dine talenter

Hvis jeg mangler penge og gerne vil være rig, er første step at finde ud af, hvad mit penge-tankesæt i virkeligheden er – og lave det om til noget, der virker. Det er f.eks. svært at blive rig, hvis vi har et penge-tankesæt, der kun tager hensyn til økonomisk sikkerhed og ikke økonomisk overflod. Sikkerhedstankesættet alene kan IKKE skabe overflod, det kan skabe sikkerhed. Derfor er ”If you can dream it, you can do it” relevant, men vi er kun lige startet – og målet skal ikke kun være muligt i hovedet, det skal jo også være muligt for os i virkeligheden!

Hvis du siger det!

Som jeg skrev før: det er besnærende, hvis budskabet leveres i et sprog, jeg allerede kender. Som Succes Manager konfronteres jeg hver dag med kommunikationens udfordringer. Når jeg ønsker at levere et budskab, skal mit sprog være forståeligt for modtageren. Omvendt ved jeg også, at hvis min kunde ønsker at tiltrække sig flere penge, skal han/hun også lære et nyt sprog – pengenes sprog. Er han ikke villig til det – er han fortabt. Vil han gerne have rådgivning, er den nemmeste vej for ham at lære det sprog, dem, der kan hjælpe ham, taler. Vi ender ofte der, hvor vi kræver, at ”de andre” skal kommunikere på vores sprog. Men hallo! Det er jo os, der vil have rådgivningen!



Introduktion

Følelser er nøglen

Jeg tror, vi alle kender dette eksempel i en eller anden form. Jeg ønsker mig at tabe 10 kg, men det må lige vente lidt, for jeg skal lige være færdig med at æde de her kager først? Vi udskyder til i morgen, på mandag, efter sommerferien, og vi kan da også bare lave det til vores nytårsforsæt. Problemet er "bare", at så længe "det" er udskudt, virker det ikke.

EFFEKTIVE SUCCES-FORMULARER

1. Vil du gerne tabe dig? Løsning: Æd færre kalorier end du forbrænder.
2. Vil du gerne være rig? Løsning: Tjen mange penge og brug færre end du tjener, invester smart og vær ikke grådig.
3. Vil du gerne være den bedste til noget? Løsning: Hav stort talent og træn mere, smartere og hårdere end de andre.

Men når nu vi kender formularen – hvorfor rykker det så ikke?

Simpelthen fordi vi ikke har opdraget vores følelser til at elske den indsats, vores mål kræver. Ja, jeg mener opdraget! Jeg har mødt fodboldspillere, der vil på landsholdet men HADER løbetræning – eller sælgere, der vil være den bedste, men mener de er for store navne til at ringe kanvas. Så vores drømme er ikke nok – vi skal kende indsatsen og træne vores følelser i at holde af den, og vores adfærd til at levere den.

Handling

Succes-formularer er ofte handlingsdelen, og tager sjældent hensyn til de tre foregående faser. Formularerne er de konklusioner, som succesfulde mennesker tidligere har draget. Men hvem siger, at en børs-succes beskrevet i en bog i virkeligheden giver dig nøglen til din rigdom? Første ting først: har du overhovedet penge nok til at handle på børsen? Der er flere ting, der undervejs skal på plads, før vi evner at gribe de muligheder, der åbner sig for os. Den vigtigste faktor til succes og gennembrud er processen – og den proces er dynamisk, og skal tage udgangspunkt i vores selvindsigt. Lad os blive ved pengene: Hvad er din gæld? Har du en portefolje? Kender du forskel på et aktiv og et passiv? Har du de rigtige rådgivere omkring dig? Fedt at vi drømmer – men vi skal også kommunikere, bygge mod og handle smart!

VÆR USÆDVANLIG Kernen i et gennembrud!

Puha, tænker vi måske – og det er naturligt, for enhver vej gås ved, at vi tager et skridt ad gangen. Ja, for fanden, det er fedt at få en formular – men forstår vi ikke processen, og gør vi den ikke til vores egen ... Glem det!!

Der kører en skrøne: "Det kræver penge at tjene penge!" Det er IKKE sandt – det kræver det rette tankesæt, det rette sprog, de rette følelser og den rette adfærd – og der er ikke nogen, der kan levere dette i form af et quick-fix til dig. Det er en proces, som umiddelbart er mulig for alle, hvis vi ser virkeligheden i øjnene og starter lige præcis der, hvor vi er.

De næste fire vækstfaser vil hjælpe dig med at komme i den rette stemning, når du skal til at planlægge og gennemføre et gennembrud.

A man in a dark suit and striped tie is shown from the chest up, looking directly at the camera with a serious expression. He has his hands raised to his face, with his index fingers pointing upwards near his temples, suggesting deep thought or concentration. The image is set against a light green circular background, which is itself centered on a darker green background. The text 'VÆKSTFASE 1' and 'TANKER' is overlaid in white on the man's chest.

VÆKSTFASE 1
TANKER



Det, du ser, er det, du får – tanker er vores sigtekorn. ”Uanset hvad du siger, føler eller gør – er dit tankesæt betændt, har du et seriøst problem! Til gengæld er historien om guldet for enden af regnbue en fantastisk analogi på sindets kraft! Vores tanker dikterer retningen for alt, hvad vi siger, føler og gør!”



I dette kapitel får du

VÅGN OP

Det, du IKKE ved, VIL skade dig!

DIN USLEBNE DIAMANT

Brug det bevidste og ubevidste optimalt!

JACKPOT

Træk i det bevidste og ubevidste

Inspiration til dette kapitel

Et besluttet sind er en ufattelig kraft, som sætter retningen for vores formåen. Det er sket igen og igen igennem tiderne, at folk har gennemført noget, som alle andre mente var urealistisk, naivt eller direkte dumt. Deres sind og tanker var kørt i retning, og de nåede alligevel frem til målet, selv om ingen troede på dem. Der er samtidig en lang, lang række eksempler på, at folk har haft idéer, som aldrig blev til noget, eller endte i ultimativ katastrofe. Forskellen på disse mennesker og deres idéer er interessant, og danner grundlag for et solidt gennembrud. Den største forskel ligger i evnen til at skabe kraftfulde tanker, og så selvfølgelig en forholdsvis sund dømmekraft.

Vores tanker er grundlaget for vores succes, men også for vores fiasko. Det er ikke lige meget, hvordan vi tænker, og ofte forelsker vi os i egne idéer og tanker, og ganske som alle andre usunde forelskelser, fortaber vi os i dem og mister overblikket. Mister vi overblikket i forhold til vores eget gennembrud, har vi overladt vores mulighed for at lykkes til tilfældighederne, og dem kan vi sjældent stole ligeså meget på, som den kraft, evne og ressource, som vores sind og tanker kan generere.

I dette kapitel lærer vi, hvordan tankerne kan blive vores ubestridte allierede og samarbejdspartner.



Tanker

VÅGN OP

Det, du IKKE ved, VIL skade dig!

"Hvad du ikke ved, har du ikke ondt af!" Det er da ellers noget af en påstand, og i alt for mange tilfælde er det ikke sandt. Jeg vil klart argumentere for, at dette ordsprog slettes fra alle hjerner i hele verden. Én ting er, hvad vi ikke ved om alt det, de andre render rundt og laver. En anden er alt det, vi ikke ved, der foregår i os selv. Allerede i starten af det 19. århundrede opdagede pionerer inden for psykologien, at vi mennesker for langt den største del lever vores liv som slaver af egne ubevidste vaner, og at vores bevidste fokus er en ret begrænset kapacitet. Alligevel har de fleste af os siddet på skolebænken med kravet om at rette ryggen, spidse blyanten og koncentrere os. Dette er faktisk den sværeste måde at lære noget som helst på, og når

vi ønsker at rykke os i et tempo, som passer til nutidens teknologiske og forretningsmæssige bevægelser. Vi skal have sat nogle helt andre elementer i spil.

DIN USLEBNE DIAMANT

Brug det bevidste og ubevidste optimalt!

Vores bevidsthed er central i rigtig mange sammenhænge, og derfor er man i videnskaben fortsat interesseret i at afdække, hvad det er for en størrelse. Man har blandt andet fået sat tal på de psykologiske pionerers iagttagelser om det bevidste og ubevidste. Der er lidt forskellige teorier om de faktuelle tal, men jeg har valgt at holde mig til dem, som Tor Nørretranders redegør for i hans "Mærk Verden" fra 1991 i kapitlet "Bevidsthedens båndbredde". Alle teorier er enige om essensen af

Bevidst

16-18 bit pr. sekund

Ubevidst

10-11 millioner bit pr. sekund



denne pointe, så du kan frit vælge den teori, der virker for dig. Se eventuelt filmen: "What the bleep do we know, down in a rabbit hole."

Hvert sekund arbejder de fem sanser; de ser, lytter, føler, lugter og smager sig frem. Mængden af information, som de fem sanser fodrer vores hjerne med, er overvældende. Et sted mellem 10-11 millioner bit information brager igennem os hvert sekund, og vores bevidste jeg kan slet ikke følge med. Derfor koges det hele ned til en lille mængde information, som så ender med at blive vores fokus. Vi fortolker vores indtryk, og det hele koges ned til et bevidst fokus, der gennemsnitligt ligger omkring 16-18 bit pr. sekund.

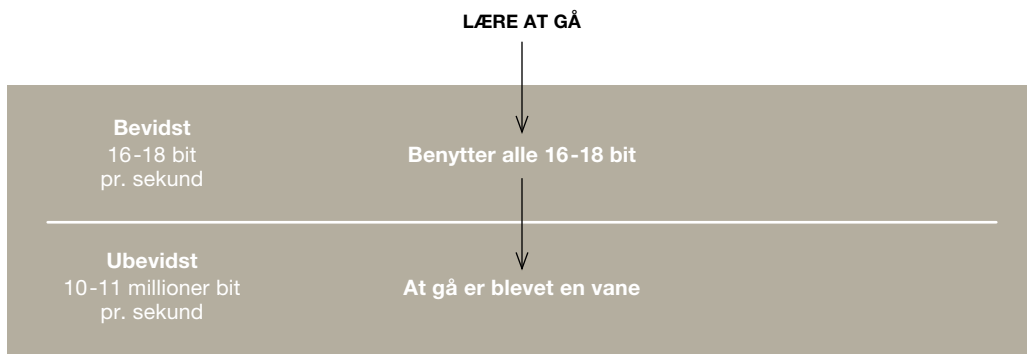
Så heldigvis behøver vi ikke være professorer i matematik for at indse, at forskellen på den mængde information, vi hvert sekund processer, og den

mængde, der ender med at være vores fokus, er ret overvældende. Men når menneskemaskinen nu er bygget sådan, må det jo have et formål – og det har det også, og det er intet mindre end genialt, hvis vi lærer det at kende på godt og ondt.

Gentagelse er gennembruddets mystiske ingrediens

Når vi som børn skal lære at gå, er alle 16-18 bit i fuld overload, imens vi øver os. Dukker farmor ovenud imponeret op på sidelinien og roser os til skyerne for vores fire nye skridt, ryger vi direkte på bleen; farmor, balance, højre/venstre, det er simpelthen for meget. Sådan er det at lære nyt resten af vores liv. De 16-18 bit er fuldt bookede, og slipper vi fokus, ryger vi "på bleen".

Gentagelse er en af menneskelivets kraftfulde hemmeligheder. Jo flere gange vi gør noget bevidst,





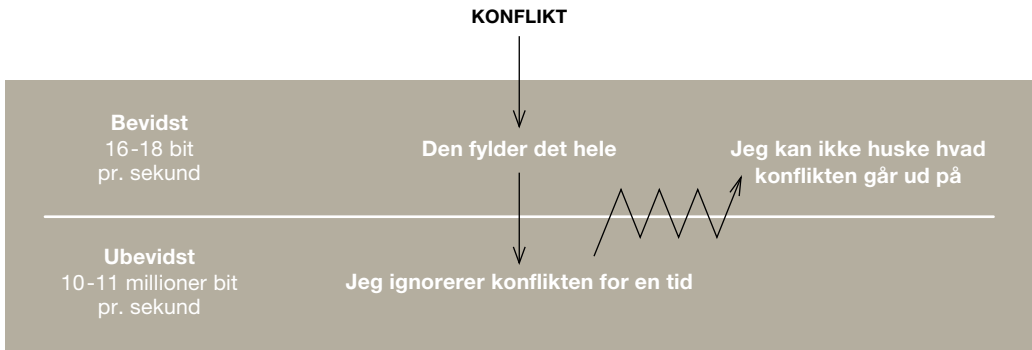
Tanker

jo tættere rykker det på det ubevidste, og det ubevidste er stedet, hvor vores vaner bor. Når vi har øvet os på at gå igennem nogle få måneder, falder tingene på plads. Vi går fra at blive forstyrret af farmor til rent faktisk at forsøge at få hendes opmærksomhed, imens vi går. Højre/venstre, venstre/højre, de 10-11 millioner bit har taget over, og vi har skabt en vane. Når det handler om at trække vejret, gå, spise pænt, gå på WC, læse, regne osv., er det helt fint med ubevidste vaner, men, men, men ...

Virus i maskineriet

Nogle gange kommer vi til at bruge denne mekanisme til at spænde ben for os selv med. Vi "fejrer ind under gulvtæppet", hvilket betyder, at vi vælger at putte noget ned i det ubevidste, som ikke

hører til dernede. Det er typisk konflikter, og om de er indre eller ydre, gør ikke den store forskel. Men lad os sige, at det er en konflikt med chefen, det drejer sig om. Jeg burde tale løn med ham, fordi vi er uafklarede herom, men jeg kan ikke lide det, så jeg springer over. Jeg undertrykker simpelthen min impuls, drikker lidt mere kaffe, løser et par opgaver mere og "glemmer" konflikten for en tid. Ubevidstheden er genial, og ved enhver given mulighed "spytter" den konflikten op igen. Chefen kommer forbi mit skrivebord, og i samme sekund tænker jeg: Løn! Jeg vil stadig ikke tage den og propper den lige tilbage, hvor den kom fra; ned i det ubevidste. Nu går det ubevidste rigtig på arbejde. Det kalder hele tiden på mig, ved at gøre det sværere og sværere at ignorere konflikten. Det betyder, at jeg skal bruge mere og mere energi på at ignorere



den, og i takt med det daler mine 16-18 bits formåen, da de skal bruges på at foretage alle mulige krum-spring, så jeg slipper for konflikten. Når spillet har stået på længe nok, begynder der at ske ting og sager. Når chefen går forbi mig bliver jeg vildt irriteret. Det er så meget, at mine kolleger ikke kan undgå at se det, og spørger: "Christian, hvad er der med chefen og dig?", hvortil jeg måske svarer: "Jamen, han er jo simpelthen bare så inkompetent, kan I ikke se det?" Det kan de ikke rigtigt, men det er da fint at "hugge hovedet" lidt af ham, så har vi jo noget at tale om.

Jo flere gange, vi fejrer en konflikt ind under gulvtæppet, jo sværere bliver det at genkende den. Et godt eksempel er mennesker, der lige pludselig bliver kede af det. Når vi spørger, hvad de er kede af, ved de det ikke. Det er en typisk konsekvens af at fejre under gulvtæppet. Vi glemmer, hvad konflikten egentlig handler om, og historien om fjeren, der blev til fem høns, er psykens måde at råbe os op på.

JACKPOT

Træk i det bevidste og ubevidste

Så alt nyt starter med, at vi er bevidste om det. Når vi har gentaget det X antal gange, bliver det automatisk til en vane, og vanerne bor i det ubevidste. Fordi forskellen mellem det bevidste og ubevidste er så stor, er det vanerne, der primært styrer vores liv. Derfor er det af afgørende vigtighed, at vi begynder at sortere målet i, hvad vi vælger at fokusere bevidst på, for det bliver på et tidspunkt til en vane.

I praksis betyder det, at det er de små forskelle, der gør den store forskel. Derfor inviterer jeg dig til, hele vejen igennem bogen, at være opmærksom

og præcis. Alt, hvad jeg skriver, er nøje udvalgt, og et af de allervigtigste elementer i gennembrud.nu-systemet er, at man forbereder sig grundigt og præcist. Det fortæller jeg meget mere om løbende.

→ DIN HUSKELISTE

- Et gennembrud kræver en bevidst indsats
- For indsatsen bliver til en dominerende vane via gentagelse
- At være passiv er også en vane
- Når vi gør op med gamle vaner, er det vigtigt, at vi bevidst vælger en ny
- Ellers ved vi ikke hvilke vaner, der tager bolig i vores hoveder
- Succes er en vane – fiasko er en vane



Tanker



SKYD GENVEJ-STRATEGI

De tre funktionsniveauer

”Både mennesker og organisationer har brug for tre funktionsniveauer.

- At vi reagerer.
- At vi reflekterer.
- At vi hæver os op i fugleperspektivet.”



I dette kapitel får du

REAKTION

Det fysiske funktionsniveau

REFLEKSION

Det mentalt/psykologiske funktionsniveau

OVERBLIK

Det åndelige funktionsniveau

DET NYE UDVIKLINGSPARADIGME

Transformation vs. Revolution!

Inspiration til dette kapitel

Denne model får ikke meget plads i denne bog, men den er dog vigtig at nævne. Den opridses de tre menneskelige funktionsniveauer, som jeg har inkluderet i gennembrud.nu-systemet.

- Fysisk
- Mentalt/psykologisk
- Åndeligt

Alle tre niveauer er konstant aktive. Det ene kan ikke fungere uden det andet, og alle tre er lige vigtige. Det er vigtigt at forstå, at vores feel-good-hungrende sind kan fristes til de løsninger, hvor alt giver logisk mening og nærmest kan programmeres i computersprog. Men at være menneske er mere komplekst end det.

REAKTION

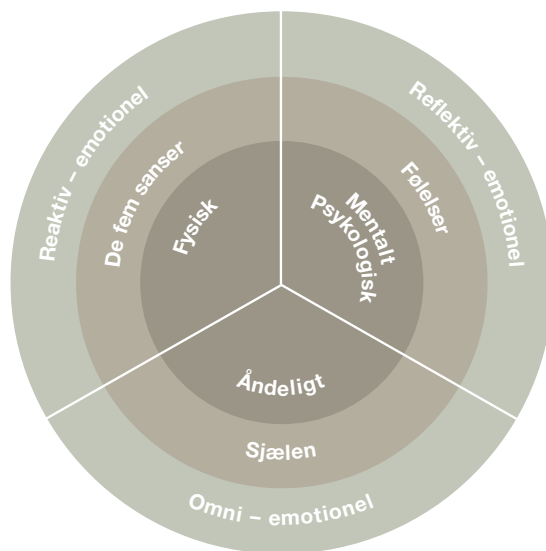
Det fysiske funktionsniveau

Repræsenteres af vores fem sanser. Når de aktiveres, det kan være ved at lægge hånden på kogepladen, reagerer vi instinktivt. Vi tænker ikke over noget, vi reagerer med ca. ½ sekunds forsinkelse – det er det. Det fortolkes af menneskemaskinen som følelser, og jeg kalder denne del af os for reaktiv-emotionel.

REFLEKSION

Det mentalt/psykologiske funktionsniveau

Repræsenteres ved vores sind. Måden dette niveau aktiveres på, er ved at tænke. Vi oplever et eller andet og går og koger en mental suppe herpå. I takt med vores tankestrøm opstår der følelser, som vi lader fylde på den ene eller anden måde, alt afhængigt af situationen. Jeg kalder denne del af os for reflektiv-emotionel.





OVERBLIK

Det åndelige funktionsniveau

Repræsenteres ved sjælen. Ikke sjælen som et religiøst symbol, men som et udtryk for den dybere del af vores væsen. At formulere denne i få ord er en smule overambitiøs, så jeg vil hellere dele en lille historie herom, og lade den tale for sig selv. Niveauret kalder jeg for omni-emotional. Der står en flaske whisky på et bord. Den reaktiv-emotional er måske afhængig, han reagerer bare, hælder op og bunder. Den reflektiv-emotional tænker over sagerne og konkluderer, at whisky ikke er godt for ham, og han afslår at drikke noget. Den omni-emotional ser whiskyen stå på bordet, men det påvirker ham ikke. Han har hverken lyst eller ikke lyst til at drikke eller lade være.

Disse tre måder at fungere på er et vigtigt element i det, der foregår i vores bevidste og ubevidste felt. Vi møder hele tiden livet ud fra disse tre funktionsniveauer, og vi kan effektivt stimulere og øge balancen imellem disse tre.

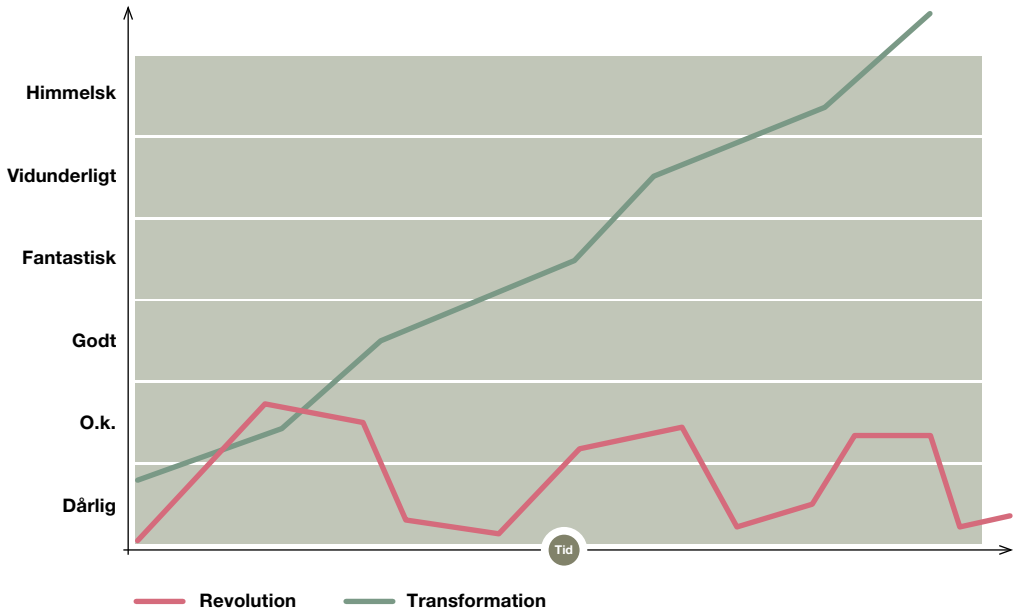
DET NYE UDVIKLINGSPARADIGME

Transformation vs. Revolution!

Den typiske udviklingskurve, både hos virksomheder og individer, er ofte revolutionsbaseret. Det betyder, at vi har en tendens til at lade stå til, når tingene går "meget godt", og ikke fokusere seriøst på de udviklingsmuligheder, der er. Så opstår der en eller anden form for krise eller pres, og så skal der ellers til at ske noget. Vi revolutionerer vores liv eller organisationer; styrer udgifter, fyrer manden eller konen, flytter, omorganiserer virksomheden, sælger ud af arvestykkerne og starter helt forfra.

Jeg argumenterer ikke for, at det aldrig skal til, men jeg argumenterer for, at vi har iværksat et fuldstændigt hysterisk overforbrug af revolution og hans partner: passivitet. Revolution koster altid "liv", nogle skal sættes af "tronen", nogle skal "landsforvises", og andre igen bliver trukket frem som "heltene". Store dele af processen i en revolution er ude af vores hænder, og der foregår ting rundt omkring, som opstår hen ad vejen. Folk får mulighed for personlig hævn, og det tidligere offer bliver til bødlen. Jeg er med på, at det er nogle ret dramatiske billeder – men det ændrer ikke ved, at vi alle har oplevet noget, der minder om det, på et eller andet tidspunkt i vores liv og karrierer.

Transformation er en helt anden energi. Den er rolig, konstant og træder varsomt. Den passer rigtig godt til succes, simpelthen fordi et af de allervigtigste elementer til succes er systemer. At alt det, der virker, skal sættes i system, og alt det, der ikke gør, skal systematisk undgås. Under en revolution er der slet ikke tid til systemer. Vi kender det fra turn arounds, at virksomheder efterfølgende skal konsolideres, eller fra kampagner, hvor vi vinder markedsandele, og så skal finde en måde at tjene penge på det bagefter. Transformation er en beslutning om konstant udvikling. Bittesmå skridt hver dag, uden kompromisser eller bortforklaringer. Transformation er gennembrud.nu-systemets grundelement.





Tanker



GULD ELLER FATTIGGÅRDEN Start dit gennembrud VIA dine tanker!

"Vores tanker udgør vores filosofi. Vores salgs-, ledelses-, kærligheds- eller livsfilosofi, som direkte afspejler vores gennembruds "elevator-pitch!"



I dette kapitel får du

VARMLUFT vs. RÅSTOF
Når succes vinder kapløbet!

GENNEMBRUDDETS FILOSOFI
Bygget på de rigtige principper!

VÆK POTENTIALE-DNA'ET
Instinkt bag Succes og Fiasko!

SÆT EN STÆRK RETNING
Opdyrk klare tanker!

Inspiration til dette kapitel

Vores tanker er kickstarteren, vores egen mentale elevator-pitch, når vi ønsker at skabe gennembrud. Hvis pitchet er "dårligt", har vi ikke en chance, for idéen er ikke engang købt af os selv. At vi skal sælge lykken, rigdomme eller andre mål til os selv, lyder måske en smule "syret" – ikke desto mindre er det sådan, det er! Tænk over det; kender du nogle, der ønsker at tabe sig, men aldrig gør det? Kender du nogle, der længe har ønsket sig rigdom, men ikke er rige? Kender du nogle, der hader deres liv, men ikke ændrer det? Dette sker, når der er uoverensstemmelse mellem vores tanker, ord, følelser og handlinger. Vi udlever ikke vores integritet, og vores ord er tomme løfter, der i sidste ende kommer til at udstille os som varmluftballoner, der driver derhen, hvor vinden blæser. Jeg skal ikke dømme folk som overvægtige, eller som nogle, der har dårlige liv – det er slet ikke det, det handler om. Derimod argumenterer jeg for, at hvis jeg ønsker at tabe mig, er det fuldstændig i orden at lære at elske sin krop, som den er. Det taber vi os/jeg/mig bare ikke af. Og hvis vi ønsker os økonomisk overflod, er det også super smukt at lære at værdsætte det, vi allerede har, men det i sig selv skaber ikke overflod på resultatplan. At værdsætte, rumme og elske os selv vil jeg aldrig nogensinde påstå er dårligt eller modarbejder succes. Succes handler ikke KUN om resultaterne – det handler om balancen mellem "udgifterne" og "indtægterne" i vores liv. Hvad hjælper det, at du er i balance med dig selv, hvis din familie sulter? Eller hvad hjælper det, at dine børn spiser, hvis du er dybt ulykkelig? At sælge sig selv sin egen lykke betyder, at vi er opmærksomme på både tankerne, ordene, følelserne og handlingerne, som skaber summen af vores liv. For langt de fleste er det en banebrydende oplevelse, når principperne bag et gennembrydende tankesæt falder på plads, og det sker i virkeligheden først, når vi har solgt vores egen målsætning til os selv. Salget er ikke en

overtalelse af sig selv, men en gedigen indsats, der ender med, at hele vores tankesæt er gennemsyret af vores ønske. Så længe vi holder fast i et tankesæt, der fortæller os, at "det" ikke handler om at sælge noget som helst til os selv, vil vi opleve, at vores vigtigste målsætninger kører i ring. Vi kan ikke skabe det ønskede gennembrud!

→ VIDSTE DU, AT ...

Et pitch er en ultrakort præsentation med det formål at "sælge" en idé, et koncept eller lignende, typisk en forretningsidé til en investor. Ideen er, at præsentationen skal være så kort, at man kan præsentere den for f.eks. en investor under en kort gåtur eller i en elevator, heraf synonymet elevator-pitch.

VARMLUFT vs. RÅSTOF

Når succes vinder kapløbet!

Tanker som begreb kan virke ret svævende og luftigt; hvad er en tanke, og hvad er en følelse? En klart nemmere måde at forstå vores samlede tanker på er at se dem som vores filosofi eller tankesæt. Det kan være penge-, forretnings- og parforholdsfilosofi. Vores filosofi er måden, vi tænker om, fortolker og oplever verdenen omkring os på. Fortolkninger kan ændres, og vores evne til at ændre dem er altafgørende i gennembruddets første fase. Vores filosofis vigtighed kan sættes i perspektiv ved at sammenligne et gennembrud med et maraton: Jeg har trænet hårdt, jeg har det fedeste udstyr, de bedste sko, solen skinner, og jeg starter forrest i feltet. Men jeg har ikke sovet og spist ordentligt de sidste tre

dage. Vores filosofi er vores gennembruds næring. Vores filosofi er vores succes-diæt, og uanset hvor gunstige omstændighederne er, vil en dårlig filosofi spænde ben for alt andet. Vores filosofi skal passe til vores målsætninger, og det kræver for det meste, at vi smider det tankesæt, vi allerede på nuværende tidspunkt har opbygget. Hvis vi ønsker os noget, som vi ikke allerede har, er det vores filosofi, der er vores første begrænsning.

Et dejligt konkret eksempel er ønsket om økonomisk rigdom. Hvis min pengefilosofi er fokuseret på, hvad jeg har BRUG for, og ikke på, hvad jeg ØNSKER mig, er det rigtig svært at skabe en solid og effektiv plan, der fører til rigdom. Hvordan vi skaber et økonomisk resultat, som leverer 50 gange mere end det, vi præsterer lige nu, kræver en dynamisk påvirkning af vores filosofi/tanker. Det vildeste er dog, at det rent faktisk er muligt, uanset hvor på den "økonomiske rangstige" vi befinder os (og det samme gør sig gældende alle andre steder).

Vores filosofi påvirkes af flere forskellige faktorer, men vigtigst af alt er de fire temaer, som du nu får et unikt og meget bedre indblik i i denne bog:

- Grundprincippet for tanker/filosofi
 - 180 grader
- Hvordan vi søger information
 - tanker om fortiden
- Hvordan vi skaber inspiration
 - tanker om fremtiden
- Og hvordan vi bygger motivation
 - tanker om os selv/andre



GENNEMBRUDDETS FILOSOFI **Bygget på de rigtige principper!**

Jeg har personligt igennem de sidste 19 år professionelt, i teori og i praksis beskæftiget mig med principperne bag gennembruddets dynamik. Jeg har selv oplevet fiasko, og jeg har selv oplevet succes, og det kommer jeg til resten af mit liv, og det gør du også. Der er steder, hvor jeg stinker, og der er steder, hvor jeg er bedre end de fleste, og det samme er du! Grunden til, at jeg skriver dette, er, at jeg vil mane en fundamental fejl til jorden: Succes er ikke konstant! Der er IKKE en hemmelig opskrift, som opfylder alle vores drømme, og som hvis vi ”gifter” os med den, følger lykkeligt med resten af livet. Succes er ikke nem, men den er mulig – mulig for alle!

Succes er heller ikke kun optaget af sig selv, sine egne ønsker og ego-impulser. Tiden, hvor alt skal handle om ”mig”, er forbi. Den bør i virkeligheden slutte omkring syvårs-alderen, men afspejler sig stadig i alt, alt for mange virksomheder, sportsklubber og relationer. Individets evner er afgørende for kollektivets resultater, men den narcissistiske selvfedme æder succes op indefra og ud, også selv om du lige pt. ikke opfatter det sådan. Hvis vi kontinuerligt kun bygger resultater for os selv, vil udvikling, innovation og banebrydende koncepter, idéer og produkter tilfalde de andre, som tør sprænge boksen for, hvordan vi opfatter succes.

Det er da klart nemmere at sælge et løfte om, at hvis bare vi gør ditten og datten, så kommer det hele til os. Hvis den virkelig skal have en over nakken, kan jeg da også godt pakke gennembrud. nu-systemet ind i hemmeligheder, trin og steps, formularer og programmeringer. Problemet er bare, at det hverken er sådan succes eller et gennembrud

virker! Denne bog handler om at skabe GENNEMBRUD – at der sker noget ekstraordinært, som ikke kun sker på dit skrivebord, men sætter så stor en bevægelse i gang, at ringene i vandet spreder sig positivt, der hvor de er med til at skabe indflydelse.

VÆK POTENTIALE-DNA'ET **Instinktet bag Succes og Fiasko!**

Løven har en natur. Når den er mæt, ligger den og sover på savannen, og når den er sulten, jager den byttet. Når den er mæt, er den begrænset farlig for byttet, når den er sulten, er den virkelig farlig for byttet. Succes og Fiasko er lidt ligesom en løve; når de er mætte, sover de, og når de er sultne, jager de. Et gennembrud handler simpelt fortalt om vores personlige evne til at få succes til at jage os og fiasko til at ligge søvndyset og passivt henne i skyggen. Det betyder i praksis, at vi skal beskæftige os med både Succes og Fiasko, for holder vi ikke et vågent øje med begge to, er der ingen, der ved, hvad de laver! Det siges, at ”det, du ikke ved, har du ikke ondt af”, men det passer ikke! Ved vi ikke, hvad Succes og Fiasko laver, kan de snige sig ind på os og lave bagholdsangreb, når vi mindst venter det ... og uanset, om det er Succes eller Fiasko, er det IKKE i orden!

Hvis du kan drømme det – er du faldet i søvn!

Carl Lewis citerede engang Walt Disney og sagde; ”If you can dream it, you can do it!”, og denne udtalelse er blevet et vigtigt element i ”feel-good-succes-biblen”. Men hvis du drømmer noget, er det fordi, du er faldet i søvn, og det er tid til at vågne op. Ligeledes ligger feel-good-præmien bagefter Succes. Det er ikke vejen derhen, og Succes er også ligeglad med, om du tror på den eller ej! Det betyder ikke entydigt, at man ikke kan have et godt liv uden

penge eller berømmelse, men uanset hvordan vi vender og drejer det, er vores evne til at manifestere vigtigt. Carl Lewis var en fantastisk løber, men det sikrer ikke nødvendigvis, at han også er god til at videreformidle, hvad det egentlig er, han var så dygtig til. Om vi dagdrømmer eller drømmer om natten, så er der en fundamental forskel på drømmene og vores vågne liv. Forskellen er de regler, der spilles efter. Når vi drømmer, kan vi flyve, synge som Pavarotti og teletransportere os selv fra et univers til et andet. Når vi er vågne, ser det helt anderledes ud. Så lad os komme ind under huden af Carl Lewis' udtalelse; budskabet handler om at turde flytte VORES tankesæt derhen, hvor vi indser, at reglerne for, hvad der er muligt FOR OS, indeholder langt flere nuancer end dem, vi ser lige nu. Drømme-delen handler om, at vi tør forestille os, at vi personligt kan bruge reglerne optimalt. Tit tænker mennesker: "Klart Bill Gates kan, han er fra USA, og det er jeg ikke!"

Det er en gammel hemmelighed inden for psykologien, at hele konceptet med, at vi elsker forandringer, er et stort selvbedrag. Vi afskyr forandringer – sådan er menneskemaskinen bygget, og konstruktionen er et vigtigt element i vores måde at både lære og overleve på. Så det her med forandringsvillighed er en illusion. Det er ikke forandringen, vi skal være villige til, det er udviklingen. Alt udvikler sig, uanset om vi er omstillingsparate eller ej. Feel-good-løsningens bedrag får mennesker til at tro, at fordi vi drømmer det, så sker det rent faktisk. HALLOOOOOOO, vågn op, det sker ikke! Men tør du udfordre en af dine genetiske kodninger – f.eks. at du HADER forandringer – så træder du ud af drømmetankesættet og lærer gennembruddets grundlov at kende. Du vil derfor virke som en mirakelmager på andre mennesker. Det, der i virkeligheden sker, er at du har lært gennembruddets grundlov at kende og har brugt den.

Reglerne for tanker

Tyngdeloven trækker, døgnet skifter og årstiderne er altid på arbejde, sådan er reglerne. Så drømmer du om at flyve, så er det klart muligt – book en billet hos SAS. Drømmer du om økonomisk frihed, er det klart muligt – stå op og gå på arbejde. Dagdrømmenes natur er et ønske om, at ting helt af sig selv spadserer vores vej. Der er intet, der kommer af sig selv, alt er en modreaktion på en aktion. Rigdom, lykke, glæde, vrede, sorg, klarhed, modløshed, håb og mad på bordet er alle en naturlig konsekvens af noget, vi har gjort. Drømme må ikke forveksles med visioner. En vision er evnen til at visualisere sine ønsker så intenst, at "virkeligheden" ikke kan fornægte os vores ønsker. En vision spiller inden for virkelighedens regler, men ofte har den også evnen til at opdage ubenyttede regelmæssigheder. Når vi trods vores antipati mod forandringer og fokuserer på altings naturlige udvikling, kan vi udvide tankesættets kapacitet. Ikke til at drømme mere, men til at gennemskue, hvad der i virkeligheden er muligt, og konvertere det ind i vores personlige eller organisatoriske visioner. Personligt tror jeg klart på mirakler, men ikke som noget mystisk. Mirakler har lige så meget med naturlove at gøre som regnvejre og verdensrekorden i 100-meter løb (med eller uden doping). Derfor handler et åbent tankesæt i virkeligheden om at være vågen – helt vågen! Vågen nok til at iagttage, hvad der er muligt, og have evnen til at se os selv gribe mulighederne og leve dem ud i vores eget liv. Når vi kan det, kan vi gøre noget nyt, og derved modtage nye modreaktioner fra livet.



Tanker

Det hele starter med vores tanker

Du skal være villig til at levere en solid indsats og beskæftige dig med gennembruddets grundlov, som består af fire vækstfaser, og skabe synkronitet imellem dem:

1. Dine tanker
2. Dine ord
3. Dine følelser
4. Og dine handlinger

Det er sket mere end en enkelt gang, at vi tænker et og gør noget andet. At vi giver et løfte, men følger følelsernes lyst til at springe over. Gennembruddets grundlov fortæller os, hvordan vi skaber en rød tråd imellem alle fire vækstfaser, og på den måde trykker på naturloven for belønning.

Jeg har set mennesker, der dygtigt behersker kommunikation, der kompetent håndterer følelser eller banebrydende evner at handle på alle situationer. Men, men, men – jeg har også set de samme mennesker frustrerede, fordi det ikke fører dem derhen, hvor de gerne vil være. Jeg har selv gjort det og bestemt oplevet andre gøre det; vi begynder at lyve over for os selv for at få virkeligheden til at passe til vores tankesæt, i stedet for at fremelske det tankesæt, der understøtter den virkelighed, vi ønsker at skabe for os selv. Er tankesættet forkert, har ord, følelser og handling ikke en reel chance.

Vigtig information

I gennembrud.nu-systemet defineres rigtige og forkerte tanker, ord, følelser og handlinger som nogle, der enten bringer os tættere på vores ønsker eller længere væk fra vores ønsker. Rigtigt og forkert som koncept er i bund og grund en åndelig vildfarelse og skal her ses som en kommunikationsteknik, mere end en konkret dom.

Historien om Hans

Hans ønsker brændende at blive rig. Han er det ikke! Han ser pengene for sig, han planlægger, hvad han skal bruge dem til. Han laver en målsætningsplanche, som hænger på køleskabet derhjemme. Han taler med sin chef om, hvordan han vil sælge endnu mere. De bryder målet ned til en konkret handlingsplan, og hver dag siger Hans højt til sig selv og andre: "Jeg vil tjene en million kroner inden årets udgang."

Så sker det utrolige. Hans vinder millionen i lotto. Universet er et utroligt sted. Hans er selvfølgelig glad i en skala, der bryder fuldstændig med hverdagens trummerum, og han går i gang med at udleve drømmene. Han køber de ting, han har planlagt, han giver familien drømmeferien, og vennerne får den fedest fest. Hans forhold til bankrådgiveren er transformeret, og alt det, der før var et problem, er nu formaliteter. Hans er lykkelig!

Nu er der gået 1½ år – Hans er ikke mere lykkelig! Millionen er væk, og hans bankrådgiver begynder at presse ham med den gæld på 350.000 kr., som nu pryder den månedlige bankudskrift.

Hvad gik galt? Hans arbejdede med alt andet end hans tankesæt omkring penge. Hans har et fattigmandstankesæt både med og uden penge, og det er i virkeligheden Hans' første udfordring. Han har ikke en klar vision for penge, som bringer ham tættere på hans ønsker. Tværtimod har han en drøm med drømme-regler, som igen og igen vil lade ham smage Fiaskos rådne frugter. Velbekomme, Hans!

SÆT EN STÆRK RETNING

Opdyrk klare tanker!

Vores tanker er det første sted, vi overhovedet skal kigge hen, når der skal skabes et gennembrud: "Hvad tænker jeg i VIRKELIGHEDEN om det mål, jeg har?" Hans gjorde mange fine ting, men glemte at forholde sig til forskellen på, hvordan en rig og en fattig tænker. Han tjekkede ikke, hvad hans tankesæt og/eller pengefilosofi var. Han gjorde en god indsats og pengene kom – han fik umiddelbar succes. Men fordi han ikke fik tjekket sit tankesæt, kunne Fiasko stille og roligt snige sig ind på ham. Et gennembrud handler altså i første omgang om vores evne til at tænke nyt. Er vi stagnerede, har vi i virkeligheden aktiveret sulten i Fiasko, og vi er nu jaget vildt. Vi insisterer måske på, at vi hver dag "prøver" noget nyt, men holder vi samtidig stædigt fast i et bestemt tankesæt, vil vores succes altid kun blive midlertidig. Her og nu-succes er mulig – men ikke et gennembrud!

→ NI GODE EKSEMPLER PÅ ET STAGNERET TANKESÆT

1. Man skal altid være positiv!
2. Hvis noget er for godt til at være sandt, så er det det sikkert også!
3. Man skal se muligheder frem for begrænsninger!
4. If you can dream it, you can do it!
5. Vi er her for at tjene penge!
6. Alt er muligt!
7. Vi skal styre vores udgifter!
8. Fremtiden er XXXXXXX!
9. Penge er roden til alt ondt!

Typiske tankesæt

Jeg har set og hørt sælgere holde krampagtigt fast i, at de ved, hvad salg handler om, uden overhovedet at lade sig forstyrre af det faktum, at de ikke har succes? Eller ledere holde fast i, at de ved, hvordan kagen skal skæres, uden at indrømme, at de ikke kan motivere andre end sig selv? De opfører sig bedrøvelig og skiller sig af med alle, der er mere kompetente end dem selv. Til personlige samtaler kommer mennesker ind ad døren og fortæller mig, at de allerede FULDSTÆNDIG ved, hvad "det" handler om, og at det, de bare lige skal bruge fra mig, er værktøjer? Alt dette er en sikker invitation til Fiasko. Og lad os så se på, hvordan vi skaber gennembrud i vores tankesæt.



Tanker



TANKERNES NATURLOV

Vend det hele på hovedet!

”Sort og hvid er ikke modsætninger, de er blot to sider af samme sag, som er farver. At vende verden på hovedet betyder, at vi begynder at bruge en helt ny matematik til at regne tingene ud med. Vi går fra farver til duft og ser, hvad der sker, når begge parametre forener sig.”



I dette kapitel får du

SVESKEN PÅ DISKEN

Modsætninger får ”sunde børn”, nuancer får horeunger!

SKIFT MATEMATIK

Vend det hele på hovedet!

Mindset A/S

GUIDE TIL 180 GRADER

Fra magtesløs til magtfuld!

SÆT I GANG

Sådan bruger du 180 grader i praksis!

2TheCore-talk!

Inspiration til dette kapitel

Stagnation er Fiaskos livret – et stagneret tankesæt svarer til at lade ræven vogte hønsene, som forbedelse at have bedøvet hele hønsegården, og som prikken over i’et at have sendt hanen på pension. Og her kommer en virkelig vigtig pointe: Stagneret betyder stagneret – Fiasko er ligeglad med, om du er stagneret i det positive eller i det negative, Fiasko jager stagnation – sådan er reglerne!

Derfor er vores første vigtige udfordring omkring vores tankesæt at holde os fleksible, bevægelige og undgå stagnation. Måden, det effektivt gøres på, er at lære at vende tankesættet 180 grader. Allerede her er de fleste af os i gang med at fortælle os selv, at vi har fuldstændig styr på, hvad 180 grader betyder. Du er måske oven i købet allerede i gang med at tænke, at ham Christian Campbell med hans gennembrud.nu-system leverer gammel vin på nye flasker. Nuvel, måske har du ret, og så er du stadig ligeså låst som altid. Det kan også være, du tager fejl, og så er du lige ved at opdage noget nyt!

Historien om Hans viste os, at uanset hvor mange penge vi har, vil penge være et problem, så længe vi dyrker et ”forkert” penge-tankesæt. Vi bliver i mange penge/ingen penge-filosofien og er overbeviste om, at det er en ”180 grader” at gå fra ingen penge til mange penge-tankesættet – men det er det IKKE! I begge tilfælde er essensen penge, at det er pengene, der er vigtige, og det vil altid være en begrænsning. Rigdom defineres på tankeplan ikke af mængden af penge, men den frihed, du mentalt opnår, når du håndterer penge rigtigt. Forholdet til penge er som enhver anden relation. Hvis vi hele tiden tror, det handler om modparten (pengene), og hvad de skal gøre for os, brækker modparten sig til sidst og søger nye græsgange. Penge er jo klart ikke et levende individ, men dit mentale forhold til penge foregår under samme naturlov, som alle andre relationer gør. Hvis



penge er et problem, når vi mangler dem, og vi forvalter dem problematisk, når vi har dem, er det penge-tankesættet, den er gal med.

SVESKEN PÅ DISKEN

Modsætninger får "sunde børn", nuancer får horeunger!

Lad mig gøre det helt simpelt, så vi kan få helt fat i 180 graders-tankesættet. Normalt er vores adgang til 180 grader matematisk og/eller logisk.

- Sort til hvid
- Mand til kvinde
- Nat til dag
- Rigtig til forkert
- Positiv til negativ
- Tør til våd
- Godt til dårligt
- Kærlighed til had
- Liv til død

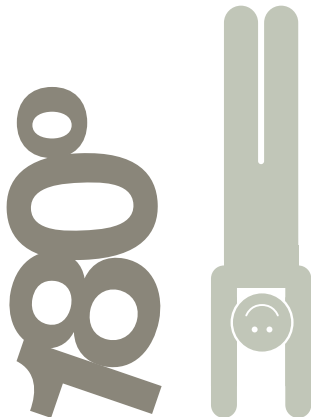
Denne type tankesæt ender altid ud i en eller anden form for konflikt. Om det er konflikter med andre mennesker eller intern konflikt, der ender ud i personlig forvirring, er uden betydning – essensen er i begge tilfælde den samme. Vi har ladet os besætte af nuancerne: Er det sort eller hvidt, rødt eller blå, gult eller grønt, vi hidser en følelses-stemning op (reflektiv-emotionelt) og begynder at gå i ring, indtil vi segner og vågner op nøjagtigt det samme sted, som vi startede: Fattig – rig – fattig, ulykkelig – lykkelig – ulykkelig og forkert – rigtig – forkert. Verden ses i nuancer frem for principper, og vi kan ikke komme ind til kernen af vores udfordring og få skabt et gennembrud – personligt eller i virksomheden. Sort og hvid er begge akromatiske farver, og uanset om udfordringen ses i den ene eller den tredje nuance, er vi stagnerede. Fiasko vågner, kigger

nysgerrigt, slikker sig om munden, og begynder i al stilhed at sætte sit angreb op. Når vi rigtig er fanget i vores eget tankespind, begynder vi at blande begreberne: "Jeg ser det hvide, og du ser det sorte. Det betyder, at jeg er rigtig og du er forkert. Det er vildt tydeligt for enhver, at jeg er god, og du er dårlig, og det er simpelthen, fordi du er så pissenegativ, imens jeg forsøger at se det positive." Fiasko hviner nu i ekstase og kan næsten ikke vente. Han rækker hoverende tunge af Succes og klapper sine lange, bakteriebefængte og ulækre hugtænder i nakken på os. Fiasko fik sejren i hus, og vi gav ikke engang Succes en fair chance.

Det her sker hver eneste dag. Hold nu op, hvor har jeg mødt det hundredvis af gange hos mine kunder. Hos sælgerne fatter man ikke, at Service kan være så uvidende om, hvad der foregår i den "virkelige verden". Ledelsen er ved at rive håret af sig selv over, at teknikerne går mere op i køreplaner end at servicere kunderne, så vi kan få regnskabsafdelingen til at fyre nogle fakturaer afsted. Hjemme i privaten er det konen, der ikke kan forstå, hvorfor stodderen ikke bare rydder op efter sig selv, og manden ville ønske at kranen forstod, hvad livsnydelse i virkeligheden går ud på. Vi drukner i vores egen stagnation, vi opfører os barnagtigt og holder stædigt fast i det kendte. Så når jeg skriver, at modsætninger får "sunde børn", og nuancer får horeunger, er pointen, at hvis man parrer mennesker eller dyr fra samme familie, får vi indavl, og så begynder der at ske mærkelige ting. Det samme sker i forhold til vores tankemæssige gennembrud, og vi får horeunger, der hedder: konkurs, dårligt samarbejde, skilsmisse, faglig konflikt, krig og "du er fyret". Alle bærer de samme mellemnavne: "Jeg har ret, og du tager fejl", "Jeg hader dig" og "Hvis du ikke gør, som jeg siger ...". Familienavnene er så mange og varierede, at ingen kan overskue at lave en oversigt.



Tanker



SKIFT MATEMATIK

Vend det hele på hovedet!

Sort og hvid er grundlæggende begge farver. Prøv at gå i Flügger og se på deres farvekort. Selvfølgelig deles farverne op i kategorier, men det fremgår rimeligt tydeligt, at kortet viser nuancer. Lilla og brun er bare forskellige mængder af de samme ingredienser. Så skal vi lave en kraftfuld 180 grader, kunne det være at bytte farve-tankesættet ud med et vægt-tankesæt. Vi stopper nuance-diskussionen for en tid og siger: "Hvad nu, hvis det i virkeligheden er en helt anden mulighed end den, vi allerede har set, vi leder efter?" Når vores tankesæt har kæmpet om, om det mon skal være rød eller blå, og tanken om vægt pludselig opstår, sætter vi et vigtigt princip

i værk: våbenhvile! Det er, som om hjernen lige får en flad eller et wake-up call. Harddisken genstartes, og vi skal etablere al vores stædighed for ikke at lade den nye idé påvirke os. Det er her, de "sunde børn" kommer ind. Det er ikke farver eller vægt, der har den reelle værdi, det er den tredje idé, der opstår, når disse to forskellige tankesæt blander sig. Det er den ægte 180 grader.

En 180 grader starter med at ryste os lidt. Så kommer roen igen, så aha-oplevelsen og de to tankekoncepter bliver til et nyt; et nyfødt sundt og raskt barn. Nu smiler Succes, blinker kækt til Fiasko, laver måske lige trutmund for at understrege ydmygelsen. Vi har taget det første skidt til at blive byttestyret for Succes. Gennembruddet i vores mentalitet er afgørende, og der er kontant afregning. Fiasko



gider os ikke, når vi ikke vil diskutere. Han trives ikke i et tankesæt, der er fleksibelt. Han kan ikke slå rod, vokse og finde lys til at nære sine frugter. Til gengæld er Succes helt på toppen. Han bliver kreativ, og hans kreativitet virker som en række dominobrikker. Når den første er væltet, følger resten med. Succes er et virus, som trives som blommen i et æg, når vores tankesæt er fleksibelt og åbent.

Mindset A/S

Der er en anden ting, som der også skal slås ned på med hård hånd: Vi er aldrig rene. Vi bliver aldrig perfekte og at tro, vi 24 timer i døgnet har et åbent 180 graders tankesæt er utopi. Lad mig forklare nærmere. Fiasko og Succes har et firma sammen. Firmaet hedder Mindset A/S, og de ejer begge en andel i virksomheden. Virksomheden har adresse inde i hovedet på hver enkelt af os, og det er sådan noget Fiasko og Succes kan – de kan være i vores alle sammens hoveder samtidig.

Virksomhedens bestyrelse er vores personlige tankesæt. Og det er en magtfuld bestyrelse, for den bestemmer, hvor stor en ejerandel de to Herrer har. Som i enhver anden virksomhed fordeles overskuddet i forhold til ejerandelen. Ejer du meget, løber du en større risiko, men du belønnes også mere, når der overskudsdeles. Ligeledes er ejerandelen vigtig, når der opstår konflikt. 51 % vs 49 % er nok til at fordele, hvem der får det sidste og afgørende ord. Bestyrelsens opgave (vores eget tankesæt) er altså at sørge for, at ejer-andelen i selskabet er rigtig. Det er fint, at der ligger en klar forretningsplan som siger: Øg lykken med 50 % de næste 36 måneder. Men er ejerforholdene 55 % vs 45 % til Fiasko, ja så bliver det altså svært. Lad mig dele en fin lille historie, som jeg selv stødte på for nogle år siden:

De to ulve

En aften for lang, lang tid siden sad en gammel cherokee-indianer og fortalte sit barnebarn om en kamp, der foregår inde i os mennesker. Han sagde: "Mit barns barn; inde i os alle sammen står en kamp mellem to ulve.

Den ene er ond – den er vred, misundelig, jaloux, sorgfuld. Den beklager sig, den er grådig, arrogant og føler selvmedlidenhed. Den giver andre skyld, vrede, mindreværd og den lyver. Den er falsk, stolt og overlegen – den lader sig styre af sit ego.

Den anden er god – den spreder glæde, fred, kærlighed og håb. Den søger afklarethed og er ydmyg, venlig og lader sig fylde af næstekærlighed. Den er empatisk, gavmild, sandfærdig, er en loyal ven og har medfølelse."

Barnebarnet tænkte sig om et øjeblik og spurgte sin bedstefar: "Men bedstefar, hvilken af de to ulve vinder kampen?"

Den gamle cherokee-indianer lænede sig frem mod sit barnebarn, kiggede ham dybt og intenst ind i øjnene og svarede: "Den, du vælger at fodre."



Tanker

GUIDE TIL 180 GRADER

Fra magtesløs til magtfuld!

Et gennembrud starter med, at vi opdyrker evnen til at droppe nuance-tankesættet og åbner os op for den tredje idé. Fiasko og Succes er begge som løven. Når de er sultne, jager de det ønskede byttedyr, og når de er mætte, foretrækker de at ligge dasende og passivt på savannen. Et gennembrud starter med at synkronisere vores tankesæt med vores målsætning. Vil jeg være rig, skal jeg lære "de riges tankesæt" og turde droppe fattigmands-tankegangen. Stagnation eller ensopret tankegang er Fiaskos foretrukne. Fiasko er ligeglad med, om du er stagneret i at være positiv eller negativ. Han næres af unuancerede tanker, og når der er mad, er han glubsk og skånselsløs.

Vi skal opbygge et system, hvor vi både holder øje med Succes og med Fiasko, og vi må aldrig overlade dem til sig selv, for så ved vi aldrig, hvad de finder på. Det er relativt nemt at forstå, hvorfor vi ikke vil overlade Fiasko til sig selv, men grunden til, at vi ikke vil overlade Succes til sig selv, er måske mere svær at regne ud. Problemet med Succes er, at han altid er i bevægelse – så holder vi ikke øje med ham, får vi ikke sat hans mirakler i system, og så kan vi ikke tvinge ham til at gentage det, der virker for os.

Succes skal spændes foran den vogn, der trækker vores målsætninger, og lære at adlyde vores ordre – Fiasko skal tæmmes, sættes i bur og vi skal lære hans adfærd grundigt at kende, for han er verdens bedste manipulator.

- Bevægelse er Succes' muld. Muligheder er hans vand, og inspiration er hans gødning
- Stagnation er Fiaskos muld. Begrænsninger er hans vand, og håbløshed er hans gødning

SÆT I GANG

Sådan bruger du 180 grader i praksis

- Hold dig altid i mental bevægelse. Det, der virkede i dag, virker kun til næste år, hvis du er i stand til at tilpasse det til den tid.
- Mental bevægelse kan effektivt opnås, hvis vi vænner os til at have mennesker omkring os, der evner at provokere os til 180 grader.
- Når du f.eks. skal lave en ny salgsstrategi, så præsenter den for en sygeplejerske, og tilpas den, indtil hun forstår den. Hun er ofte gift med den sælger, der skal udføre opgaven, og hvis hun ikke forstår den, kan hun ikke støtte ham til at udføre den.
- Hvis du plejer at gå til venstre, så kravl lidt højere op.
- Tag aldrig beslutninger om vigtige ting i dit liv uden at prøve dig frem konkret.
- Vær opmærksom på, hvad dit fokus er. Det, du bruger tid på, bliver til vaner uanset hvad.
- Hvis du gerne vil have en kæreste og møder en god mulighed, så fortæl den anden om, hvad du har lyst til at tilbyde, frem for hvad du ønsker eller kræver.
- Udeluk aldrig Fiasko fra din bevidsthed, for så ved du ikke, hvad han laver.
- Plej din relation til Succes, som holdt han din fremtid i hånden!



2TheCore-talk

"Begrebet 2TheCore-talk indeholder en blanding af fortælling, praktik og "no-bullshit"-elementer. En 2TheCore-Talk handler om at stimulere motivationen til at gribe nye muligheder og begynde sit gennembrud."

1000 gode muligheder

Det er "skræmmende" nemt at sige alt det rigtige. Det er relativt ukompliceret at tænke noget smart. Der er 1000 gode muligheder og ikke mindst et væld af "gode forslag" til, hvad "man" burde gøre. Emnet er underordnet! Hvis vi ønsker at skabe et gennembrud, kan vi ikke komme uden om at kaste os ud i det felt, hvor vi har "bævrende hjerte og rystende knæ". Er vi kun villige til at tænke, tale og føle det "rigtige" og ikke handle, er succes så tæt på udelukket, som vi overhovedet kan komme.

Det er ikke en gyser

Det er med godt hjerte, jeg siger dette: "Hold nu op, hvor har jeg ofte hørt folk sige ...": "Men Christian, jeg kender én, der gjorde sådan og sådan, og han var altså ikke bange ..." eller; "Jo jo, men JEEEG holder mig til disse principper her, og jeg har opnået bla bla bla". Bævrende hjerte og rystende knæ betyder ikke bange, som når vi ser en gyser, eller hvis vores fysiske liv er i fare. Det er en taleform, der udtrykker, at vi skal betræde nyt land for at få succes.

Succes handler om balance

Når jeg taler om succes, så ved jeg, at du sagtens kan være en nar og have masser af penge. Være menneskeklog, men på sultens rand, eller hyperintelligent og helt alene. Succes handler ikke om et enkelt resultat, som du har købt med din sjæl, eller en visdom, hvor prisen er, at du har svigtet dine børn. Succes er at nå frem og have betalt en acceptabel pris – det handler helt grundlæggende om balance.

→ VIDSTE DU, AT ...

Begrebet Succes kommer fra latin *successus*, der betyder fremgang. Wikipedia.

Det er simpelthen passé

Et rigtigt godt spørgsmål at stille sig selv, tyvstjålet fra filmen "American History X", er: "Det, du har gjort, har det givet dig et bedre liv?" Tiderne, hvor vi går på arbejde og påstår, at hvem jeg er privat ikke skinner igennem på jobbet og omvendt, er passé. Og når folk så alligevel insisterer på dette oldgamle paradigmes validitet, og en dag må indrømme, at privaten ikke hænger sammen som konsekvens af en stagneret succes-formular, ses logikken lige pludselig – og så er 25 år under dette paradigme ikke en fordel. Vi mennesker har en underlig evne. Vi kan lyve så meget for os selv, at vi virkelig tror på løggen. Vi ved alle i bund og grund, at vi virker sådan, og alligevel vælger vi tit at leve efter en overbevisning, der fortæller os, at det vi alene tænker, er SANDHEDEN!

Lige før succes sker der noget interessant

Det er som om, at der lige før succesen bryder igennem, sker noget interessant ... "En eller anden" våger sig til at bryde "sandheden" (læs: de stagne-rede tankesæt), træde ud af den og gøre noget andet. Om det er stort eller småt er ligegyldigt. Det vigtige er, at det er et grundelement for forskellen mellem resultater og succes.

Vi kan fejlagtigt tro, at arbejde kun handler om resultater. Det forholder sig ikke sådan! Hvis du som leder har 25 ansatte under dig og arbejder på deres succes frem for udelukkende deres resultater, vil medarbejderomsætningen øjeblikkeligt forbedres. Der er flere resultater i succes end i jagten på resultatet alene. Så vil nogle argumentere med, at "her hos os bliver folk i forvejen længe" – okay, er det så en fordel eller ulempe? Jeg har set begge. Succes handler om at turde lytte til andre. Virker det, jeg gør, eller virker det ikke?

VIDSTE DU, AT ...

Omsætning refererer inden for regnskabsvæsen til en virksomheds salg målt i det enkelte lands valuta. Omsætning byder på to problemer – hvornår den indregnes og med hvilken værdi. I praksis indregnes omsætning i de fleste virksomheder i takt med afsætningen defineret som levering (risikoens overgang).

Wikipedia

Er succes noget for dig?

Succes er spillets regler, og essensen er balance. Balance mellem investering og profit, mellem indlæring og handling, mellem optimisme og realisme, og ikke mindst mellem hovedet og hjertet. At træde ud på nyt land og skabe succes, er det ikke risikoen værd?

Hvis dit ønske som sælger, leder eller forretningsudvikler "bare" er resultater – så er gennembrud.nu-systemet ikke noget for dig! Er du til succes derimod, vil jeg invitere dig til at prøve 180 graders-tankesættet grundigt af.



Grænser vs. Begrænsninger!

Tit og ofte taler vi om at se muligheder frem for begrænsninger, og der er en hel industri bygget op omkring denne tankeform. Vi sender det negative ud ad døren, og det positive dyrkes. Jeg mener, at det tankesæt konverterer Mindset A/S til en rigtig dårlig forretning, og at vi har brug for at sætte et par afgørende detaljer på plads. Jeg vil igen henvise til, at gennembrud-nu-systemet arbejder ud fra, at det er de små detaljer, der gør den store forskel.

Grænser

Grænser er fysiske. Grænser er konkrete. Grænser er nogle gange mulige at rykke ved, men det kræver ofte en eller anden form for revolution. Som et eksempel kunne det jo være, at jeg havde et brændende ønske om at løbe et maraton. Jeg ser det, drømmer det osv., osv. Men jeg forholder mig ikke til min grænse: at jeg mangler begge mine ben. Det betyder ikke, at jeg ikke kommer til at gennem-

føre distancen på en eller anden måde. På hjul eller måske med benproteser, men det er stadig en grænse – en fysisk realitet – at jeg mangler noget. Det lammeste, vi kan gøre med grænser, er at sende dem ud ad vinduet og drømme os til et eller andet poppet koncept, hvor ben lige pludselig gror ud over natten. Jeg tror, det er vigtigt ikke at lægge alt for meget i eksemplet her, men mere at se pointen med historien. Grænser er fysiske, og kan de ændres, tager det lang tid, og dem skal vi bestemt ikke ignorere eller drømme os ud af.

Begrænsninger

Begrænsninger er af en helt anden natur, som opstår i forbindelse med kampen mellem Fiasko og Succes i deres evige jagt efter ejerandele i Mindset A/S. Begrænsninger er mentale – de er ikke fysiske, selvom vi ofte forestiller os, de er det. Hvis vi tager eksemplet fra før med maratonløbet, så er begrænsningens natur



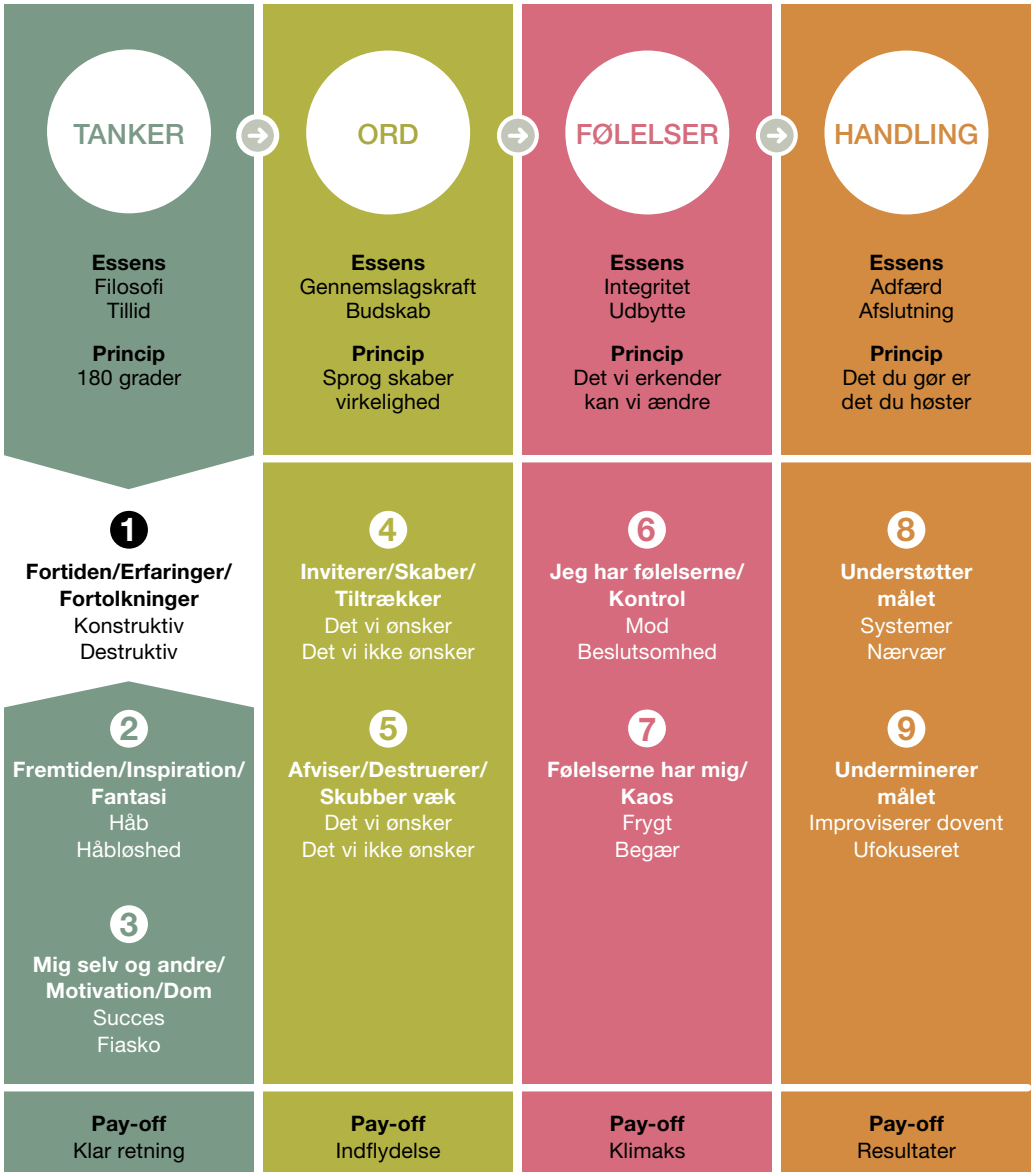
sådan indrettet, at den tror, at fordi vi mangler begge ben, så kommer vi aldrig til at gennemføre et maraton. Ting, der i dag virker fuldstændig latterligt naturlige, startede med at være så syrede idéer, at folk måske endda har mistet livet ved at påstå, at det var sådan. Det kunne være, at jorden er rund, ikke flad. At mennesker kan løbe en mil under fire minutter, og at humlebien rent faktisk kan flyve. Fordi begrænsninger er en del af vores tanke-sæt, kan vi skabe gennembrud i dem nu, men det betyder ikke, at resultatet indtræder øjeblikkeligt. Det er muligt, det gør, men der er ingen garantier.

Det handler altså ikke om at bytte begrænsninger ud med muligheder, for de to koncepter har i virkeligheden intet med hinanden at gøre. Muligheder er noget, der opstår hele tiden, om vi ser dem eller ej – de er en fast bestanddel af menneskelivet. Når vi begynder at se vores

begrænsninger, for hvad de er – en temperaturmåling på kvaliteten af Mindset A/S' investeringer – kan vi iagttage, hvordan de gør os blinde over for de muligheder, der kommer vores vej. Vi skal altså ikke bytte begrænsninger ud med muligheder. Vi skal forstå, hvordan begrænsninger afholder os fra at gribe de allerede eksisterende muligheder. Hovedarkitekten bag begrænsninger er Fiasko, og når vi holder fast i begrænsningerne, er vi i virkeligheden i gang med at fodre den onde ulv. Vores begrænsninger er vores diagnose på Mindset A/S, og ganske som en læge ikke kan behandle en patient imod noget, han ikke ved, patienten fejler, kan vi heller ikke udvikle os, hvis ikke vi kender vores begrænsninger. Grænser skal medregnes og iagttages – begrænsninger er et diagnoseværktøj.



Tanker





TRANSFORMATION 1

Få fuldt udbytte af erfaringerne!

”Et gennembrud starter med vores måde at fortolke fortiden på. Alt nyt, vi møder, bliver puttet i kassen med tidligere erfaringer, og hele den proces handler dette kapitel om. Det er vigtigt at forstå fra start, hvordan vores mentale fortolkninger ender op med at være vores adfærd.”



I dette kapitel får du

ERFARINGER

Guide til gennembrud eller sammenbrud!

KONSTRUKTIVT DESIGN

Sådan designer vi SUCCES-erfaringer

”GOOD FOR YOU!”

Mental spanking fra forfatteren

– fra *negativ til konstruktiv*

ABE-SINDET

Giv slip og opnå!

GØDNING HJÆLPER!

SYV TANKESÆT, DER VIRKER!

IKKE UDEN MIN SJÆL

En 2TheCore-Talk om konstruktiv og destruktiv!

Inspiration til dette kapitel

Nogle mennesker synes, deres liv stinker. Måden, de reagerer på, er, når de møder op på jobbet som sælger, at de bliver ved og ved med at ringe til nye kunder. De får det ene afslag efter det andet, og det virker nærmest naivt, at de bliver ved. Deres motivation er, at de vil ændre fortidens afslags-tendens – koste hvad det vil. Andre, der har en lignende historie, kommer på arbejde og bruger al deres tid på at bevise og gentage konklusionen, at deres liv stinker. De arrangerer det ene afslag efter det andet for sig selv og fornægter, at det er eget design. De bruger det som bevisførelse for, at deres version af virkeligheden er et uomtvisteligt faktum. Der er en afgørende forskel på disse to grupper af mennesker. Den ene fortolker fortiden som en ”derfor er det ikke muligt-forklaring”, og den anden som en ”derfor vil jeg ændre-forklaring”.

Vores fortolkninger af fortiden er det fundament, vi bygger vores fremtidige succes eller fiasko på. Fortiden kan sagtens være de afslag, jeg modtog inden frokost, og de kan selvfølgelig også være noget, der skete for 10 år siden. Det grundlæggende vigtige at forstå er, at fortiden er overstået, og at vores personlige power starter med vores evne til at skabe fortolkninger og et tankesæt, der hjælper os selv videre.



ERFARINGER

Guide til gennembrud eller sammenbrud!

Hvordan vi fortolker vores egne erfaringer, og måden, vi bruger andres erfaringer på, er afgørende for, om vi skaber gennembrud eller sammenbrud. Nogle gange er både livet og/eller business positivt, og andre gange er det negativt, men der er stadig en gruppe af mennesker, der formår at sætte begge dele i spil til egen fordel – der udnytter både det positive og det negative. Nogle mennesker tænker på en uheldig situation og konkluderer, at de uden yderligere kampgejst skal acceptere, at de er født under en uheldig stjerne. Andre drives til at løfte telefonen endnu en gang og ringe til en mulig kunde. De får nej, nej, nej og atter nej, men det betyder ikke stop eller giv op. Forskellen på, om vi bryder sammen, eller om vi bryder igennem, starter med vores måde at fortolke vores egne erfaringer på, og om vi evner at bruge andres erfaringer til at løfte os selv med og skabe noget, der er attraktivt at være en del af. Et menneske bladrer avisen igennem og siger: "Hvad er det for en verden, vi lever i? Det er jo ren død og ulykke!" En anden vil læse den samme avis og sige: "Fantastisk, der er håb, verden er ved at vågne op – jeg glæder mig!" Årsagen til denne forskel bunder i historien om de to ulve. Via vores tankesæt fodrer vi vores indre rovdyr, og det er ikke lige meget, hvem der får kødlunserne. Men én ting er at forstå spillet mellem de to ulve, noget andet er at påvirke det, og konkret få bygget et Mindset A/S, hvor ejerandelen ligger hos Succes, og på den måde er i vores ønskers favør.

Vi skal våge over både Succes og Fiasko – for de ejer begge en del af "virksomheden". Vi skal udnytte 180 graders-tankesættet optimalt. Fiasko må ikke få fingrene i denne viden, for så bliver han

bare en endnu bedre manipulator. Han vil snøre os med denne viden, og det ønsker vi os ikke. Vi skal have lagt nøglen i lommen hos Succes, og den kunst starter med vores erfaringer. Erfaringer er simpelthen nøglen til både et gennembrud og et sammenbrud. Vi skal have et gennembrud, uanset hvad det er for os personligt, og det kræver en bevidst og solid indsats.

Vi skimmer virkeligheden

Jeg har alt for ofte set mennesker stoppe med at lære, når de har modtaget en information én gang. Det betyder i praksis, at vi bliver sjuskede med vores fortolkninger af fortiden. Vi har en tendens til at sige: "Så fik jeg lært det!" Men information kan sammenlignes med, at vi får en mail med et vedhæftet dokument, skimmer teksten hurtigt igennem og gemmer den på computeren. Det er ikke en viden, men en information, der ligger og roder rundt et eller andet sted.

Den første transformation, vi forbereder i gennembrud.nu-systemet, er en af de mest kraftfulde naturlove, og i øvrigt et af de mest frygtindgydende våben, som "universet" til dato har bygget/opfundet. Fjenden (Fiasko) skælver ved tanken om det og ved instinktivt, at slaget er tabt, så snart vi giver ham et drag over nakken med det. Våbenet er 180 grader-tankesættet. Men inden vi går i gang med transformationen, skal vi have en afgørende detalje på plads; Vi arbejder ALDRIG på at vende din leders, medarbejders, kones, mands, you name it's tankesæt, men VORES eget tankesæt! De andre får fri til at starte med, og vi begynder hos os selv. Vi skal ikke vende "tingene" 180 grader. Vi skal vende os selv 180 grader. Vi letter simpelthen vores egen bagdel og flytter os om på den anden side af sagen. Vi ønsker at invitere Succes indenfor, lade ham tage direktørstolen i Mindset A/S og høre, hvad han har at sige til situationen! Succes er verdens-

mester i bevægelse. Han ved om nogen, at bevægelse er essentiel for, at ting lykkes, og han venter ALDRIG på, at de andre tager det første træk. Ser det ud som om, han gør, kan du være sikker på, at han har rykket, imens du ikke så det. Succes er snu, og du skal holde øje med ham.

Et eksempel fra hverdagen

Jeg er sælger og sidder irriteret ved mit skrivebord. Min irritation går på, at "man" fra ledelsens side har pålagt mig urimeligt meget administrativt arbejde. Ja, jeg har da modtaget mailen med dette kvartals målsætninger, og jeg var jo også til kick-off – MEN, (det "men" betyder, at jeg er retfærdiggjort, har ret og de andre er forkerte) det er jo ikke til at nå, når man fandeme skal skrive noget om alle kundemøderne ind i vores uduelige CRM-system. Jeg har ikke tid til det pjat, jeg kan ikke bruge det til noget, og når jeg spørger min leder, hvorfor jeg skal gøre det, siger hun bare: "Det skal du, fordi jeg siger det!"

Jeg gætter på, at det sort/hvide tankesæt er ret tydeligt her, og det er da ikke fordi, at der ikke i mange tilfælde også er noget om beklagelserne – det hjælper os bare overhovedet ikke. Hvad hjælper det at have ret, hvis det er "de andre", der har magten. Demokrati, om det er det indre eller det ydre, betyder ikke, at "de gode" vinder – det betyder simpelthen bare, at det tankesæt, hvor flest rækker fingeren op, er det tankesæt, der bestemmer retningen. Vores indre demokrati består af vores fortolkninger.

→ VIGTIGT

Vores tankesæt definerer retningen i vores liv!

Først skal vi hente information, og den finder vi i vores erfaringer

Det første, vi mennesker har brug for, når vi går i gang med et eller andet, er information: "Det, jeg står med her, hvad er nu det for noget?" Så skal jeg byde en lækkerbiskken op til dans, sælge et nyt produkt, følge en ny plan, skifte diæt eller tage et nyt lederjob, ja, så har jeg brug for at orientere mig og samle information. Information bygger altid på erfaringer. Det kan være mine egne erfaringer, og hvis jeg ikke har nogle selv, kan jeg måske bruge andres erfaringer. Vi kan ikke undgå denne mekanisme, vores erfaringer vil altid blive sat i spil som det første. Erfaringer er noget, vi har oplevet tidligere, man kan sige, at de hentes i fortiden. Men vi mennesker er ikke bygget til at lave en copy/paste af fortiden, der er simpelthen alt for meget information. Så vi koger en hurtig sammenkogt ret og vupti – jeg har nu en erfaring. Et lidt bedre ord for sammenkogt ret er fortolkninger. Vender vi tilbage til konceptet om, at vi er bevidste og ubevidste, er LANGT størstedelen af vores fortolkninger gjort i blinde. En erfaring er altså i virkeligheden intet andet end min personlige og meget begrænsede fortolkning af fortiden. Vi kan ikke lave om på, at menneskemaskinen orienterer sig sådan her, men vi kan bestemt bygge systemer, der udnytter det optimalt, og vi kan også bygge systemer, der overhovedet ikke virker. Så der er altid en vis tvivl omkring erfaringer; fortæller de os sandheden, eller er det en historie fra de varme lande? Så det her med at sidde irriteret ved skrivebordet handler meget begrænset om den konkrete situation, men langt mere om kvaliteten af den information, vi har samlet. PS: Altså hvordan vi fortolker fortiden. Vi er ved at brygge en symfoni, og dirigenten er Fiasko.



Tanker

Erfaringer er ALTID bygget på vores subjektive fortolkninger af noget, der allerede er overstået (fortiden), og alligevel bruger vi dem som valid information. Så selvfølgelig er der noget ved skrivebordet, der har udløst min irritation, men den bunder i virkeligheden i den information, jeg trækker på. En klassisk fortolkning blandt sælgere er, at fordi de hiver pengene ind til virksomheden, skal de have særstatus. En klassisk lederfortolkning er, at det kun er rigtigt, hvis de ved det hele selv, og så forvandler de sig til en hysterisk 4-årig, når de siges imod.

KONSTRUKTIVT DESIGN

– Sådan designer vi SUCCES-erfaringer

Erfaringer er altså i virkeligheden "bare" vores fortolkninger af noget, der allerede er sket. Så møder vi en ny udfordring – her og nu. Lad os sige, at vi møder en udfordring, der inkluderer penge. Det første, vi gør, er at fare tilbage til det mentale arkivskab, hvor alle kartotekskortene for penge bliver fundet frem, og så udvikler vi en hurtig fortolkning. Vi tager den nye udfordring, smider den ned til de gamle erfaringer og påstår veltrothed, at nu ved vi lige præcis, hvad den er for én. Det betyder jo sådan helt lavpraktisk, at noget, vi skal til at løse nu, bliver mødt med udgangspunkt i noget, vi har fortolket os frem til. Vi kan simpelthen ikke vide, om det, vi har erfaret, nu også er sandheden.

Vi kan ikke stoppe denne mekanisme, den er en del af menneskemaskinen, men vi kan via vores 180 graders-princip styre, om det er Succes eller Fiasko, der flytter ind i vores fortolkninger. Vi kan altså aldrig helt stole på vores erfaringer, fordi de er vores subjektive fortolkninger. Men vi kan selv afgøre, om vores fortolkninger hjælper os til eller forhindrer os i at skabe gennembrud.

Er vi villige til at slippe nuance-tankesættet med rigtigt/forkert, godt/dårligt, sort/hvid osv., kan vi skære det helt ned til følgende:

Vi fortolker fortiden:

- Konstruktivt
- Destruktivt

Det er afgørende, at du ikke erstatter konstruktivt og destruktivt med positivt/negativt. Den fejl begår mange til at starte med, og du sparer afgørende tid ved at disciplinere dig selv til ikke at begå denne brøler. Positivt og negativt er værdiladede ord, de betyder grundlæggende plus og minus – og for mange fortolkes det på et ubevidst plan som rigtigt og forkert, og det er jo nuance-tankesættet, der melder sin ankomst. Vi kan roligt regne med, at Fiasko har set det komme, og er klar til at slå til.

Nogle gange er livet negativt. Nogle gange er livet positivt. Nogle gange har vi dårlige dage, og andre igen har vi gode. Nogle gange er vi glade, og nogle gange sørger vi. Nogle gange har vi smerter. Nogle gange føler vi velbehag. En af de største vildfarelser er, at vi skal forsøge at lave dette om. Det kan vi ikke! Sådan er livet! Og læg nu alle dine forbehold væk, indtil du er færdig med at læse dette!

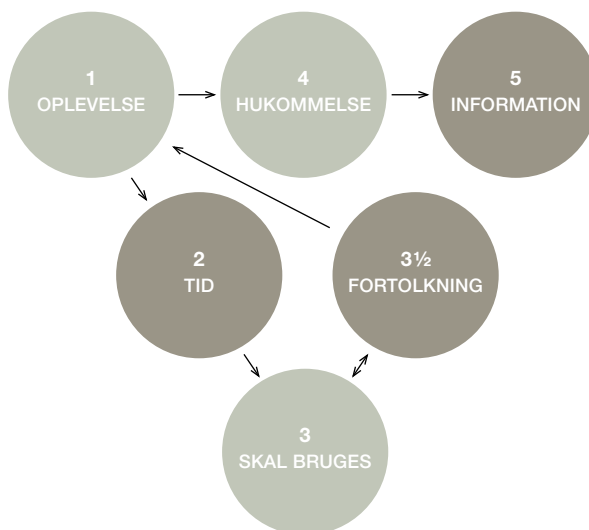
Uanset, om livet er negativt eller positivt, har vi i vores virkelighedsfortolkninger muligheden for fremadrettet at bruge det som en erfaring, vi kan bygge oven på. Vi har selv magten til at påvirke, om betydningen bliver konstruktiv eller destruktiv for os.

"GOOD FOR YOU!"

Mental spanking til forfatteren – fra negativ til konstruktiv!

Som ung, ambitiøs, flittig og ret spændt heavy metal-guitarist havde jeg med en hurtig reaktion fået arrangeret en personlig undervisningstime med gitarikonet Joey Tafolla fra USA. Jeg havde hele arsenalet klar, og i løbet af 4 minutter havde jeg fyret alt det af, jeg kunne. Joey smilede bredt til mig (læs: overbærende), og vi gik i gang med den reelle undervisning. Det var super lærerigt, og hen mod slutningen af sessionen begyndte vi at spille

nogle af mine numre. Joey fik trykket den af til min musik, og jeg må indrømme, at jeg var overrasket over, hvor fedt min musik kunne lyde. Til sidst stillede Joey mig et vigtigt spørgsmål: "Christian, det kører for dig – hvorfor kender jeg dig ikke?" Jeg fandt straks nogle af mine allerbedste fortolkninger frem fra "kassen" og begyndte flittigt at indføre Mr. Tafolla i Jantelovens fine, fine principper. Joey lyttede tålmodigt til min fortælling om, at i Danmark skal man ikke tro, man er noget, og at folk er mere optagede af at holde igen, i stedet for at komme derudad.





Tanker

Han lod mig tale ud og sagde så: "Good for you!" Min hjerne slog lige et "smut", og jeg måtte lige sige: "Ehh, what do you mean by that?"; hvortil Joey svarede: "Jo, Christian – er alle de andre virkelig så optagede af at holde igen og ikke tro, de er noget, efterlader det så meget mere plads til dig derude – I love Denmark!!"

Mit tankesæt styrtede i grus. Manden havde jo ret! Budskabet var simpelt, lige til og ikke til at komme udenom. Jeg var 100 % i mit nuance-tankesæt, og i mit hoved rumsterede en konflikt imellem, hvad jeg ville, og hvad jeg fortolkede, at "man" kunne i Danmark. Mit tankesæt var min sygdom – det var klart destruktivt for mig, sikkert meget realistisk og relevant for andre, men det var dagen, hvor jeg personligt begravede janteloven.

→ OM JOEY TAFOLLA

Joey Tafolla is an American guitarist. Initially a member of the heavy metal band Jag Panzer from 1984 to 1985, he joined Mike Varney's Shrapnel Records label soon after; releasing his debut album *Out of the Sun* in 1987, alongside the releases of other shred players such as Marty Friedman, Jason Becker, Paul Gilbert, Richie Kotzen, Tony MacAlpine and Vinnie Moore, among others. His second release in 1991, *Infra-Blue*, was a noticeable departure from the neo-classical stylings of his first album, and demonstrated a more standard instrumental rock-orientated sound. Tafolla currently owns JTM Merchandising, an apparel and gear manufacturing company located in Huntington Beach, California.

ABE-SINDET Giv slip og opnå!

Jeg har en "mental reminder", som jeg simpelthen ikke kan huske, hvor jeg har fundet henne, men som er meget simpel og meget kraftfuld. Den lyder: "Never leave your mind alone!", og den indeholder en afgørende pointe, som via følgende historie kan hjælpe os med at tæmme sindets kræfter:

Bønderne i Indien har en kæmpe udfordring med aber. Aberne æder alt, hvad de kommer i nærheden af, og det går ud over afgrøder, templer, mennesker osv. Men abernes grådige natur gør dem sårbare, og bønderne har udviklet en effektiv teknik til at fange aberne med.

Der produceres store tunge krukker, der kun har en lillebitte åbning i toppen. Bønderne tager noget frugt, putter den ned i krukkerne og sætter dem så ud på de mest udsatte steder. Aberne, som er smarte nok, regner hurtigt ud, at nede i krukkerne ligger der et nemt måltid. Aberne stikker hænderne ned i krukkerne og griber frugten. Men fordi åbnin-gen er så lille, kan aberne ikke få hænderne op igen, så længe de holder fast i frugten. Her kommer deres grådighed i spil. I stedet for at slippe frugten, så de kan få hænderne op, holder de fast i frugten, bliver fanget af bønderne og mister derved livet.

Sådan er menneskesindet også, hvis vi ikke holder øje med det, men overlader det til sig selv. Det følger sin grådighed, griber krampagtigt fast i de nemme frugter og holder fast, også selvom det "koster os livet". Vores erfaringer er det første, vi forholder os til i enhver ny situation, og hvis vi overlader opgaven med at sortere og fortolke disse til sindet alene, er sandsynligheden for destruktive resultater store. Når vi ønsker at skabe gennem-

brud, handler det om at bearbejde livets op- og nedture, så de alle kommer til at bidrage som konstruktiv information. Så når vi fanges af tankesæt som:

- Min chef fatter intet
- Ansatte er roden til problemer
- Finanskrisen står i vejen
- Jeg kan ikke gøre dette, før andre har gjort noget andet
- Jeg er for ung
- Jeg er for gammel
- Jeg er for tyk
- De andre er for dovne
- Jeg mangler kompetence

– er det i virkeligheden baseret på destruktive fortolkninger af vores erfaringer, som vores abe-sind krampagtigt holder fast i. Det koster os alt; vores økonomi, parforhold, karriere, lykke, relationer og muligheder. Det "eneste", vi skal gøre, er at give slip på frugten – så er vi frie.

GØDNING HJÆLPER!

Det første, vi mennesker gør, når vi skal til at skabe et gennembrud, er at søge information. Den finder vi i det mentale arkivskab, der hvor alle vores erfaringer ligger gemt. Dem fortolker vi på to måder; enten destruktivt eller konstruktivt. Det destruktive opstår, når vi er fanget i nuance-tankesættet: godt/dårligt, positivt/negativt, sort/hvidt osv.

Fordi mennesker for langt den største del orienterer sig ud fra ubevidste vaner, er vores vigtigste nøgle at etablere en bevidst indsats. Vi vælger, hvilken ulv vi vil fodre (den "gode" eller den "onde"), og tvinger os selv til at regne ud, hvad den kan lide, og hvordan vi undgår, at den anden får sat tænderne i vores foder.

Det konstruktive opstår, når vi rykker os væk fra alle domsafsigelserne og nuancerne og begynder at orientere os ud fra om måden, vi fortolker vores erfaringer på, virker eller ikke virker for os. Virker eller ikke virker defineres ud fra, om de rykker os tættere på eller fjernere fra vores ønsker. Det betyder, at konstruktivt ikke giver abe-sindet det, som det ønsker sig, men derimod det, som det har brug for. Et godt eksempel er, når vores børn plager om Cola. Vi ved, det ikke er godt for dem, men det er det, deres abe-sind vil have. Nogle gange overgiver vi os til vores eget abe-sind, som bare gerne vil have fred eller deres vidunderlige kærlighed, når de fortæller os, at vi er de BEDSTE forældre i heeele verden. Andre gange vinder den konstruktive ulv. Ungernes abe-sind får lov at beklage sig, og vi tilbyder dem vand – altså det, de har brug for, også selvom de umiddelbart ikke vil have det. Destruktivt og konstruktivt er livets to ulve, nu skal vi til at fodre den rigtige. Dette er den første ud af ni gennemgribende transformationer, vi går igennem.



Tanker

SYV TANKESÆT, DER VIRKER!

1. Når mennesker tilbyder dig deres erfaringer, så prøv dem af i en sikker ramme. Se om det, de siger, virker, og sorter derefter, hvem du kan bruge til noget, og hvem du ikke kan. Snyd aldrig dig selv ved at dømme andres erfaringer, hvis du ikke flittigt har testet dem.
2. Opsøg mennesker, som tænker anderledes end dig selv, og hvis tankesæt du har tillid til. Når du oplever, at noget er negativt, så lad dem komme med et bud på, hvordan dette kan vendes til noget konstruktivt – altså noget, der virker for dig.
3. Overlad aldrig dit sind til sig selv. Lad ikke abe-sindet overmande dig til at tage de dovne og grådige løsninger.
4. Når du oplever konflikter med andre eller i dig selv, så vælg en aktiv adgang til udfordringen. Vent ikke på, at andre ser noget nyt eller tager affære. Gå øjeblikkeligt i gang selv, og vid, at Fiasko står på lur og vil gøre alt for at overtale dig til at overgive dig til feel-good-løsninger. Hold fokus på, at feel-good sjældent giver dig det, du har brug for, men meget mere er her og nu lystbetonet.
5. Når du går i gang med at planlægge et mål, er det vigtigt, at du er kritisk over for den information, du benytter dig af. Ofte er den baseret på ubevidste fortolkninger og så ved vi aldrig, om de holder med Succes eller Fiasko. Det er vores personlige opgave at bruge både det negative og det positive konstruktivt.
6. Sort og hvid er to sider af samme sag. Saml på mennesker, der tænker utraditionelt og træk på deres erfaringer, de kan løfte dine egne muligheder tusindfold, hvis du har modet til at rumme deres særheder.
7. Konverter negativt til konstruktiv
 - *Min chef fatter intet!*
Det er fantastisk. Min egen ambition er at være leder, og så længe han håndterer tingene sådan, er det nemmere for mig at komme til. Jeg vil notere mig så mange af hans fejl som overhovedet muligt, og når jeg selv bliver leder, vil jeg have en effektiv manual om, hvad jeg ikke skal gøre, og jeg behøver ikke engang at begå fejlene selv. Jeg er godt nok heldig, at han er her, det er ikke mange forundt at have så effektiv en læremester.
 - *Ansatte er roden til problemer!*
Problemer er Fiaskos tankesæt, og han skal ikke have lov til at sætte sine klamme tænder i mig. Jeg vil øve mig i at blive verdensmester i at rekruttere, og jeg vil blive verdensmester i ”den svære samtale”. Ingen mennesker har så meget magt, at de kan tage min kreativitet fra mig. Denne situation er en gave, som jeg via mit tankesæt har skabt til mig selv. Jeg kan mærke, at jeg ikke er motiveret, og så kan jeg heller ikke motivere andre. Jeg vil her og nu øve mig i at blive en bedre motivator.



- *Finanskrisen står i vejen!*

Krise er Fiaskos tankesæt, og hans adfærd er passiv. Lige nu er rigtig mange i branchen lammede af Fiasko, og imens de har svært ved at rykke sig, vil jeg undersøge, hvad mine kunder har brug for, og hjælpe dem til at få det. Når træningen er allerhårdest, er det dér, den giver allermost. Jeg vil ikke spilde en dråbe af finanskrisens træning, og når tiderne vender igen, vil min succes-muskel være så stærk, at ingen kan følge med mig.

- *Jeg kan ikke gøre dette, før andre har gjort noget andet!*

Nogle gange rykker andre ikke, som jeg ønsker mig det. Men jeg overgiver mig ikke til det destruktive tankesæt, og derfor leder jeg hele tiden efter nye veje, der giver andre lyst til at følges med mig. Er det ikke muligt, er jeg modig nok til at give slip og skabe gennembrud for mig selv et andet sted.

- *Jeg er for ung.*
I forhold til hvad?

- *Jeg er for gammel.*
Hvem siger det?

- *Jeg er for tyk.*
Enten accepterer jeg det, eller også gør jeg noget ved det!

- *De andre er for dovne.*

Mennesker er ikke dovne. De er måske overvældet af Fiasko, eller har aldrig lært at fodre den rigtige ulv. Jeg ser, hvad jeg kan gøre, og er de forelskede i den tilstand, er jeg fri til at sortere dem fra.

- *Jeg mangler kompetence.*

Selvfølgerlig gør jeg det. Men jeg har valgt det konstruktive tankesæt, og møder jeg Fiasko på min vej, ved jeg, at jeg bruger hans fejltagelser til at blive klogere med. Jo mere, jeg fejler, jo mere kan jeg bruge Succes' erfaringer, og dem vil jeg gerne have fingrene i.



Tanker

IKKE UDEN MIN SJÆL

En 2TheCore-Talk om konstruktiv og destruktiv!

Motivation, inspiration og indhold i livet eller på jobbet er blevet en mental handelsvare, som udstilles i flot glitter-embalage, der bekræfter enhver, der ikke finder tilfredsstillelse i klichéerne i, at det er dem, der er forkerte. Det er et stort bedrag at SUCCES er nem, og at den ligger for enden af personlig udvikling step 1, 2 og 3 og kan fixes ad libitum af masserne. SUCCES er en personlig rejse – modstand, skuffelse og fiasko er en naturlig læremester i livets spil. Er dit mål at skabe overflod? Så er det tid til at spidse ører!

→ VIDSTE DU, AT ...

Sjælen er et vanskeligt definerbart begreb. Det kan f.eks. defineres som den åndelige essens af et menneske. Ofte bruges sjæl mere eller mindre synonymt med begrebet ånd, selv om det, i hvert fald ifølge nogle sjælsforståelser, ikke er korrekt. Det græske ord for sjæl er psyke.

Provokeret!

Vi bliver alt for ofte forført af tankesættet, der udelukkende handler om resultater. Vi bliver provokeret grundlæggende af at skulle bryde ”fokus på resultaterne”-tankesættet. Spørgsmålet: ”Hvad får man fra hånden, hvis ikke vi fokuserer på resultatet?” rejser sig, og i bund og grund er det relevant. Dog argumenterer jeg ikke for den direkte modsætning, der hedder passiv eller ufokuseret adfærd. Mit fokus er, at vi skaber et tankesæt, der både medregner resultatet og prisen samtidig.

På den måde undgår vi at stå med en tomhedsfølelse på den anden side af opfyldelsen af vores ambitioner. Derved forebygger vi at blive afhængige af resultater, og det er SUPER relevant for mange mennesker. Afhængighed skaber altid en ”fixer”-adfærd, hvor fokus er rusket alene, og pakkes ind i alle mulige mere eller mindre fornuftige argumenter, som tit starter med ”jeg burde”, ”man skal”, ”sådan er det”, ”måske skulle jeg ...”, ”jeg fortryder lidt” osv.

→ VIDSTE DU, AT ...

Selvet nok er det ord, der kommer tættest på sjælebegrebet i hverdagen. Ligeledes er begreber som personlighed, ego og sind ord, der bruges i daglig tale om det sjælelige.

Det fulde potentiale ZZZZZZZZZZZZZZ

Personlig udvikling er landet i en bås, hvor det enten handler om at udnytte sit fulde potentiale, eller også er det svømmet ind i en eller anden form for ”vær tilstede i nuet”-pakke. Men personlig udvikling kunne måske også handle om at få sjælen med. At finde meningen med livet handler om at dykke ned i det, der giver mening for mig. Ikke kun ego-delen, men også den del hvor min adfærd, mine resultater, mine penge, min familie osv. også indgår i helheden. Ikke helheden som den ottende svævende spirituelle lysspiral, men helheden på det niveau, hvor mit humør påvirker dit humør – der, hvor mine valg i virksomheden påvirker dine valgmuligheder.

Når fokus ikke kun er resultatet, men også er prisen, altså vejen hen til resultatet – begynder sjælsbegrebet at manifestere sig. Jo mere smalt vi tænker, jo mere er vi faret vild. Det betyder lige nu, at jo mere lukkede vi er for at udvide menneskelivet, og det vi bruger vores tid på (det kunne være business), jo mere er vi faret vild. Alt for mange autoriteter tror, at det, de selv er optagede af, er det vigtigste. Men prøv at sælge et eller andet, så finder du hurtigt ud af, at det ikke handler om, hvad du mener om produktet, men hvad andre mener om det!

Sjælens signalstoffer

Erfaring er nøglen. Andres erfaringer kan guide os, men vores egne erfaringer underviser os. Der er ikke én nem vej, som jeg også skrev i starten. Modstand, fiasko, frustration er "sjælens" signalstoffer, uden dem ville den aldrig få kontakt til os. Alt for ofte forsøger vi med et super snævert verdensbillede at optimere forretninger, privatøkonomier, salgsstyrker osv. ved at undgå det, der "stinker" lidt. Vi vil have "feel good"-værktøjer og stryges med hårene. Men, men, men – dem, der tør tage "tævene", er også dem, der vinder de store sejre.

Så vil du have overflod, men ikke konfrontere dig selv med dit "fattigrøvs-tankesæt" – Ja!? Titlen "IKKE UDEN MIN SJÆL" peger på, at du kan give enhver "spade" de vildeste værktøjer, men kan han ikke sit håndværk, er resultatet dømt til at brase sammen før eller siden. Også selvom huset står så flot med sort tegltag og en Audi i carporten. Det er bygget på et ustabilt fundament. Sjælen er det solide fundament ... Nogle kalder det mavefor-nemmelsen, universet – I don't care ... dog må vi vågne op og indånde lugten i bageriet, hvis vi vil lære at bage kagerne.

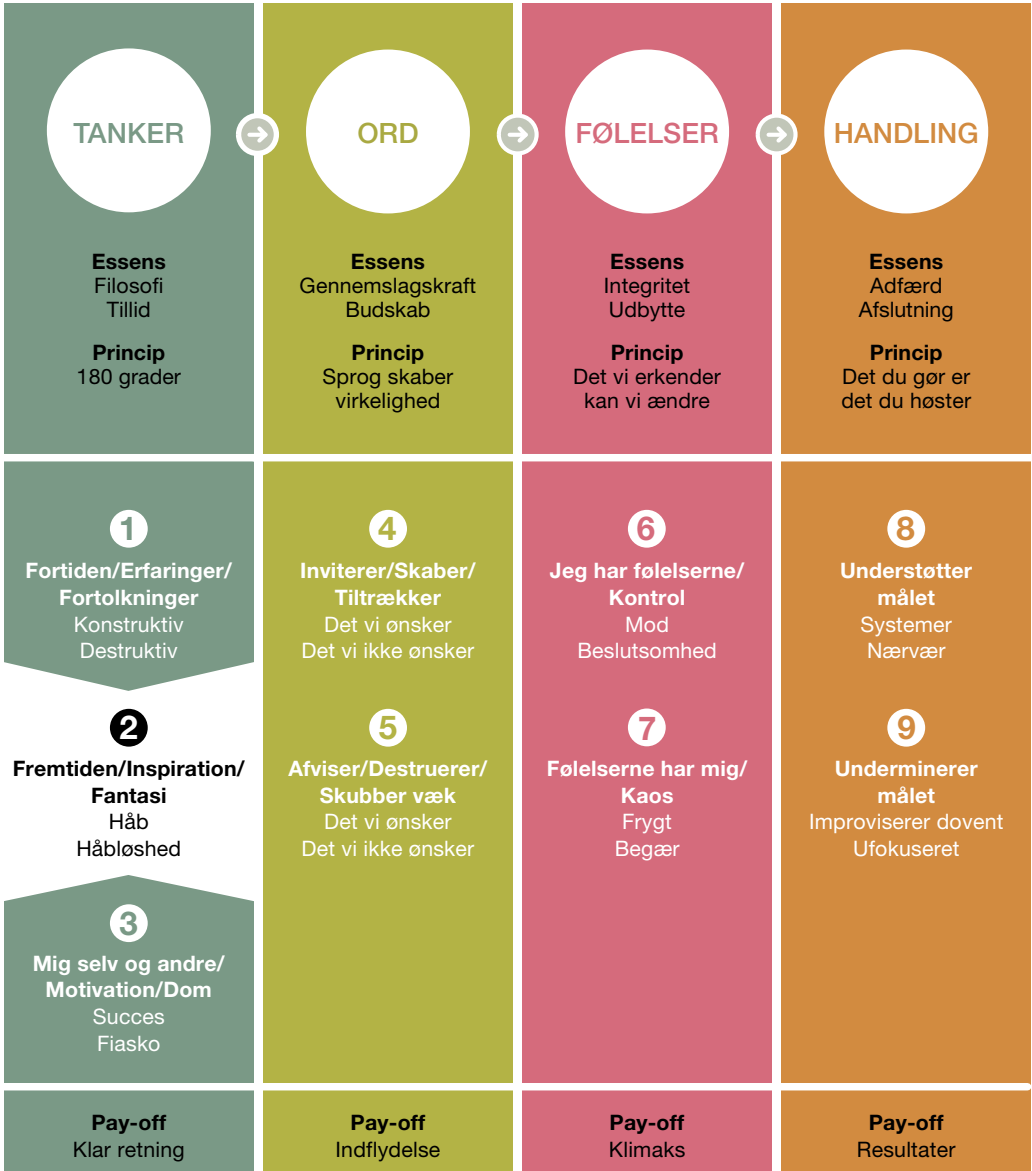
Overflod er en naturlig del af et tankesæt, der er overflod – vejen er personlig – den finder du i DIN sjæl.

→ HVORFOR IKKE?

- Sæt fokus på, hvad du vil give for overflod
- Sæt fokus på, hvad du vil give for SUCCES
- Sæt fokus på, hvad du vil tilbyde andre for at få det, du ønsker dig
- Sæt fokus på det, som er vigtigst i livet for dig, og plej det imens du skaber resultater
- Sæt fokus på lykken, så overfloden er elleverd efter at få lov at bruge tid på dig
- Hvorfor ikke???



Tanker





TRANSFORMATION 2

En stærk fantasi skaber en glørværdig fremtid!

”Hvis jeg har bygget mit hus på et dårligt fundament, vil det styrte sammen næste gang der er stormvejr. Når det handler om vores tankesæt er fortiden vores fundament, og fremtiden er vores hus.”



I dette kapitel får du

NÆSTE STOP

Fremtiden er **ALTID** vores næste destination!

HØJESTE FÆLLESNÆVNER

Hormoner og reptilhjerner

BRUG DYNAMIKKERNE

Sådan skabes håb!

FRA MIG TIL OS

Andre mennesker er vores løftestang!

”DO-IT-YOURSELF-GUIDE”

Til håb og håbløshed!

FRA OUTSIDER TIL OUTSTANDING

2TheCore-Talk om håb og håbløshed

Inspiration til dette kapitel

En idé kan vokse sig så stærk, at den føles ægte. Vi kan lugte motorolien fra den nye bil, næsten flække øjenbrynet på den nye emhætte og mærke lykkens vingesus fra den næste store ordre, vi kommer til at lukke. Men gode idéer bygget på et dårligt fundament er dømt til fiasko. Evnen til at vende fortolkninger til noget konstruktivt er en løftestang til at sætte en af vores mest kraftfulde ressourcer effektivt i spil – vores fantasi. Fantasien er en imponerende størrelse. Den har trukket mennesker fra fattigdom til rigdom, fra panik til ro og fra begrænsninger til muligheder. Dette kapitel introducerer til skaberkraften i os mennesker, evnen til at skabe mulige visioner for fremtiden.



NÆSTE STOP

Fremtiden er ALTID vores næste destination!

Når fortiden er på plads, bevæger vi os med det samme videre til fremtiden. Fremtiden skabes via vores fantasi og visioner, og dette kapitel handler om, hvordan tanker om fremtiden skaber vores inspiration. Det er vigtigt at forstå fra start, hvordan vores inspiration ender op med at være vores muligheder.

Når det, vi oplever, er placeret i kassen med enten et konstruktivt eller destruktivt tankesæt, bevæger hovedet sig hurtigt videre og spørger sig selv: "Og hvad kan jeg så bruge det til?" Vi begynder at forestille os, hvordan vores erfaringer kommer til at påvirke fremtiden – vi bygger en fremtidsvision! Vi aktiverer vores fantasi og begynder at dagdrømme. Dagdrømmenes kvalitet bærer klart præg af fortolkningernes kvalitet. Fiasko og Succes har bygget deres fundament og fordelt rollerne for nu. De ved begge to, at fremtidens etape er en vigtig sejr, og de vil kæmpe til sidste blodstråbe om hvem af dem, der får lov til at påvirke fremtidsvisionerne. Om vi har et konstruktivt eller destruktivt tankesæt får direkte indflydelse på, hvor vores fremtidsudsigter lander henne; er der lys for enden af tunnelen, eller er der mørkt og utrygt!

De gamle indianere kendte visionernes power og brugte forskellige virkemidler for at komme i kontakt med dem. At have evnen til at se kraftfulde visioner var et statussymbol i stammen, og den, der havde denne evne, fik stor indflydelse på, hvordan stammens beslutninger blev truffet. Sådan er det reelt stadig – den, der kan se de banebrydende visioner, er også den, der får lov til at påvirke fremtiden. Mange lader sig forføre til at tro, at der er nogle, der er bedre til at forudsige, hvad der kommer til at ske

end andre, men sandheden er, at det, der afgør om der lyttes til vores visioner, er, om vi evner at manifestere dem konkret i fremtiden.

Hver dag forudsiges fremtiden. Nogle siger, at vi her i 2010 er på vej ud af finanskrisen, og andre siger, at vi kun lige har set toppen af isbjerget (krisen). Os, der er landet i det destruktive tankesæt, har en tendens til at danne fremtidsvisioner, der siger: "Nu må vi se, hvad der sker, og hvem der får ret." Os, der er landet i et konstruktivt tankesæt, bygger fremtidsvisioner, der siger: "Jeg er min egen lykkes smed, og uanset, hvad der sker, så er jeg på vinderholdet!"

Fordi vi ikke kender fremtiden og kun kan fortolke på fortiden, er den anden ud af de ni gennembrud. nu-transformationer af vital betydning. Den handler om hvilken inspiration, vi bygger fremtiden på.

HØJESTE FÆLLESNÆVNER Hormoner og reptilhjerner

Fremtiden er af gode grunde ikke fysisk til stede endnu. Den er en fantasi i vores hjerne. Så her kan Carl Lewis få sin plads; "If you can dream it, you can do it!" Men hvis du ikke kan drømme det, er det eneste, du har fået svar på, at du på den ene eller anden måde ligger under for dit eget destruktive tankesæt. Fremtidsvisionen er Fiaskos svendestykke, og han har slukket lyset i korridoren. Tillader vi ham at være dominerende og styrende for vores fremtid, har det intet med omstændighederne at gøre, men alt med vores egne fortolkninger at gøre. Kampen er ikke tabt endnu, og det er tid til at aktivere vores bevidsthed og ikke leve et liv, der alene er styret af hormoner og reptilhjernen. Så hvordan skaber vi tiltalende fremtidsudsigter og har kraftfulde fremtidsvisioner? Det gør vi ved at forstå, hvad fremtidsudsigter, visioner og drømme er for nogle størrelser, og hvordan vi kan påvirke dem effektivt. Tanker om fremtiden handler i bund og grund om inspiration. Inspiration kendetegnes ved, at den ene idé tager den anden, energien forstærkes hurtigt, men vi handler ikke endnu. Når vi er inspirerede, er vi endnu ikke aktive, fordi vi stadig er ved at "planlægge" fremtiden.

I mange virksomheder, og for rigtig mange af os individuelt, er der stor forvirring omkring forskellen på inspiration og motivation, og det er kritisk. Høj energi og en masse idéer ses ofte som motivation, men i virkeligheden er det inspiration, og hvis vi er nået til det sted, hvor vi skal ud over stepperne og skabe resultater, er inspiration noget rigtig skidt. Jeg tror måske som leder, at mine sælgere er motiverede, men i virkeligheden er de inspirerede, og de har IKKE tænkt sig at gøre noget ved opgaven endnu. Omvendt har jeg også set mange ledere

bede folk om at tænke efter og komme med idéer lige efter, at de selv har sagt, at det er tid til at komme derudad og skabe resultater – det virker ikke!

Forskellen på inspiration og motivation var i virkeligheden en af mine første gennembrud.nu-erfaringer. Jeg skulle som 20-årig lave en opgave, der inkluderede en række direktører i en virksomhed, og jeg skulle finde på noget ekstraordinært for overhovedet at få et ben til jorden. Her stod jeg, stadig med snot under næsen, og skulle tilbyde kvalificeret ledelsesstrategi. Jeg begyndte at besøge dem på deres kontorer, hvor jeg så flere imponerende undervisningsværker på reolerne. Til spørgsmålet om, hvad de havde lært på de forskellige uddannelser, var svaret: "Christian, det kan jeg ikke huske, men jeg har da taget lidt med mig hver gang!"

Husk gennembrud.nu-systemet arbejder med:

1. Personlige kompetencer
2. Systemer, strategier og principper
3. Værktøjer

Jeg havde overvurderet deres motivation for indlæring, og deres evne til at samle ny viden op og bruge den. Jeg fandt ud af, at der var en vis stemning omkring kurser og uddannelse; folk tager af sted, bliver imponeret af underviseren, æder 40 kg god mad, kommer energifyldte tilbage og gør fuldstændig, som de altid har gjort. Den type kurser og uddannelse pirrer vores fantasi og inspirerer os, men de skaber ingen kompetence for reel forandring. Det, lederne ofte ønsker som resultat ved uddannelse, er en ændret og mere manifesterende adfærd. Her stod jeg med en konkret opgave, hvor fem rutinerede erhvervsledere, mindst dobbelt så gamle som jeg, skulle rykkes. Jeg læste alt, hvad jeg kunne komme i nærheden af i 14 dage, men fandt ingen svar. Heldigvis ramte en idé mig et par dage inden første samling.



Tanker

Jeg var noget spændt, men jeg vidste, jeg ville bryde igennem! Jeg havde fået lavet de vildeste mapper i sort med guldkant. Mapperne havde de mest A.P. Møller-agtige faneblade, jeg overhovedet havde kunnet opdrive, og jeg delte roligt materialerne ud. Første mand åbner materialet, stopper lidt op, kigger på mig med forundring. Mine undervisningsmaterialer indeholdt, udover det, jeg lige beskrev, en kuglepen og en linieret blok. Det var tid til at svare på spørgsmålet. "Alle materialerne på jeres kontorer viser, at uanset hvad jeg skriver til jer, bruger I det ikke. I må lave jeres egne notater, som jeg forventer bliver brugt aktivt." Der var lige stille et øjeblik, og så begyndte alle at grine. Jeg sagde til dem: Jeg ved noget om at rykke mennesker, I ved en masse om ledelse. Så længe I ikke rykker selv, kan I ikke forvente, at jeres medarbejdere rykker sig. Er I også trætte af, at folk ikke gør, hvad I siger, de skal, kan I jo starte med at gøre det, vi aftaler her!"

For at påvirke fremtiden bedst muligt skal vi vende vores erfaringer til noget konstruktivt. Jeg brugte deres erfaringer med kurser og uddannelse som et afsæt til en ny fremtid. Jeg kritiserede dem drillende, men jeg havde luret deres personligheder godt nok til at vide, at de ville elske, at der var én, der sagde tingene direkte til dem. Det bringer os frem til, hvilke muligheder fantasien har for fremtiden. Vores fantasi og tanker om fremtiden skaber enten håb eller håbløshed:

Der er logik i den måde, vi bygger tankesæt på. Hvis jeg har et destruktivt tankesæt om fortiden, vil jeg i 99,9 procent af tiden ramme håbløshed. Har jeg et konstruktivt tankesæt om fortiden, vil jeg i 99,9 procent af tiden ramme håb.

- Konstruktivt – håb
- Destruktivt – håbløshed

Jeg har set folk forsøge at undgå fortiden og omprogrammere til en bedre fremtid. Det virker ikke sådan. Det svarer til, at huset får sætnings-skader, og at vi skifter taget for at reparere problemet. Det betyder omvendt heller ikke, at vi skal pille navle dagen lang, men vi skal være villige til at bruge alt, hvad vi oplever, konstruktivt, og det kræver en seriøs indsats. Vores erfaringer bliver vores tankesæt om fremtidens muligheder, vi bærer ganske enkelt fortiden med ind i fremtiden. Om der er håb eller håbløshed kommer til at påvirke os i en sådan grad, at ti maratons på den Kinesiske Mur, uden træning, giver mere mening end at overlade fremtidsvisionerne til tilfældighederne.

Tag for eksempel selvtillid. Vi står foran spejlet om morgenen og kigger på vores velplejede dunk og tænker i vores stille sind: "Dit fede dyr, du har ingen muligheder, når du ser sådan ud." Konen, manden, kollegerne, vennerne, elskerinden osv. kan igen og igen forsikre os om, at vi er fine, som vi er. Er vores eget tankesæt håbløshed, skal der rigtig stor indsats til fra de andre, før det virker. Det kan dog virke over lang tid. Der er altså to vigtige elementer, der bygger vores tankesæt om fremtiden:

- Mine egne tanker om fremtiden, bygget på mine erfaringer
- Kontakt til andre mennesker og deres tanker om min fremtid

BRUG DYNAMIKKERNE

Sådan skabes håb!

Vores erfaringer skal altså som det første vendes til noget konstruktivt. At lege med fantasien og bygge inspiration på et fundament af destruktive erfaringer, kan aldrig blive et hit. Vejen til at vende egne fortolkninger effektivt går oftest igennem andre mennesker. Men er det "kun" en ydre påvirkning, som ikke bliver adopteret i eget tankesæt, er chancerne for et gennembrud små.

Jeg har mødt fagligt dygtige og megaintelligente mennesker, som altid har dårlig økonomi. De har alle mulighederne, men griber dem ikke. Årsagen udspringer simpelthen af, at de insisterer på at skabe destruktive penge-erfaringer, og de er ikke åbne for relationer med andre, som kunne være med til at gennembryde deres nuværende penge-tankesæt. De fokuserer ikke på at have de rigtige mennesker omkring sig. Det hjælper dem ikke, at mine eller andres ord inspirerer til håb, for deres fantasi er ikke åben, og fantasien er inspirationens moder. Som jeg skrev tidligere, er håbløshed Fiaskos gødning, og han er en eminent gartner. Vi skal ikke give ham ret meget plads, før han har oprettet en klon-farm, hvor den ene kopi af ham selv efter den anden ser dagens lys. Vi skal kalde på Succes, og den nemmeste vej til ham er via andre mennesker. Mennesker, som har en stærk fantasi og kan drømme større på vores vegne, end vi selv kan.

FRA MIG TIL OS

Andre mennesker er vores løftestang!

Nogle mennesker, som vi finder inspirerende, er måske ikke lige inden for vores rækkevidde. Derfor er det vigtigt at udvide begrebet om andre mennesker til ikke kun at indeholde venner, familie og bekendte. Andre menneskers inspiration kan findes via forskellige andre medier. Vi skal altid huske, at det, andre tilbyder os, er inspiration; idéer, der skaber energi og tankestrøm. Vi skal altid handle selv, før det kommer til at virke i vores eget liv. Her er en række eksempler:

• Foredrag og seminarer

- Vi kan selvfølgelig gå til dem, der fysisk afholdes inden for den afstand, vi er villige til at rejse.
- Men bl.a. på iTunes under iTunes U findes der en række universiteters forelæsninger, som helt gratis kan downloades.
- Ligeledes er flere og flere udbydere begyndt at tilbyde Webinars, som er foredrag eller seminarer afholdt via nettet.
- Teleseminarer er også ved at blive mere og mere udbredt.

• Bøger

- Selvhjælpsbøger er selvfølgelig oplagte, og der findes også nogle rigtig gode rundt omkring på hylderne.
- Men også biografier af mennesker, som du ser op til, er rigtig gode inspirationskilder.
- Eventyr og mytologiske fortællere er geniale inspirationskilder.
- Managementbøger er ofte interessante, fordi systemer og skemaer i disse opleves som seriøst. Det er genialt i forhold til inspiration, fordi vi får en model at tage udgangspunkt i, når vi ønsker at skabe ny inspiration for os selv.



Tanker

• Dvd-programmer og film

- Der er flere og flere film, som har udvikling og inspiration som hovedformål.

Her er et par stykker:

- Silent Warrior
- What the bleep do we know, down in a rabbit hole
- The Secret
- Jonatan Livingston Havmåge
- Lille Buddha
- Ligeledes findes der tusindvis af undervisningsprogrammer, som selvfølgelig svinger i kvalitet, men så længe vi leder efter inspiration, kan vi jo bare tage det, der kan bruges, og så smide resten væk.

• Biografen

- At sætte sig ind i mørket og lade sig rive med af følelserne, kan ofte skabe idéer, der er inspirerende. Sørg for at skrive denne inspiration ned, for den forsvinder hurtigt igen på vej hjem igennem myldretrafikken.

• Tjek eventuelt følgende talere ud på dvd:

- Jim Rohn
- Connie Podesta
- Bob Proctor
- Anthony Robbins
- Tom Hopkins
- Les Brown
- Bryan Tracey

• Biblioteket

- Flere steder i verden er det gratis at bruge biblioteket. Det er en uvurderlig skat til personlig inspiration.

• Aviser

- Aviserne handler i 95 % af tilfældene om fortolkninger af noget, der allerede er sket. Det er en fantastisk kilde til at gennemskue, hvad der lige nu er den kollektive bevidsthed, og derfor kan vi lære at sortere den generelle hype fra, når vi skaber personlig inspiration via den information, aviserne leverer.

• Podcasts og lydbøger

- Der findes et ubegrænset univers på nettet, og her er iTunes et godt sted at starte.

Hver gang vi finder håbløshed i vores tankesæt, skal vi ubarmhertigt svinge leen og klippe forbindelsen til de fortolkninger, der har slået deres destruktive tænder i os. Vi skal gribe ud efter fantasien og lade den bygge rede med Succes, og på den måde lade håbets inspiration tage bolig i vores tankesæt. Metoden er at bygge stærke relationer med mennesker, der tænker anderledes end os selv. Der er ikke håb for f.eks. en økonomisk fremtid, når vi løbende tillader tanker som: "Penge er et nødvendigt onde", "penge er ikke så vigtige for mig" og "hvis bare ikke penge fyldte så meget i vores samfund". Det betyder i praksis, at jo bedre vi er til at bygge relationer til de "rigtige" mennesker, jo større mulighed er der for, at vi i fremtiden bryder igennem. Der findes mennesker, der hellere vil trække andre ned, frem for at løfte sig selv, og hvis ikke vi passer på, kan de være med til at begrave os. Ligeledes kan vi selv være landet der, hvor vi foretrækker at trække andre ned, frem for at vokse selv. Det er op til os, hvilken type mennesker vi omgiver os med, og hvordan vi selv vælger at agere. En ting er sikkert – vi ligger, som vi har redt.

Fremtiden er vores løftestang

Jo mere vi deler vores tanker med "de rigtige" mennesker, jo mere håb vil der være for vores fremtid. Kontakt med konstruktivt tænkende mennesker, og vores evne til bygge relationer med dem, er den direkte løftestang til en fremtid bygget på håb. Disse relationer vil hjælpe os til at vende vores destruktive tanker til konstruktive, og det bliver en effektiv vane som løfter os. Spiralen kan også gå den anden vej, og det bliver også en vane. Det er op til os, hvilket design, vi lever ud fra. Afgørelsen falder i takt med det tankesæt, vi vælger at bygge. I virksomheden Mindset A/S er kampen om fremtiden virkelig hård. Både Succes og Fiasko ved udmærket godt, at bestyrelsen bestemmer, hvem der ejer aktie-majoriteten. Bestyrelsesformanden er vores eget tankesæt, men andre mennesker vi lukker ind i vores liv får en suppleantrolle, som via påvirkning kan influere dem, der har stemmeret. Fiasko og Succes kæmper indædt om at få mest mulig indflydelse på vores beslutning. Fiasko elsker dem, der siger:

- Penge er ikke alt
- Kærlighed gør ondt
- Det er de andre, der tager fejl
- Det handler om prisen
- De ansatte er dovne
- Det er regeringens skyld
- Mænd er nogle svin
- Kvinder er besværlige
- Det bliver alligevel aldrig anderledes

Og hver eneste gang, vi vælger at tænke denne type tanker selv, eller omgiver os med mennesker, der tænker sådan, rykker Fiasko lidt tættere på. Han bliver ophidset ved tanken, og hans perversiteter bliver vores skæbne.

Succes elsker dem, der siger:

- Penge giver mig frihed
- Kærlighed giver mig nydelse
- De andre kan gøre, hvad de vil, jeg er min egen lykkes smed
- Prisen afgøres af værdien
- Dovne mennesker hjælper mig til at se mine egne dovne sider
- Jeg påvirker det, jeg kan, og bruger det, der er
- Mænd er mænd
- Kvinder er kvinder
- Jeg skaber håb uanset hvad

Hos mine kunder oplever jeg ofte organisationer, som på ingen måde er opmærksomme på, hvor stor indflydelse de ansatte individers tankesæt har på virksomhedens fremtid. Hvad hjælper det, at vi har de klogeste hoveder ansat, hvis deres inspiration for fremtiden er håbløshed? Med håbløshed følger også en tendens til at vende vores erfaringer til noget destruktivt. Det lyder ofte noget i retning af: "Hvorfor kan vi ikke bare...", "det er altid sådan her hos os...", "Det nytter jo alligevel ikke at sige noget..." osv., osv.



Tanker

Lad os tage eksemplet fra før. Vi har et menneske ansat i salgsafdelingen. Hendes tankesæt om penge er, at de er et nødvendigt onde. Det kan da godt være, hun forstår alle planerne, visioner og målsætninger, men i hendes hoved er udgangspunktet, at penge på en eller anden facon er et problem. Held og lykke med fremtidsvisionerne!

Brug dynamikkerne bag håb og håbløshed

Lige så snart vores tankesæt er færdig med at fortolke fremtiden, går det videre til fremtiden. Fremtiden handler om håb og håbløshed. Når der er håb, altså lys for enden af tunnelen, har mennesker lyst til at handle og skabe. Når der er håbløshed, er der ikke rigtig noget, der nytter noget. Håb eller håbløshed er pakket meget forskelligt ind, og ser forskelligt ud for forskellige mennesker. Det, der er håb for dig, er måske håbløshed for mig og omvendt. Vi reagerer dog ens på begge dele. Håb skaber muligheder og høj energi. Håbløshed skaber begrænsninger og tung energi. Der findes altså ikke en fast formular for, hvad der skaber det ene eller det andet. Både håb og håbløshed handler om, hvad vi tænker om fremtiden, og fremtiden handler om inspiration. Inspiration er tilgængelig via vores fantasi, da fremtiden ikke er her endnu, men blot er noget, vi forestiller os. Der er to ting, der skaber enten håb eller håbløshed:

- Vores tanker om fremtiden
- Hvem vi vælger at bruge vores tid sammen med

”Livrem og seler”-tankesættet dræber håb og nærer håbløshed. Fiasko vågner op og forbereder sig på jagt. Hans instinkt reagerer på vores håbløshed. Vi vil altid være forfulgt af Fiasko, når vi vælger håbløsheden, for den er hans mad, og han skal jo også spise – skal det være dig? Når jeg skriver vælger, mener jeg det konkret. Måske kan vi ikke på stående fod ændre vores destruktive tankesæt, men

vi kan altid bruge tid sammen med folk, der har håb som deres tankesæt. Det er et valg, vi har hver dag. Håb og håbløshed kan sammenlignes med en bjergbestigers sikkerhedsline. Er håbløshed krogen i enden, vil vi på et tidspunkt styrte i dybet. Er håbet krogen, kan vi svinge os til højder, vi i dag slet ikke kan forestille os.

Det er vigtigt at forstå sammenhængen mellem tankesættet om fortiden og tankesættet om fremtiden. Det ene er afhængigt af det andet, og de kan ikke skilles fra hinanden. Menneskemaskinen er bygget sådan. Når du oplever en passiv, tung og håbløs energi, er det vigtigt at opsøge kvalitativ rådgivning. Fiasko håber, du vil forsøge at løse den alene, for så ved han, at han er stærkest. Det er af afgørende vigtighed, at vi accepterer vores menneskelige behov for kontakt, og dette gælder som privatperson, sælger, leder og i alle andre forhold.

”DO-IT-YOURSELF-GUIDE” Til håb og håbløshed!

- Når du oplever en passiv, tung og håbløs energi, er det vigtigt at opsøge kvalitativ rådgivning. Fiasko håber, du vil forsøge at løse den alene, for så ved han, at han er stærkest. Det er af afgørende vigtighed, at vi accepterer vores menneskelige behov for kontakt, og dette gælder som privatperson, sælger, leder og i alle andre forhold.
- Fremtiden er en fantasi og i fantasien er alt muligt. Der er ikke nogen grund til at begrænse sig fra start. De fysiske love for, hvad vi kan og ikke kan, skal nok vise sig, og ofte har vi taget fejl, når vi forsøger at tænke os til disse, i stedet for at erfare dem konkret.



- Vær konsekvent. Du bliver fuldstændig, som du spiser. Æder du fed mad, bliver du fed. Spiser du sund mad, bliver du sund – sådan er reglerne. På samme måde er andre mennesker vores mentale foder. Det er vigtigt, at du vælger dine måltider med omhu.
- Udover hvad vi evner at tænke os frem til om fremtiden, er det vigtigt at øve sig i åbenhed. Åbenhed betyder her, at vi ikke skal være så optagede af egne og andres tanker, at vi ikke opdager de velsignelser, der kommer forbi os hver dag.
- Fiasko og Succes bruger dit fremtidstankesæt til at lægge deres jagtstrategi med. Det er op til dig hvem af dem, der får sejren på jagtmarkerne.
- Når det handler om fremtiden, kan det godt betale sig at sætte barren højt. Uanset hvad gennembruddet handler om for dig, er det federe at sætte et mål på kr. 100.000.000,- og kun nå halvdelen (kr. 50.000.000,-), end det er at sige kr. 350.000,- og overperforme med 600 % (kr. 2.100.000,-). Det samme gør sig gældende i alle andre sammenhænge.
- Opsøg og skab relationer til mennesker, som har lyst til at medvirke til, at din barre bliver sat så højt som muligt.
- Hvorfor ikke tjene flere penge, end du kan bruge, og så investere resten i noget, der gør en forskel for andre? Hvorfor ikke opbygge så meget kærlighed i din familie, at I har rigeligt til at give videre til andre, der har brug for det? Hvorfor ikke fordybe dig endnu mere, end "bare" det, der skal til for at fikse dit liv, og så dele din viden med dem, der har brug for den? Hvorfor ikke hele tiden lære endnu mere, så du er med til at udvikle de ting, der kommer til at lære verden noget?
- Fremtiden er kreativitetens og fantasiens legeplads. Det er afgørende, at vi aldrig holder op med at lege med vores tanker:
 - *Penge er ikke alt.*
Men det er dem, der køber mit tøj, hus, ferier, biler, oplevelser, stille stunder. Ligeledes giver penge mig adgang til mad, frihed og alverdens værdier. Det kan godt være, de ikke er alt, men jeg vil have verdens bedste relation til dem, fordi jeg ved, at de i min nærhed vil skabe den mest inspirerende fremtid, jeg overhovedet kan forestille mig.
 - *Kærlighed gør ondt.*
Ja, nogle gange gør den, men kærlighed er også der, hvor jeg har de mest fantastiske oplevelser. Jeg vil opbygge kompetencerne det kræver at være supergod til at omgås kærlighed og håndtere både dens op- og nedture konstruktivt.
 - *Det er de andre, der tager fejl.*
Så på den måde er du fuldstændig ligesom mig – jeg tager også fejl. Jeg ved, at jeg brænder god energi af ved at forsøge at ændre andre, så jeg vil allokere al min energi til at skabe de forandringer, jeg ønsker i mig selv. Er det ikke muligt at få andre med mig, vil jeg lære at lukke mennesker ud af mit liv på en så god og konstruktiv måde som muligt.



Tanker

- *Det handler om prisen.*
Hvis mennesker vil give kr. 18.000,- for en computer den ene dag og kr. 85.000,- for en bil den anden, må der være andre ting end pris, der afgør, hvad vi køber eller ikke køber. Der er uanede muligheder.
- *De ansatte er dovne.*
Ind imellem møder vi mennesker på vores vej, som har taget beslutninger om deres egen indsats og fremtid, som ikke passer godt ind i vores værdisæt (dybere menneskelige værdier). I stedet for at dømmes er det nemmest at blive rigtig god til at rekruttere mennesker, der har drivet til at være med til den type resultater, vi ønsker.
- *Det er regeringens skyld.*
Den smarte lærer tingenes tilstand at kende, og uanset om det er den ene eller den anden regering, får de vendt det til egen fordel.
- *Mænd er nogle svin, og kvinder er besværlige.*
Det er fair nok at have det sådan, men så er der i virkeligheden to muligheder. Lad det modsatte køn være, eller opdyrk et mere nuanceret tankesæt herom.
- *Det bliver alligevel aldrig anderledes.*
Møder du den side i dig selv eller andre – slå hårdt til med det samme, og nægt dette tankesæt adgang.

FRA OUTSIDER TIL OUTSTANDING 2TheCore-Talk om håb og håbløshed

Grundpræmissen for succes er, at vi på et eller andet tidspunkt opdager os selv, træder ud af de kendte rammer og står ved det, der er usædvanligt ved os (personligt eller som virksomhed). Det sker sjældent, at "publikum" fra start bryder ud i stående ovationer, men træner vi os selv i at konvertere vores "outsider-tendenser" til "outstanding resultater", har vi lagt kimen til et gennembrud – der er håb for fremtiden! ... og publikum; de skal nok komme!

→ VIDSTE DU, AT ...

En ovation eller stående ovation er en speciel form for bifald, hvor forsamlingen, i tillæg til klapperiet og evt. tilråb, rejser sig op. Denne gestus udføres for at vise styrket anerkendelse af det eller den, som ovationen rettes til. Kutyme omkring anvendelsen af ovation er forskellig, men det betragtes normalt som en betydelig ære at modtage en ovation.

Derfor elsker vi "den grimme ælling"

Biografier, film, tegnefilm, folkeeventyr og mytologi er spækket med fortællinger om outsiders, der gennemgår en "heltrejse": Den grimme ælling, Klods Hans, Bill Gates, Ford osv.. Alle starter deres "heltrejse" alene, fattige, grimme, dumme og bange. De går ud i verden, hvor de møder tre store udfordringer, for senere at vende sejrrige tilbage, med en prinsesse under armen og det halve kongerige. Mytologierne er tidligere generationers forsøg på at overføre håb til de kommende.

Grunden til, at vi elsker historien om "den grimme ælling" er, at der latent i vores psyke ligger en medfødt viden om, at sådan er livets rejse i virkeligheden indrettet. Det usædvanlige giver i starten udfordringer, fordi mennesker bredt sigter efter normen. Men tør vi rejsen, opdager vi, at det ikke er for enden af regnbuen guldets (håbet) ligger, men til gengæld lige for enden af vores egne usædvanlige talenter (det er ikke dem, vi lærer i skolen), eller ved virksomhedens unikke særpræg.

→ VIDSTE DU, AT ...

Den grimme ælling er et eventyr skrevet af H.C. Andersen. Eventyret blev offentliggjort den 11. november 1843 og udkom som en del af hans eventyrsamling Nye Eventyr, Første Bind, Første Samling. Det er blandt hans mest kendte eventyr. Eventyret fortolkes ofte som H.C. Andersens egen beskrivelse af sin tidlige ungdom – en fabel, hvor dyrene spiller menneskeroller. I eventyret følges en svaneunge, der klækkes i en andegård ved en herregård. I første del af historien ved hverken svaneungen selv eller de omgivende dyr, at den ikke er en and, og på grund af dens anderledes udseende behandles svaneungen åbenlyst dårligt.

Hvem betaler regningerne?

Historien om helterejsen går igen i stort set alle kulturer, bare i forskellig indpakning. Men hvorfor er disse mytologier relevante i forretningsøjemed? Af én simpel årsag: De giver os grundlæggende viden om menneskets købs- og succespsykologi. I dag er alle fortællingernes pointer understøttet af videnskabelig forskning, men det er skræmmende lidt vi i virkeligheden benytter denne viden, som i sidste ende er den, DER BETALER REGNINGERNE!

Mytologierne giver os adgang til banebrydende viden om, hvordan man skaber noget usædvanligt og derved bygger fundamentet for succes på flere planer og i en størrelsesorden, der selv for den mest kyniske skeptiker virker overvældende.

→ VIDSTE DU, AT ...

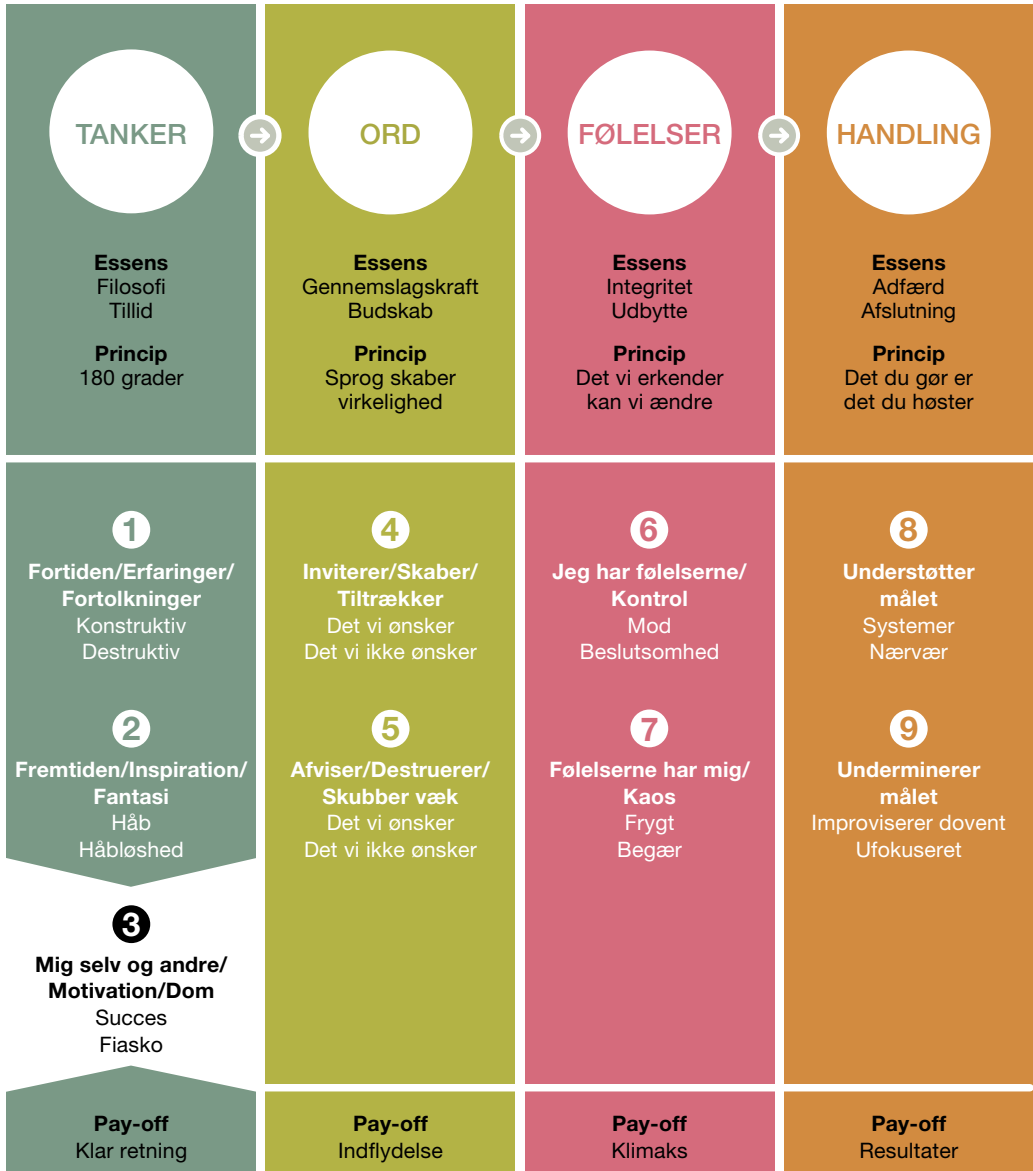
En mytologi betegner en samling af religiøse myter/legender/folklore, der opfattes som sande forklaringer på kosmologiske sammenhæng fra en overnaturlig synsvinkel. Ordet stammer fra græsk, *μυθολογία (mythología)*, hvor det betød historiefortælling, legende eller overlevering. Mytologi er derudover også en betegnelse for indsamling og studier af myter, hvilket også kaldes mytografi. Studiet af mytologier og myter fra forskellige kulturer kaldes komparativ eller sammenlignende mytologi.

Sådan bruger vi den psykologiske nøgle

- Accepter, at succes ligger ude over kanten. Solsorteungen lærer kun at flyve, hvis solsortemoren skubber den ud af reden.
- Når andre mennesker rynker på næsen over dine idéer og mener, at det kan man ikke, så er det tid til at være opmærksom – guldets kunne nemt ligge lige her.
- Gå med mavefornemmelsen og fortryd aldrig, men lær hver gang.
- Invester din tid i projekter – penge er aldrig nok.
- Uddan dig selv hver dag – gå aldrig i seng uden at have lært noget nyt eller mere om noget, du allerede beskæftiger dig med.
- Heltterejsen er vejen til succes – som individ eller virksomhed



Tanker





TRANSFORMATION 3

Succes og Fiasko deler skatten!

"Hovedet er ligeglad med, om du sigter på det, du ønsker dig, eller det, du ikke ønsker dig. Det siger blot: "Javel, general" og sætter alle ressourcer ind på at skabe det, du tænker."



I dette kapitel får du

TAG EN AFGØRENDE BESLUTNING
Dig eller dem, det gør ingen forskel!

STORE FLYTTEDAG
Succes og Fiasko rykker bopæl

LIDT EKSOTISK MAGI
Det eneste trick, du får fra mig!

LUK CIRKLEN
Konklusion på Fiasko og Succes

HANDLINGSPLAN
Sådan bruger vi Succes/Fiasko i praksis

Inspiration til dette kapitel

"Det er de andres skyld", "hun er også sådan og sådan" eller "se, hvor dygtig han er", "jeg tror på, at jeg kan". Et gennembrud starter med vores måde at fortolke fortiden på. Så fantaserer vi om fremtiden, og til sidst tænker vi tanker om os selv og de andre. Hovedet skelner ikke imellem dem og os (forklares nærmere), og dette er nådestødet i kampen mellem Fiasko og Succes. Dette kapitel handler om, hvordan kampen i Mindset A/S afgøres. Denne afgørelse bestemmer retningen i vores liv herfra og frem. Og uanset, hvordan vi vender og drejer det, vil fordelingen imellem vores Fiasko- og Succes-orienterede tankesæt tage kontrol over og udnytte vores ord, følelser og handlinger. Det er tid til at rive alle dårligheder op ved roden. I dette kapitel lærer vi, hvordan Succes effektivt sætter sig ved magten i Mindset A/S.



Tanker

TAG EN AFGØRENDE BESLUTNING **Dig eller dem, det gør ingen forskel!**

Vi har nu sat 180 graders-tankesættet i bevægelse i forhold til de to første transformationer. Den tredje og sidste transformation under tanker er afgørende. Det er nu, der sættes en retning for, hvad vores ord, følelser og handlinger skal bruges til. Selvfølgelig har både tanker, ord, følelser og handling påvirkningskraft indbyrdes hele tiden, men når vi taler om vores gennembrydende kraft, er det vigtigt at forstå, hvor kraftfuldt sindets aktivitet er på vores resultater.

Vi starter tankesættets rejse ved at fortolke fortiden og konvertere den til noget, vi kan bruge, nemlig erfaringer. Erfaringerne er fremtidens fundament. Så snart vi har placeret erfaringerne i kassen destruktivt eller konstruktivt, går vi videre og tænker: "Og hvad kan jeg så bruge det til?" Fremtiden er af gode grunde noget, vi ikke kan være helt sikre på, og vi bruger vores fantasi til at skabe en fremtidsvision. Fremtidsvisionen er totalt afhængig af det fundament, den bygges på: erfaringerne. Har vi en tendens til destruktive fortolkninger, vil vi lande i håbløshed. Har vi en konstruktiv tendens, vil vi lande i håb. Begge dele er inspiration. Når vi skal skabe gennembrud for os selv og opdager håbløshed, er vores stærkeste våben andre mennesker. Vi hjælper os selv videre ved at finde mennesker, der kan tænke mere håb for os, end vi selv kan. Når fortiden er fortolket, og fremtiden har fundet sin inspiration, går vi fluks videre og begynder at tænke tanker om os selv og andre.

Vores tankesæt om os selv og andre er kilde til motivation, altså den sidste tanke vi har, lige inden vi handler. Det betyder, at hverken fortolkninger eller fantasi får os til at handle, men kun medvirker til at sætte retningen. Tanker om os selv og de

andre er det, der får os til at handle eller være passive. Og skal vi helt ind til kernen, ja, så er passiv adfærd også en handling, der har effekt på vores evne til at skabe gennembrud for os selv.

Lad os vende tilbage til min oplevelse med direktørerne og "A. P. Møller-fanebladene", hvor det blev tydeligt, at mange virksomheder, og individer for den sags skyld, har svært ved at skelne mellem inspiration og motivation. Konsekvensen er, at vi bruger dem ineffektivt og prøver at skabe motivation med inspiration, og når det er tid til at handle, søger vi inspiration.

Et kendt eksempel, jeg synes illustrerer den tredje transformation rigtig godt, er solotrafikulykken. Solen skinner fra en skyfri himmel, foran os har vi en helt lige og knastør landevej. Der er ingen andre bilister på vejen – vi er der simpelthen helt alene. Langs vejen er træer på ca. 30 cm tykkelse, og imellem dem er der 100 meter mark. Det kan jo være svært at skulle sms'ere, drikke kaffe og styre samtidig, så det uheldige sker, at bilen skrider ud. Alle forhold er som sagt gunstige, men hvad sker der? Vi rammer et af vejtræerne og ikke de 100 meter mark, der er imellem dem. Forklaringen er simpel nok:

Når bilen skrider ud, går hovedet i gang med at løse situationen, og har vi en tendens til at tænke "bare jeg ikke rammer træet, bare jeg ikke rammer træet!", ja, så rammer vi træet. Vores psyke sorterer ikke i vores fokus. Er vi optaget af vejtræer, er det vejtræer, der er sigtekornet. Der er ingen forskel på, om det er noget, vi vil eller ej, det, vi "ser" på, er vores fokus, og det er så det, vi "rammer". Det bliver resultatet. Racerkørere lærer som en helt basal ting, at hvis bilen skrider ud, så fokuserer på det sted, du vil være – på vejen! Ikke, måske, kunne tænkes, gerne, ønsker, ønsker ikke osv. sorteres fra, og det væsentlige bliver fremhævet.



På samme måde er psyken ligeglad med, om vores tanker cirkler omkring os selv eller de andre. Igen leder den bare efter et fokuspunkt, og så sætter den retningen for vores motivation. Og ganske som i Mindset A/S vil begge ejere og bestyrelsen være til stede. Spørgsmålet er bare, hvem der har det afgørende mandat og bestemmelsesret. 51% mod 49 % er nok til, at vægtskålen tipper den ene eller den anden vej. Så måske står vi op om morgenen og synes, at synet af os selv er det mest fantastiske, vi nogensinde har oplevet. Men går vi ud i verden og møder 23 mennesker, som alle er lamme idioter – ja, så står den altså 23-1 til de lamme idioter. Det er nu vores fokus, grundlaget for vores motivation, og lige om lidt er vores ord, følelser og handlinger i gang med at understøtte dette tankesæt – denne motivation.



Tanker

STORE FLYTTEDAG

Succes og Fiasko rykker bopæl

Vores tanker om os selv og andre falder, som de to tidligere transformationer, i to forskellige kategorier:

- Succes
- Fiasko

Jeg plejer at sige, at vores tankesæt opbygges som perler på en snor:

- Destruktivt – Håbløshed – Fiasko
- Konstruktivt – Håb – Succes

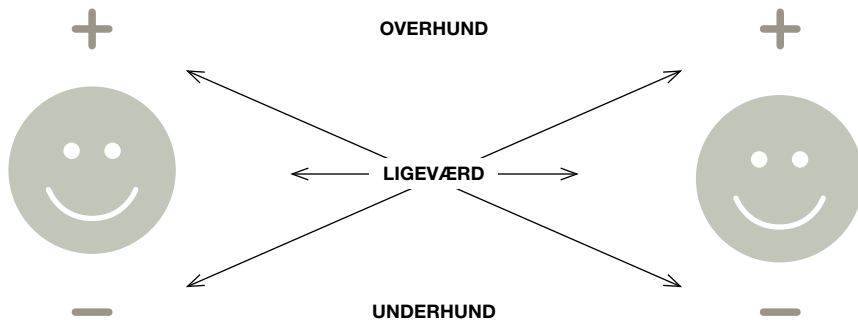
Hvis dette koncept overhovedet skal have en chance for at falde på plads for os, er det vigtigt igen at huske, at essensen i 180 graders-tankesættet er, at vi ikke diskuterer nuancerne, men principperne. Positiv og negativ er en dom, på godt og dårligt. Destruktiv og konstruktiv er en kvalitet – virker for os, virker ikke for os. Muligt eller umuligt er en dom på fremtiden. Håb eller håbløshed er en kvalitet – en inspiration. Løfter den os eller trykker den os – hvad er retningen? Fiasko og Succes er, hvad de er. Enten når vi frem, eller også når vi ikke frem. Ja, succes er individuel, men succes udtrykker kvaliteten i at kunne manifestere det, vi ønsker for os selv, vores familier og de virksomheder, vi er en del af. Men via konstruktiv fortolkning og håb for fremtiden skaber vi hele tiden bevægelse. Fiasko bliver en lære i alt det, der ikke virker, og bliver vores succesløftestang. Succes bliver en lære i alt det, der virker, og vi bygger stille og roligt vores egen succesformular. Lader vi derimod perlerne destruktiv – håbløshed – fiasko blive vores formular, så ender vi med, at alt bliver fiasko-orienteret. Når noget går galt, bliver vores mantra: ”Der var den igen – hvis noget er for godt til at være sandt, så er det det

også – jeg sætter barren ned for egne forhåbninger.” Tanker om os selv og andre er det gennembrydende element i vores tankesæt. Motivation falder i to kategorier:

- Fiaskoorienteret
- Succesorienteret

Mindset A/S er stiftet og er i drift. Succes og Fiasko kæmper ikke længere. Rollerne er fordelt, og de har nu begge accepteret deres plads i hierarkiet. Ulvene er fodret, og det er afgjort, hvilken løve der jager, og hvilken der ligger og dovner i solen. Både Succes og Fiasko har en rolle, de skal udfylde. Det afgørende er blot, hvem der dominerer hvem? Som jeg har skrevet tidligere, er livet ikke kun det positive eller negative, det gode eller det onde, det lyse eller det mørke. Livet består af begge dele, og det er op til os, hvordan vi tackler dette faktum, og hvordan vi enten bruger eller misbruger dette i egen favør.

Fiasko og Succes vil altid leve og bo i vores tankesæt. De er ikke fysiske, og de er ikke mere ægte end vores tanker. Det, de kan, er lidt ligesom at se månens lys i skovsøen. Hvis det er en stille og klar nat, kan refleksionen i søen se helt ægte ud, men det er stadig kun et spejlbillede af månen, det er ikke månen selv, der er hoppet ned i søen. Når Succes eller Fiasko viser sig i vores liv, er de blot refleksioner af vores tankesæt. Vi bliver hverken rige eller fattige af vores tanker, men vi bliver det af de refleksioner, de efterlader i vores ord, følelser og handlinger. Handlinger er vores værktøj til at skabe og manifestere det, vi ønsker eller ikke ønsker for os selv, men vores tankesæt afgør direkte, hvad der kommer ud af vores mund, hvordan vi går og føler, og hvad vi rent faktisk ender op med at gøre.



LIDT EKSOTISK MAGI
Det eneste trick, du får fra mig!

Af de tre transformationer, der skaber vores tanke-sæt, er motivationen den stærkeste. Motivation er den sidste tanke, vi tænker, lige inden vi handler. Den er så kraftfuld, at den overdøver alt. Det er også derfor, at f.eks. nogle få mennesker, der kommer fra vilkår, der er helt horrible, går ud og skaber

fantastiske bedrifter i deres liv. Motivation kommer af, hvad vi tænker om os selv og andre, og det kan gennembyrde alt. Uanset hvor håbløs eller destruktiv vores egen situation virker, kan vi altid vælge at fokusere på succeselementerne hos andre, og hvis vi disciplinerer os selv til at holde dette fokus, vil det begynde at "smelte" det destruktive væk. Udfordringen er ofte, at vi bruger teknikken med at hugge hovedet af andre for selv at føle os højere og større. I privatlivet er det så naboens børn, der er



Tanker

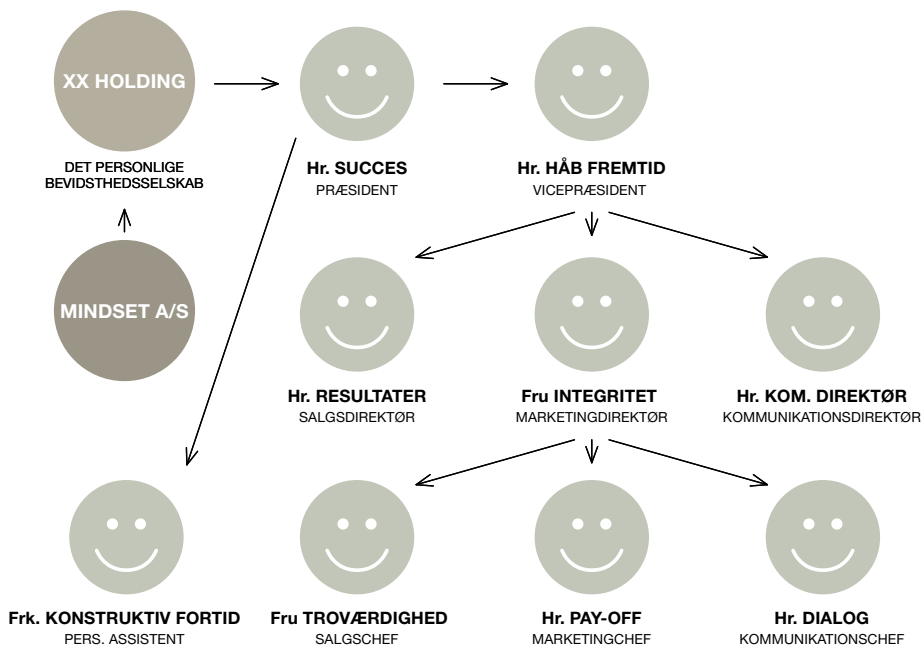
værre end vores egne, og på jobbet er det ”de andre”, den er gal med – bestemt ikke os selv.

Når vi ønsker at påvirke vores tankesæt hurtigt, er en rigtig god teknik at begynde at fokusere på andre menneskers plusser og ikke begynde at sammenligne dem med egne minusser. Det kræver viljestyrke, men det er voldsomt effektivt. Vores fokus på de andres succes begynder at smitte af på os selv.

- Se, hvor god han er
- Hvor er han sej og modig
- Jeg kan godt forstå, han kan, for han er også uddannet inden for økonomi
- Hov, ham dervore kan også, og han er ikke uddannet inden for økonomi!
- Hmm, hvis de kan, kan jeg måske også
- Jamen, det kan jeg da!
- De har også haft fiaskoer på deres vej
- Hvad har de mon gjort med dem?
- Ahhh, de har vendt det til noget konstruktivt
- Men hvis de kan det, kan jeg helt sikkert også gøre det
- Mine Fiaskoer har da egentligt også lært mig en masse
- Osv., osv., osv.

At se andres succes kan skabe gennembrud i vores fortid og vores fremtid.

Alt for tit får det destruktive lov til at bestemme, hvad der sker. Forældre siger de dummeste ting i ny og næ, men de elsker stadig deres børn. Chefer opfører sig lamt ind imellem, men de kan sagtens være gode mennesker alligevel. Medarbejdere er nogle gange voldsomt dovne, men de kan sagtens være interesserede alligevel. Det værste ved fordelingen i Mindset A/S er ikke så meget, hvad den får os til at tænke, men hvad den kan få os til at gøre. At behandle medarbejdere fjendsk, fordi de fremstår dovne, er så destruktivt, som det overhovedet kan blive. At tale negativt og nedsættende om et andet menneske, fordi hun er en dårlig chef, er så destruktivt, som det overhovedet kan blive. Og i sidste ende afgør det, om vores Mindset A/S styres af Fiasko, og Succes arbejder for ham, eller om det styres af Succes, og Fiasko arbejder for ham.



LUK CIRKLEN Konklusion på Fiasko og Succes

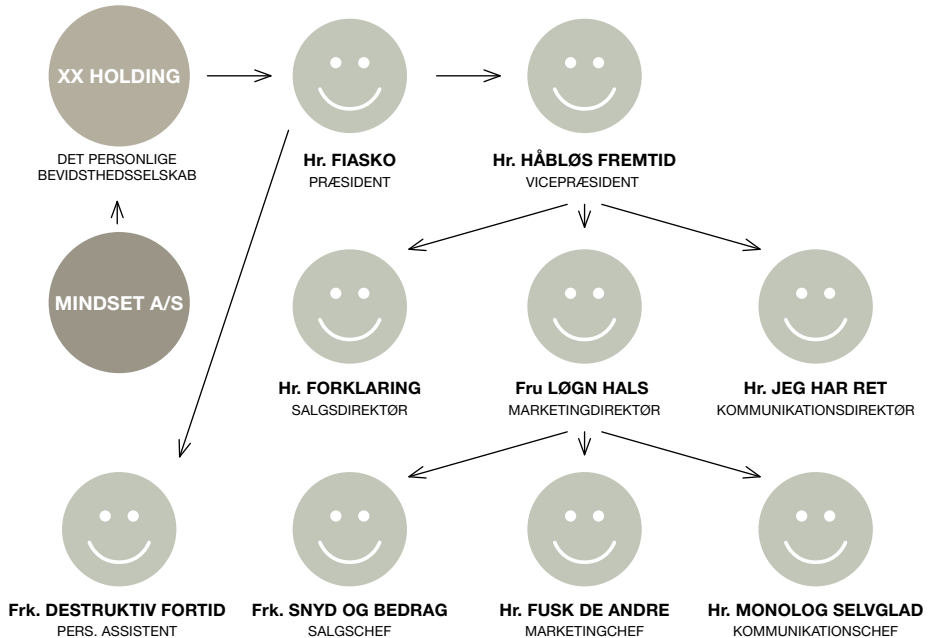
Fiasko eller Succes starter med vores tankesæt. Jeg vil gå så langt som at sige, at vi kan have en rigtig dårlig adfærd, men er den baseret på manglende værktøjer, er der håb forude. Er det til gengæld

vores tankesæt, der er skævt, så ligger der et seriøst stykke arbejde og venter på os.

Når vi har skabt et Mindset A/S, der enten har Succes eller Fiasko som direktør, vil vores ord, følelser og handlinger automatisk følge hans anvisninger. Vi kan ganske simpelt ikke opbygge en følelsesmæssig tro på Succes, hvis det er Fiasko,



Tanker



der vandt aktiemajoriteten i Mindset A/S, og nu har sat sig i førersædet. Succes har mistet sin sult, for ligesom Fiasko er han en "sucker for opmærksomhed", og får han den ikke, ligger han som den mætte løve og sover i solen.

Vores rejse til succes, hvad den end måtte være for os hver især, starter med et tankesæt, der har for vane at vende livets op- og nedture til noget konstruktivt – altså noget, vi kan bruge som et middel

til at komme tættere på vores mål. På dette fundament kan vi konvertere håbet for fremtiden til en konkret og nærværende Succes. Vores evne til at vende vores erfaringer vil give os troen på en glørværdig fremtid. Når fortiden og fremtiden er lys, begynder vi at kunne se succespotentialer i både os selv og andre, og hvad vi tænker om os og dem, er vores kernemotivation. Det betyder i praksis, at jeg kigger på mig selv og de andre og ser alle mulighederne, og derfor handler ud fra en motiva-

tion, der ser muligheder. Når Fiasko vinder denne kamp, ser verden fuldstændig anderledes ud.

Succes har to lakajer:

- Den konstruktive ulv
- Fremtiden inspireret af håb

Fiasko har også to lakajer:

- Den destruktive ulv
- Fremtiden inspireret af håbløshed

Fiasko og Succes er altså begge en sindstilstand, som spreder sig til vores ord, følelser og derved til vores handlinger. Det er altafgørende i at skabe gennembrud, at vores tanker, ord, følelser og handlinger arbejder i samme retning: Succes' retning.

Vi kan sagtens opnå resultater på enkeltområder i vores liv ved at bruge elementer fra både fiasko og succes. Et gennembrud er derimod at skabe resultater og at betale den "rigtige" pris for dem; at vi menneskeligt bliver opfyldte og glade af at skabe vores resultater. Jeg har mødt alt for mange på min vej, som på overfladen er en succes, men under overfladen føler sig som en fiasko. Dette dræber livsgnisten hos mennesker, og hvad er det hele så værd? Det er muligt at forene både det fysiske, mentale og åndelige funktionsniveau i en samlet pakke. Jeg tror på, at vi i fremtiden vil opleve flere og flere mennesker, der forstår og udnytter disse principper. Deres måde at skabe succes på er langt mere effektiv og vedvarende. Flere og flere virksomheder, og også individer, begynder at bygge deres resultater op på en måde, hvor det ikke kun er den økonomiske bundlinje, der tæller, men også den sociale, miljømæssige, bevidsthedsmæssige og åndelige bundlinje. Den klassiske, stagnerede kyniker, der kun kan tænke i de baner, han lærte i starten af sit liv eller karriere, er en uddøende race. Den nye succesgeneration vil ikke bekæmpe ham, som man klassisk har gjort.

De vil simpelthen bare lade ham uddø. Transformationstankesættet vil være den grundlæggende strategi, fordi det for længst er gået op for mange, at revolutionstankesættet slår ihjel, og at det er unødvendigt, simpelthen fordi livet i sit helt eget tempo både udvikler og afvikler. De forstår, at du sagtens kan være økonomisk rig og samtidig åndeligt fattig. De forstår, at du kan være mentalt kraftfuld, men samtidig i økonomisk ruin, og de både ønsker og kan mere end det. De mere helhedsorienterede generationer (som kan være i alle aldre, generation er her et tankesæt) sigter efter at bryde igennem og skabe hele liv, hele karrierer og hele familier. De sigter efter hele uddannelser og hele virksomhedsplaner. De søger det *hele* parforhold og den brede børneopdragelse. De forstår, at læring er et livsprojekt, at børneopdragelse er kærlighed, og at virksomhedsdrift handler om også at bidrage – ikke kun at samle sammen. Rigdom søges på alle planer, og viden går fra at være magt til at blive et værktøj på vejen. Rummelighed bliver magt, og frihed bliver statussymbolet.

HANDLINGSPLAN

Sådan bruger vi Succes/Fiasko i praksis

- Uanset om det, vi oplever, er negativt eller positivt, kan det indgå som et effektivt element i vores egen succes. Måden vi gør det på er, hele tiden i egne tanker og via andres idéer, er at vende ALT til noget konstruktivt.
- Det er altafgørende, at vi beskæftiger os med både Succes og Fiasko. De ejer begge to en andel af Mindset A/S, og hvis ikke man holder øje med begge ejere, er investeringen i virksomheden dårligt givet ud. Vi skal huske, at Mindset A/S har domicil i vores eget sind.



Tanker

- Selvdisciplin er vigtig, og den bruges til at opbygge effektive systemer, så den mentale bevidsthed bruges optimalt. Den gode ulv fodres, og den onde ulv må lade livet.
- Søg hele tiden ny viden. Ikke nødvendigvis for at bruge det hele, men simpelthen for at træne sindet til hele tiden at bevæge sig og derved undgå stagnation.
 - Det betyder ikke, at vi skal stresser rundt og fortolke dette som hyperaktivitet, og at det er forkert at hvile sig i perioder. Det betyder, at hvis vores måde at tænke på går i stå, vil livet, familien, jobbet og virkeligheden generelt blive overset af vores tankesæt. Der er en grund til, at vi kan blive fyret, og det kommer helt bag på os. At vores partner ønsker sig skilsmisse, og vi ikke så det komme.
- Brug transformationstankesættet aktivt. Det kræver, at vi over vores tålmodighed og værdisætter både sikkerhed, overskud og overflod i vores planer, når vi ønsker at skabe resultater.
 - Økonomisk overskud skal gerne give os menneskelig frihed
 - Gavmildhed
 - Sikkerhed
 - At vi gør en forskel for andre
 - At vi får øget overskud
 - Passer på os selv både fysisk, mentalt og åndeligt
 - Og ligeledes passer på "de andre"
 - Det samme gælder med alle mulige andre målsætninger
- Balance er nøglen til et gennembrydende tankesæt. En rigtig god målestok er balance. Balance imellem:
 - Hovedet og hjertet
 - Indlæring og handling
 - Resultater og investering
 - Forretning og fritid
 - Systemer og kaos
 - Frihed og engagement
 - For at nævne nogle stykker
- Succes er individuel. Søg det rigtige for dig, ikke det, der er det rigtige at gøre. Dette er ikke anarki, men vi er alle forskellige, så vi er nok ikke sat i verden for at opnå, søge og skabe det samme – fysisk og mentalt.
- Tillad aldrig Fiasko at have styringen i livet. Brug andre mennesker effektivt og lad dem bruge dig til at inspirere til håb.
- Overgiv dig ikke til at lade sladder, misundelse og bedrøvelighed dominere dit liv. Vi har alle elementer i en eller anden grad, det handler om ikke at overgive sig til dem. Brug dem derimod som noget konstruktivt ved at lade dem være værktøjer til større selvindsigt og derved kunne rumme dine egne og andres minusser endnu bedre.
- Søg Succes og rum, at Fiasko også er en del af livet.



LUK VÆKSTFASE 1

Klar retning og målrettedhed.



I dette kapitel får du

TANKESÆTTET BESTEMMER VORES RETNING

DE TRE ZONER

Sådan skaber du et succesorienteret tankesæt!

TANKESÆTTET BESTEMMER VORES RETNING

Summen af vores tanker er vores kompas. Kompasset er det, vi orienterer os ud fra, når vi sætter retningen for vores gennembrud. Der er nord, der er syd, så jeg skal den vej. Et tankesæt, der er genomsyret af destruktiv – håbløshed – fiasko sætter en helt anden retning, end konstruktiv – håb – succes gør. Udfaldet af de to tankesæt ligger i hver sin ende af "universet", men er dog begge to en del af dette "univers". Accepterer vi både det positive og negative, men hele tiden arbejder på at gøre begge dele til noget konstruktivt, har Fiasko fået rigtig svære vilkår at drive business i. Forsøger vi derimod at være positive hele tiden, kan det ikke undgås, når det ikke lykkes for os, at vi på en eller anden måde får lukket Fiasko med ind ad bagdøren.

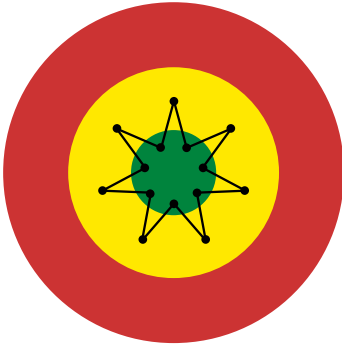
Hvis du tænker på penge tit og ofte, så lad være med at fortælle dig selv, at penge ikke er alt. Undersøg i stedet, hvorfor du har dette fokus, og begynd at bygge det rette tankesæt, der kan sætte retningen for, at du får løst, hvad det nu er, du har med penge. Det samme gælder kærlighed, børn, frihed, oplysning og hvad vi ser som succes.

Kraften bag et gennembrud kan altså bruges både destruktivt og konstruktivt. Den kan konverteres både til håb og håbløshed, og det er muligt for både Succes og Fiasko at være direktør for Mindset A/S. Jeg mener ikke, at vi skal lade os forfalde til, at dette hele tiden skal være rent og perfekt – slet ikke. Det handler om ejerforholdet i Mindset A/S: er det Succes eller Fiasko, der sidder ved roret? Det er fuldstændig op til os, og uanset hvad vi fortolker os frem til pga. vores fortid, så er vi aldrig retfærdiggjort i at lade Fiasko overtage styringen på fremtiden, og lade hans usle jagthund Håbløshed rende rundt og lave sine hundekunster.



Tanker

De tre zoner – Grøn, Gul og Rød



gennembrud.nu-systemets
"Star of security and
movement"

Grøn zone – god til

Syv ting du ved, du er god til

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____
- 7 _____

Gul zone – burde gøre

Syv ting du ved, du burde blive bedre til

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____
- 7 _____

Rød zone – stoppe med

Fem dårlige ting du gentager, som skal stoppes

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____

DE TRE ZONER

Sådan skaber du et succesorienteret tankesæt!

Der "skal" gøres en indsats i forhold til at bygge det rette tankesæt. Afklar dit mål – det kunne f.eks. være økonomisk rigdom. Herefter leveres en indsats med de tre tanke-transformationer:

- **Tjek dine økonomiske erfaringer.**
 - Har du tjent mange penge før?
 - Kommer du fra velstand eller fattigdom i din familie?
 - Ser du penge som et nødvendigt onde?
 - Er penge frihed?
 - Har du en tendens til at altid at bruge mere, end du har?
 - Som en række eksempler.

- **Tjek dine tanker om fremtiden.**
 - Føler du dig håbløs ved tanken om den indsats, du skal yde?
 - Er penge status eller muligheder?
 - Er du bange for, at andre ikke vil kunne lide dig, hvis du bliver rig?
 - Tænker du, at omstændighederne, der hvor du bor, hjælper dig eller modarbejder dig?
 - Som en række eksempler.

- **Tjek din tanker om dig selv og de andre.**
 - Må "de andre" ned med nakken, for at du kan komme frem?
 - Kan du gøre en forskel for både dig selv og andre ved at blive rig?
 - Hvilken forskel vil du gøre med din rigdom?
 - Er rige gode eller dårlige mennesker?
 - Er penge et nødvendigt onde eller en fascinerende samarbejdspartner?
 - Som en række eksempler.

Næste trin er at begynde at designe de ændringer, som du tror på, vil bringe dig videre. Følgende værktøj aktiverer de tre første transformationer og hjælper dig med at bygge effektive vaner jævnfør det bevidste og ubevidste. Eksemplet herunder følger ønsket om økonomisk rigdom:

Grøn zone:

Når vi går i gang med at manifestere en målsætning, er det vigtigt at holde fast i og aktivere de ting, vi allerede kan, som vil bringe os tættere på målet. At fokusere på og holde fast i de ting, vi allerede er gode til, vil skabe tryghed, og tryghed er et vigtigt behov at dække hos os mennesker. Glemmer vi dette punkt, vil Fiasko ofte være gæst i vores hus.

I grøn zone vælger vi syv fokuspunkter. Der er måske 50, vi er gode til, men vi vælger de syv, som vi tror mest på.

→ TÆNKT EKSEMPEL PÅ GRØN MED RIGDOM SOM MÅLSÆTNING

- Er god til at tjene penge
- Er god til forstå min bankrådgiver
- Er god til at sælge
- Er god til at lægge budgetter
- Er god til at få idéer til indtægt
- Kan læse risici og fordele ved en investering
- Er god til at drømme om penge

Disse syv punkter bliver nu et dagligt fokus at holde fast i.



Tanker

Gul zone:

Vi kender det alle sammen. Vi ved godt, at vi BURDE gøre det ene eller det andet, men vi bliver ved med at udskyde det. Ofte er det fordi, emnet udfordrer os ved enten at få hjertet til at bævre og knæene til at ryste, eller ved at fremstå VIRKELIG kedeligt for os. Grunden er simpel; vi er udfordret og har modstand! Men i modstanden ligger bevægelsen. Ingen har nogensinde fået et vedvarende og blivende gennembrud ved ikke at lade sig udfordre. Det er i modstanden, vi lærer og bliver bedre, og det grundlæggende ved et mål er, at det er et sted, vi ikke er endnu, men gerne vil hen. Vi har brug for at lære og blive bedre.

I gul zone vælger vi også syv punkter ud, som vi tror på vil skabe bevægelse, hvis vi fører dem ud i livet.



TÆNKT EKSEMPEL PÅ GUL MED RIGDOM SOM MÅLSÆTNING

- BURDE betale mine regninger til tiden
- BURDE lære at investere
- BURDE bruge mindre, end jeg tjener
- BURDE starte det firma, jeg så længe har drømt om
- BURDE kanvasse mere (ringe til helt nye kunder)
- BURDE bygge netværk med ham, ham og hende
- BURDE styre min tid mere effektivt

Disse syv punkter bliver nu et dagligt fokus at holde fast i.

Rød zone:

Nogle gange gør vi uhensigtsmæssige ting. Vi ved godt, at det er forkert, eller at det modarbejder os, men vi bliver ved alligevel. Formuleret kort er det vores misbrugsside. Vi er blevet afhængige af en bestemt adfærd, som hovedet godt ved er dårligt for os, men vores følelser vil bare have mere. Der kunne skrives meget om dette, men det allervigtigste er, at det er her, Succes- og Fiasko-tankesættet står sin prøve. Den røde zone er ofte vores egne ubevidste destruktive vaner. Vi fornemmer det godt – den, der er afhængig af alkohol ved det godt, men indrømmer ikke over for sig selv, hvor stort problemet i virkeligheden er. Det kan sammenlignes med den gamle kliché om isbjerget; vi ser toppen, men ikke det, der ligger lige under overfladen, men vi mærker det, når vi rammer det. Vi har alle uhensigtsmæssig adfærd, og det vigtige ved den er, at vi stopper den!



TÆNKT EKSEMPEL PÅ RØD MED RIGDOM SOM MÅLSÆTNING

- STOP med at beklage mig over pengesager
- STOP med at trøsteshoppe
- STOP med at se penge som min identitet
- STOP med at sige, at penge er roden til alt ondt
- STOP med at være kaotisk omkring penge

Disse fem punkter bliver nu et dagligt fokus at holde fast i.

Der er nu 19 punkter i dine zoner. Disse zoner er dit sigtekorn, som sikrer et solidt gennembrud. Allerede her kan du skille dig ud fra mængden ved disciplineret at følge opgaven. Jeg lover dig, at indsatsen for dine anstrengelser er det hele værd. Det er vigtigt, at disse dagligt læses igennem, inden du starter dagens opgaver. Dette kræver ca. 30 sekunder om dagen – og 60, hvis du tager dig god tid. Dette vil blive en af de allervigtigste investeringer, du nogensinde kommer til at blive en del af. Hvorfor? Af den simple årsag, at det er her, mange af os fejler. Vi tager ikke ejerskab for, hvad vores bevidste sind får lov til at bruge tiden og fokuset på, og derved er vores gennembrud overladt til ”tilfældighederne”. Vi vil hellere beskæftige os med håndgribelige værktøjer eller systemer, der skal implementeres. Vi frygter vores eget sind og bliver utrygge ved, at opgaven er lidt udefinerbar. At sætte en plan op for, hvad du tillader dit sind at fokusere på, er sejlet til din succesbåd, og hvis du gerne vil frem, skal sejlet være sat effektivt. Det er ofte ved denne opgave, at vi bliver konfronteret med vores egen dovenskab, og vi får det første indblik i, at vi snakker uden at handle. Åhh, jeg vil så gerne have det ene eller det andet, men jeg har ikke tid, det er svært, det kræver for meget osv., osv. En af de rigtig gode er: ”Jeg kan ikke se meningen med opgaven!” Meningen med opgaven bliver klar for den, der løser den!



Tanker

De tre zoner repræsenterer tre bevidsthedskvaliteter, som har stor relevans igennem hele processen frem til ens gennembrud:

Grøn: Det vi ved, at vi ved.

At tale om og fokusere på de ting, som allerede er en del af vores bevidsthed, er meget menneskeligt. Når vi taler om, hvad vi ved, er vores engagement ofte højt. Biler! Bare spørg mig, så skal jeg fortælle en ting eller to. Nogle typer inviterer ikke til, at der spørges, de går "bare" i gang, når muligheden byder sig. Sådan er vi alle sammen med hensyn til visse ting.

De grønne zoner bygges på allerede eksisterende erfaring.

Gul: Det vi ved, at vi ikke ved.

Vi elsker at være "good looking", hvilket bevirker, at vi vil gå rigtig langt for ikke at tabe ansigt eller fremstå dumme. Derfor forsøger vi ofte at tage styring på egne negative træk. Vi taler gerne om de minusser, vi allerede ved, vi har, men vores engagement er ofte noget mindre her, end det er vedrørende de grønne punkter. Biler! Jeg ved, hvordan man kører i dem, men resten må værkstedet tage sig af. Ofte synes vi ikke, at "biler" er særlig vigtige, så derfor er det okay ikke at være god til det.

De gule zoner bygger på, hvad vi tror kan skabe værdi fremadrettet.

Rød: Det vi ikke ved, at vi ikke ved.

Det, vi ikke ved, er vores blinde pletter. Det er lidt ligesom det fysiske øje. Det har sine begrænsninger og kan ikke se, hvad der er lige præcis i de vinkler, der er blinde. At beskæftige sig med denne bevidsthedskvalitet er en udfordring, men det er en virkelig powerfuld oplevelse og en utrolig katalysator for vores gennembrud.

De røde zoner bygger på den måde, vi dømmes os selv og andre mennesker på.



VÆKSTFASE 2
ORD



”Sprog skaber virkelighed! Ord er en kraftfuld katalysator for vores tankesæt. Ord er dem, vi taler, skriver, men også de ord, vi udelukker eller ignorerer. Når vi åbner munden, forstærkes tankernes budskab i os selv, og andre mennesker bliver sat i bevægelse. De lytter til vores ord og går med os, imod os, ignorerer os og reagerer på det, vi siger.”



I dette kapitel får du

SPROG SKABER VIRKELIGHED

Drop forklaringerne og sig, hvad du mener!

TANKER PÅ STEROIDER

Sprog er vores tankesæts speeder

SÅDAN KLINGER ET GENNEMBRUD

Konklusion på Sprog skaber virkelighed

SE HVAD DU SIGER HØJT

Forskellen på, hvordan Succes og Fiasko kommunikerer

BRUGERMANUAL

Sådan bruger vi ”Sprog skaber virkelighed” i praksis

Det er ikke altid, vi erkender dette faktum i vores analyser i hverdagen, og det er bestemt heller ikke altid, andre dømmer vores ord bevidst. Ofte er hele denne mekanisme forbeholdt det ubevidste, og det ubevidste er som sagt styret af vores automatikker – dem, der er en ”tvungen” del af at være menneske, og dem, vi har skabt selv. Alt dette foregår på et automatiseret niveau, altså via vores vaner. Vores idéer og grundfilosofier er ude i det åbne, og andre mennesker begynder at reagere på dem. De små ord gør den store forskel, når det handler om at kommunikere med gennemslagskraft og skabe den indflydelse, vi ønsker os. 600 gennembrud-hestekræfter trækker os til højder, vi end ikke kan forestille os, og til dybder, vores værste mareridt ikke kan leve op til.

Inspiration til dette kapitel

Vi har trukket på vores erfaringer, vi har fantasieret om fremtiden og ”dømt” os selv og/eller andre. Succes eller Fiasko har indtaget den dominerende rolle i vores tankesæt, og så åbner vi munden. Lagkage-modeller, girafsporg og andre teknikker forstærker direktøren i Mindset A/S’ vision (både Succes og Fiasko), og retningen for vores videre færd er KLAR: mod Succes eller mod Fiasko. I første omgang ”afslører” vores sprog vores tankesæt, ment på den måde, at andre mennesker automatisk og ubevidst vil tjekke, om der er overensstemmelse mellem det, vi siger og det, de tror, vi i VIRKELIGHEDEN tænker. Dette er relevant på individplan, men bestemt også for en virksomhed. Når vi hører vores statsminister komme med valglofter, når en multinational virksomhed lover, de betaler skat,



og når vores partner forsikrer os om, at der ikke "skete noget". Jo bedre vi er til at støtte op om vores planer og vores kommunikation, jo hurtigere og nemmere kommer vi frem til målet. Der er mange veje frem, men i dag er tiden, vi bruger, ikke irrelevant, og ord kan forkorte og forlænge vores tidsforbrug.

Det kraftfulde ved ord er, at en sparringspartner eller omgangskreds med høje lytte-kompetencer kan være løftestænger for vores egen udvikling hen imod et gennembrud. Sprog er også et fantastisk værktøj, når vi har drejet vores tankesæt bare to grader mere over mod Succes. Dernæst kan sproget være en affyringsrampe og katalysator for denne ændring. Sproget virker som et forstørrelsesglas på vores tanker på to måder:

- Ved at vi selv mærker og hører vores egne ord
- Andre sættes i bevægelse via vores ord

Vores ord er broen imellem vores tanker og følelser, og denne bro er altafgørende. Vækstfase 2 viser, hvordan vi effektivt kan kommunikere i overensstemmelse med vores tankesæt, og derved understøtte vores gennembrud i ord. Denne fase handler om, hvordan sproget påvirker både os selv og verden omkring os. Når sprog skaber virkelighed, er det konsekvensen af, at vi formår at trække det absolutte potentiale ud af det, og det har intet med modeller at gøre.

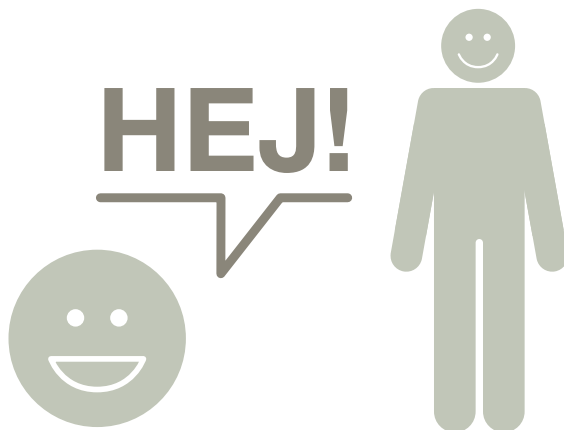
SPROG SKABER VIRKELIGHED

Drop forklaringerne og sig, hvad du mener!

Ord er kraftfulde! De sætter vores omverden i bevægelse, og vi kender alle situationer, hvor en andens ord får det til at gibbe i os. Vi kender også kraften ved opmuntringer, som kan vende det, der før virkede så meningsløst, til noget, der pludselig har en glød af håb og mening. Når vi åbner munden, sætter vi vores omverden i bevægelse, og uanset hvor frie vi føler os, vil vi naturligt reagere på det, andre siger til os, og andre vil også reagere på det, vi siger til dem. Dette er endnu en af de regler, som vi alle er underlagt, og som, hvis vi bruger den rigtigt, kan understøtte vores gennembrud.

Vores ord påvirker også os selv. Det er f.eks. helt naturligt at tale til os selv for at styrke fokus, ønsker eller følelser. Men når vi taler til andre, taler vi også til os selv, og den vekselvirkning dette giver, ender op med at blive kvaliteten af vores personlige gennemslagskraft.

Forestil dig, at vi mødes på gangen. Du er på vej til frokost og ser mig komme gående, og du kan se, at jeg vil sige noget. Du stopper op og viser med dit kropssprog, at du er klar til at høre, hvad jeg har at sige, og så siger jeg til dig: "Hvad er der galt med dig i dag, du ser så trist ud?" Hjernens vil helt automatisk forholde sig til mine ord. Vi reagerer selvfølgelig forskelligt på ord, men essensen er, at jeg med mine ord sætter noget i gang i dig, der handler om, hvad der er galt. Sagde jeg derimod: "Hvad kan jeg gøre for dig i dag?", så sætter mine ord en hel anden reaktion i gang. Misforståelser opstår hver eneste dag, og når reaktionen kommer, siger vi noget i af retning af: "Det var ikke det, jeg mente, og DU misforstår MIG." Tankesættet bag denne udtalelse er, at DU er forkert, og JEG er rigtig, og denne indstilling vil til enhver tid påvirke samtalen.



Det samme gør sig gældende i ledelses-, salgs- og udviklingsøjemed. En af de største årsager til, at vi i salgssammenhænge taler os både ind i et salg og ud af det igen, er, at vi er udisciplinerede omkring vores sprog. Samtidig er vi ikke opmærksomme på, at vores tankesæt sætter retningen for vores udtryksform, og resultaterne er konsekvensen heraf.

Når vi åbner munden, kan vi ikke længere skjule, om det er Fiasko eller Succes, der sidder ved roret i Mindset A/S. Succes og Fiasko positionerer sig yderligere ved at smitte af i vores måde at kommunikere på. Der findes utallige super fine kommunikationsværktøjer, men om det er Fiasko eller

Succes, der bruger dem, kommer til at have stor indflydelse på resultatet.

Sandwichmodellen

Ros
Ris
Ros

– ser meget forskellig ud, alt efter hvem der er direktør i Mindset A/S. Det Succes opfatter som ros, og måden, den leveres på, er noget helt andet end måden, Fiasko ser ros på, og hvordan han udtrykker den. Succes roser andre, Fiasko roser



Ord

sig selv. Succes leverer ris konstruktivt, Fiasko bruger ris til at få hævn. Succes takker, Fiasko stiller krav.

Så det er fint, at sælgeren taler med kunden om hendes syge hund, men er vi ligeglade med hunden, er det bedre at holde mund, for andre fornemmer alligevel vores inderste intention ubevidst. Er vi som ledere uinteresserede i mennesker, er der ingen grund til at lade som om, de rager os – folk ved godt, at vi er ligeglade. Er jeg som kollega uengageret, kan jeg lige så godt lade være med at kræve noget, for andre ved godt, jeg ikke kommer til at yde noget til gengæld. Er jeg som partner doven, kan jeg lige så godt holde igen på min kærlighed, for min partner ved, at jeg ikke vil gå en ekstra mil for noget som helst. Ord skal understøttes og leves ud. Tricks skaber intet godt.

Giv dit løfte

Når vi åbner munden, giver vi i virkeligheden et løfte. Hvis jeg spørger til, hvad du tænker, har jeg lige lovet, at det rager mig. Fortæller jeg om, hvor SUPER fantastisk jeg er, har jeg lovet, at jeg vil gøre noget fantastisk. Fortæller vi, at vi elsker nogen, har vi lige lovet at behandle dem kærligt. Løftet går i al sin enkelthed ud på, om det, der udtrykkes, bliver en succes eller en fiasko. Kan vi ikke leve op til vores ord, gnider Fiasko sig i hænderne og savler ved tanke om at fortære dig med hud og hår.

Forestil dig et tanksæt, hvor en lille glasurtopping (en hvid eller sort løgn) på salgsresultatet er en okay mulighed! Løftet vil falde til jorden en dag og lande i Fiaskos favør. Måske du har hørt ”nogle” sige, at nu SKAL jeg også til at tage mig. Ordet SKAL betyder tvang, og et vægttab kan aldrig blive andet end et valg, så derfor er løftet, at jeg er tvunget, men kun slaver er tvunget. Nu SKAL jeg også have mere gang i salget! Nu SKAL jeg også have styr på mine opgaver! Nu SKAL jeg også have gjort noget ved ”projektet”! Alle udtalelserne her er fra Fiaskos

ordbog. Når vi hører sætninger som: ”Nu har jeg besluttet mig for at tage mig”, er løftet ”beslutning” og ”tage mig”, og der inviteres til noget helt andet. Løftet om at ”tage mig” bliver en succes, og ”besluttet” gør også – ja, der er reelt ikke rigtig plads til Fiasko.

Sprogets kraft vækker altså egne og andres forventninger, og forventninger kan blive indfriet, og de kan blive til skuffelse. Når jeg siger ”beslutning”, kan andre ikke lade være med at bekende kulør og enten heppe eller modarbejde, og vi kan effektivt sortere i vores input udefra. Siger jeg, at jeg SKAL et eller andet – ja, hvad SKAL andre sige til det? Der er et ordsprog, der hedder: ”Det er ikke det, du siger, det er måden, du siger det på, der tæller!” Men det er endnu et ordsprog, der er drevet af Fiasko. Selvfølgelig påvirker betoning, kropssprog, fortolkninger osv. de ord, vi leverer, men uanset hvor meget sukker jeg putter på, når jeg kalder et andet menneske IDIOT, så vil ordet stadig have en enorm effekt. Jeg tror, vi alle i vores ægteskaber og venskaber, på jobbet eller i skolen, eller i vores stille sind har oplevet, hvor energikrævende en jargon kan være. Ord har en energi og en kraft, som påvirker og former følelser, uanset hvor meget vi pakker dem ind. Et ægtepar, der for sjov kalder hinanden øgenavne, vil blive påvirket af det, også selvom det er ”kærligt ment” – hvorfor ikke bare sige det kærlige kærligt og det hadfyldte hadfyldt? Det kan godt være, at håndværkerne mener, at deres jargon er hård og kynisk, og at det bestemt ikke påvirker dem, men jeg har altså siddet face-2-face med mange af dem, og det påvirker dem alligevel. Ironi, indirektehed og indpakning forvirrer budskaberne, og så får vi inviteret fortolkningerne inden for dørene, og de handler jo om erfaringer og fortiden og ikke om nutiden. Succes eller fiasko er lige nu og her!

Disse indpakninger fodrer samtidig den onde ulv og vækker Fiaskos sult – han er klar til at tage for sig af retterne, der hvor vores sprog understøtter fiasko-tankesættet.

Vi kender alle situationer, hvor et menneske siger et eller andet virkelig skævt til en anden. Forklaringen er, at de "bare" er ærlige. Det kan godt være, vi er ærlige, når vi taler ned om andre, men det er stadig bygget på et fiasko-tankesæt. Det er generelt de små ord, der gør den store forskel, og Succes orienterer sig efter at være præcis i sine udmeldinger og ikke leve i et "Det var ikke det jeg mente"-univers. Hun søger hele tiden at skabe indflydelse, og det gør hun ved at holde fast i 180 graders-tankesættet, hvor hun rykker sig selv og ikke omverdenen 180 grader. Når vi forfalder til at sige at det, vi sagde, ikke var det, vi mente, er det op til modtageren at forstå, hvad vi mener, og så har vi overladt "magten" i hænderne på "de andre", og det vil Succes aldrig gøre.

Når vi lukker negativitet ud af vores mund og samtidig påstår, at vi har positive intentioner, er en af delene en løgn! Vi er altid synkrone i vores tanker og ord. Spørgsmålet er bare, hvem der sidder på magten i Mindset A/S, og både Succes og Fiasko evner at skabe et gennembrud. Vi kan med fordel stoppe mundens forklaringer og begynde at bruge ord til at udtrykke den tilstand eller situation, vi ønsker os. Når vores sprog er blevet en ubevidst vane, vil hovedarkitekten have magten, og hvis vi bortforklarer hans arbejde, er vi fortabte, hvis hans navn er Fiasko.

Det handler om at italesætte

En rigtig god historie, som viser hvor kraftfuldt sprog er, er historien om, hvordan Walt Disney lavede sin første tegnefilm i spillefilmslængde: Snehvide og de syv dværge. Disney var klart en mand med visioner, og for ham var der håb og lys for enden af tunnelen. Han havde igennem en læn-

gere periode gået med en idé om, at han ville skabe en tegnefilm i spillefilmslængde. Til historien hører også med, at Disneys idé var banebrydende. Tegnefilm havde indtil da været korte film, som typisk blev brugt som opvarmning til de "rigtige" film i biografen. I 1930'erne skabte Walt Disney en lang række af disse korte tegnefilm. Walt selv var i stigende grad idémand og producent, med en hær af tegnere under sig. Mickeys "venner" i form af Anders And, Pluto og Fedtmule dukkede op. Sideløbende med Mickey-filmene producerede han en mere ambitiøs serie, Silly Symphony, der ikke havde nogen fast gennemgående figur, men ofte var lånt fra gamle eventyr eller bare kunne være et stemningsbillede i tegneserieform. Det har sikkert været denne proces, der har tændt idéen i den ambitiøse Disney, og idéen voksede og voksede i hans tanker, og på et tidspunkt begyndte han at tale om sin idé.

Han opdagede, at tegnerne og de andre ansatte i Walt Disney Productions ikke var i nærheden af at være lige så begejstrede for idéen som ham, og til en start fik hans idé ikke fat i de andre. Disney må have været voldsomt frustreret. Vi kender det selv, at når en idé er klar, vil vi bare gerne i gang. Men Disney var ikke lige sådan at kue. Han satte sit Mindset A/S på arbejde, og der var det helt sikkert Succes, der var direktør. Det gik op for ham, at han havde brugt langt mere tid på denne nye idé end de andre. Når han fortalte de andre om idéen, havde den været vendt i hans eget hoved igen og igen (den var blevet en del af hans tankesæt), men idéen var helt ny for de andre.

Disney udtænkte det, man i dag kalder Disneys kreativitetsmodel, som i al sin enkelthed handler om at få en idé til at leve i andre og få dem til arbejde på at manifestere idéen og gøre den til en succes. Disney skabte tre rum:



- Mulighedernes rum
- Kravenes rum
- Forhindringernes rum

I mulighedernes rum var reglerne enkle. Her måtte der kun tales om muligheder. Disney sagde til sine ansatte, at hans vision var at skabe en tegnefilm i spillefilmslængde – hvad er muligt? Der må have været noget stille i starten, og abe-sindet, som var gift med Fiasko, må have været virkelig udfordret hos mange af de ansatte. Men den ene idé tog den anden, og der blev skabt visioner for, hvordan tegnefilm som medie kunne udvikle sig osv.

I kravenes rum blev alle idéerne og visionerne lagt på bordet, og spørgsmålet var: "Hvad skal der til for, at vi kan gøre en tegnefilm i spillefilmslængde mulig?" Der skete mange spændende ting, bl.a. opstod idéen til at bruge multiplane kamera-teknik, som først blev brugt i "Den gamle mølle" ("The Old Mill") fra 1937, og senere samme år bruges til "Snehvide og de syv små dværge". I denne forbindelse tilskrives Disney at være fader til Carl Lewis' citat: "If you can dream it, you can do it!"

I forhindringernes rum talte de om alle de ting, der stod i vejen. Økonomi, at det ikke var gjort før, publikums forventninger og en lang række andre stopklodser. De gik flere gange igennem de tre rum og endte på et tidspunkt i forhindringernes rum, hvor de sad og kiggede på hinanden og måtte konstatere, at nu var der ikke mere tilbage, andet end at gå i gang.

Denne historie viser, hvor kraftfulde ord er. Disney var arkitekten, og via sublim kommunikations-evner fik han gennembrud med sin idé. De andres tankesæt blev positivt påvirket, og de var en vigtig del af både succesen og projektet, men uden Disneys kommunikation havde "De syv små dværge" ikke set dagens lys. Rigtig mange gode idéer dør i

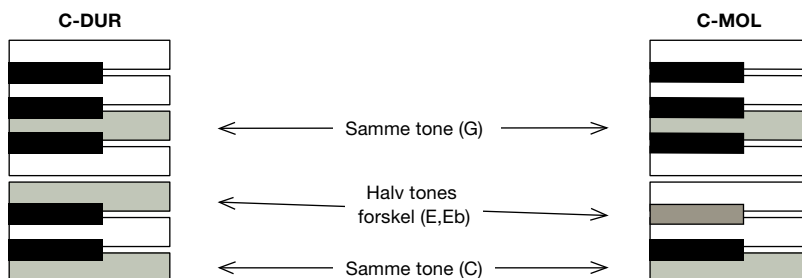
kommunikationsfasen. Simpelt hen fordi tankegangen domineres af Fiasko, men bestemt også, fordi vi ikke evner at skabe indflydelse og et gen-nembrydende sprog. Sprog skaber virkelighed – tal om muligheder, og du skaber muligheder – tal om problemer, og du får problemer.

TANKER PÅ STEROIDER

Sprog er vores tankesæts speeder

Der forskes hele tiden i sprogets indflydelse på vores liv og vores psyke, og en række spændende tendenser har vist sig igennem årene. Bl.a. har man fundet ud af, at mennesker, der taler meget om problemer, har en tendens til at aktivere adrenalin-niveauet i kroppen, mens dem, der taler om udfordringer, ser ud til at aktivere endorfin. Sproget kan sammenlignes med musik. Når vi skriver musik, er der to overordnede muligheder for, hvordan lyd-billedet ender med at være: dur og mol. Den korte forklaring er, at dur er sammensætninger, som har en glad lyd, mens mol har en mere melankolsk lyd. Dur eller mol opstår ikke ved brugen af kun én tone, der skal tre toner til. Når flere toner begynder at svinge sammen, opstår dur eller mol. Når tonerne svinger sammen, er det én tone, der afgør, om det er dur eller mol – resten er det samme.

Sprogets evne til at skabe virkelighed består af samklangen i vores sprog. Succes og Fiasko bruger mange af de samme toner, men de små ord gør den store forskel. Det er en halv tone, der afgør, om jeg spiller en c-dur (den glade melodi) eller en c-mol (den melankolske melodi). Nogle kan lide den ene lyd, nogle kan lide den anden. Nogle mennesker vil høre pop, andre vil have stenhård heavy metal, og det er et smagsspørgsmål. Men spiller vi pop, fordi det er det rigtige at spille, og vi i virkeligheden ikke bryder os om pop, bliver vi uautentiske.



Så vi kan sige alle de rigtige ord, vi kan pakke dem ind i det lækreste papir, men vores sande tankesæt vil altid vise sig i de små ord, og hvis jeg taler om glæde til tonerne af en melankolsk melodi, er resultatet også derefter. Jeg har mødt mennesker, der er eminente til at skabe resultater, men gør det til en melodi, de i virkeligheden ikke bryder sig om. Lyden er simpelthen forkert for dem. Det tydeligste eksempel, jeg har, er fra en midaldrende herre, jeg havde en face-2-face samtale med. Han sagde direkte til mig: "Christian, jeg har den rigtige bil, det rigtige hus og på overfladen det rigtige liv. Men ved du hvad – det eneste, der i virkelig tæller nu, er, hvordan mine børn har det, og jeg taler ikke engang med dem mere." Jeg bliver helt trist af at tænke på ham igen. Han havde alt, hvad han om muligt

kunne begære, men ikke det, der talte mest for ham. Jeg har set det igen og igen, og jeg har oplevet, hvordan det, vi vælger at kommunikere til os selv og omverdenen, spiller en afgørende rolle. Det er ikke lige meget, hvad vi siger, og det er bestemt ikke vejen frem at være upræcis. Hvis succes for dig udelukkende er resultaterne, og ikke også handler om helheden – så skynd dig at hoppe fra her! Resten af bogen vil være tortur for dig. Succes er noget, der skabes af hele mennesker, og jeg ved noget om hele mennesker. Resultater for resultaternes skyld, uden personlig vækst og tilfredsstillelse, er ikke min boldgade. Når det kommer til vores personlige eller en virksomheds gennembrud, er helheden vigtig. Hvad hjælper det, at skatte-kammeret bugner af guld og ædelstene, hvis



Ord

værdien for os er ligegyldig? For nogle inkluderer helheden børn og familie, for andre er den rejser og frihed. Uanset, hvad helheden består af for dig, vil jeg på det kraftigste invitere til, at du ALDRIG mister fokus på vejen. Der er ikke noget mere trist end at kigge et menneske ind i øjnene og spotte, at de mistet fokus på, hvem de er som mennesker, fordi de er 'blevet' deres resultater. Når vi er der, begynder vi at kommunikere til os selv og omverdenen på en måde, som igen og igen vil invitere Fiasko til at tage føringen. Han lover os resultater, og hans pris er vores sjæl. Hvis rigdom er vores mål, så lad os gå efter rigdom på alle planer. Hvis lykke er vores mål, så lad os sprede den til lykke for alle. Hvis familie er vores mål, så lad hele verden være inkluderet i vores familie. Succes er rig, og der er nok til alle. Både Succes og Fiasko er sociale, og jo flere mennesker, vi præsenterer dem for, jo flere vil de påvirke. Spørgsmålet er, om vi har modet til at tage Succes' vej – den vej, hvor der er nok til at dele, og på den måde opnå så meget mere end blot resultaterne ... at skabe gennembrud!

SÅDAN KLINGER ET GENNEMBRUD

Konklusion på Sprog skaber virkelighed

Vores sprog skaber virkelighed og viser andre, hvad vores tankesæt i virkeligheden er. Succes eller Fiasko begynder nu for alvor at påvirke tingene, da de har rykket fra vores tanker ud i omverdenen.

Vores sprog består af de ord, vi vælger at udtrykke. Både dem, vi udtrykker bevidst og dem, vi udtrykker ubevidst. Ord klinger sammen og komponerer vores kommunikationsmelodi. Forskellen på sproget, når Succes og Fiasko taler, er meget lille. I virkeligheden siger de mange af de samme ting, og det er tonen, der afgør, hvem der bestemmer. Når vi ønsker at skabe gennembrud, skal vi passe på ikke at blive fanget af smag. Musik er et spørgsmål om smag. Kan vi lide dur eller mol? Om vi kan lide eller ikke lide det, afgør ikke, om det er dur eller mol. Sådan er sprog også. Vi skal ikke forfalde til at tro, at det nødvendigvis er det, vi kan lide, der vil skabe vores gennembrud. Direktøren i Mindset A/S bestemmer, hvad vi kan lide.

Nogle ord har en tendens til at skabe en bestemt stemning, andre skaber den samme stemning hver gang. Der findes ikke en eneste kommunikationsmodel eller værktøj, der kan skære hjørner og lære os denne kunst, uden at vi må lære håndværket først. Kommunikation handler om at kende vores eget tankesæt, kende vores reelle ønske og forstå at bygge bro imellem disse to. De efterfølgende afsnit viser, hvordan vi gør det.



Se hvad du siger højt!

Forskellen på, hvordan Succes og Fiasko kommunikerer

TYPISK FIASKO-SPROG	TYPISK SUCCES-SPROG
Sådan er det altid	Sådan kan det også være
Det vil jeg have	Det ønsker jeg mig inderligt
Sådan skal det være	Sådan kunne jeg godt tænke mig, det er
Problemet er ...	Der, hvor jeg lige nu er udfordret, er ...
Sådan er det bare	Det ser ud til, at dette er måden, det er på lige nu
Det kan godt være, men ...	Er det sådan, det er? Hvordan kan vi ændre det?
Det er ikke godt nok	Hvis vi ønsker os mere, skal vi gøre mere
Kom nu	Jeg rykker nu, hvem har lyst til at være med?
Jeg har ikke tid	Jeg prioriterer at bruge min tid anderledes fra nu af
Jeg er for ung	Jeg er ung og vil vinde på min energi
Jeg er for gammel	Jeg er erfaren, og det vil jeg vinde på
Det er ikke muligt her	Jeg vil finde ny inspiration
Vi betaler for meget i skat	Jo mere jeg skal betale i skat, jo mere økonomisk fri er jeg
Min mand/kone/chef/ven forstår ikke	Gad vide, hvordan jeg kan forklare dette på en anden måde?
Hvis det er for godt til at være sandt, er det det sikkert også	Vi er vores egen lykkes smed



BRUGERMANUAL

Sådan bruger vi ”Sprog skaber virkelighed” i praksis

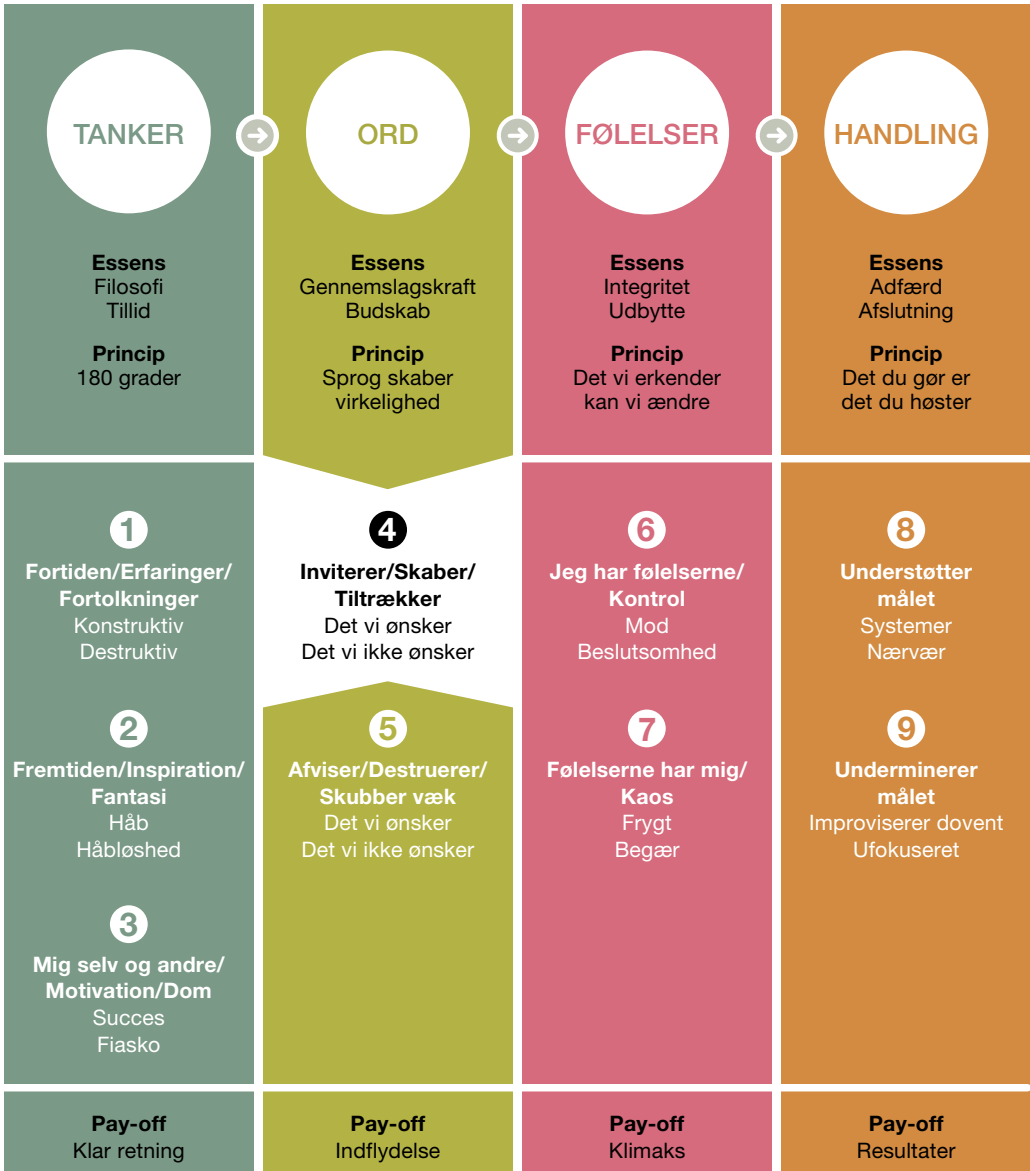
- Vær opmærksom på, hvordan det, du siger, påvirker dig selv. Har du talt med andre om, f. eks. en fælles ven eller kollega, hvilken stemning du er i bagefter? Mener du, at denne stemning udtrykker, hvad du i virkeligheden tænker, og samtidig bærer dig tættere på dit mål – go for it. Hvis ikke, er det tid til at sætte retningen for et nyt gennembrud.
- Når du er i gang med noget vigtigt, så lyt opmærksomt til andres reaktion på det, du siger. Reagerer de anderledes, end du forventer eller håber, så begynd ikke at forklare dig selv. Søg nye mulige vinkler at kommunikere fra. Tjek eventuelt, om du udtrykker det, du i virkeligheden mener, eller om du pakker det ind eller lyver.
- Tænk, før du taler. Når vi kommunikerer via ord, er det igen de små detaljer, der gør den store forskel – ligesom en dur- eller mol-akkord i musik afgøres af en enkelt tone. På samme måde sættes tonen i din kommunikation med de små ord. ”Det var ikke det, jeg mente”-kommunikationen er Fiaskos værk, og vi skal ikke acceptere denne kommunikationsform fra os selv.
- Find eventuelt mennesker, som evner at kommunikere budskaber til dig, som andre ikke kan, og find ud af, hvad det er, de kan. Se, om du kan regne deres tankesæt ud. Det er sjældent, vi rammer helt rigtigt, men det er et fantastisk værktøj til at inspirere Succes, til at gribe vores ord og skabe et langt mere konstruktivt sprog.
- Når du planlægger at kommunikere vigtige ting, så brug eventuelt Disneys model. Når andre mennesker hører vores idéer for første gang, skal de lige vænne sig til dem. Derfor er de tre rum: 1. Mulighedernes rum, 2. Kravenes rum og 3. Forhindringernes rum et rigtig godt udgangspunkt for vores kommunikation. Giver vi andre og os selv lov til at tænke disse tanker igennem, er det langt nemmere at acceptere budskabet.
- Planlæg din kommunikation grundigt. Alt for ofte falder argumenter og budskaber til jorden, fordi måden disse leveres på er dårligt planlagt. Det er f.eks. ikke særlig genialt at skabe dialog, hvis budskabet er en monolog og omvendt.
- Det er vigtigt ikke at bygge alt for hårde regler for egen kommunikation. Som tidligere nævnt har f.eks. ordet ’problem’ en tendens til at øge niveauet af adrenalin i blodet. Det er ret smart, hvis dit budskab er, at du selv og andre skal skynde jer væk, inden ”taget falder ned over hovedet på jer”.
- Ærlighed kan både kommunikeres konstruktivt og destruktivt. Overvægten i vores egen tendens afslører vores sande tilstand i Mindset A/S. Stop forklaringerne på det ene og det andet og brug dine ord som et termometer på din tankegang. Ret, hvad der skal rettes, og styrk det, der skal styrkes.



- Vær villig til hele tiden at optimere dit sprog. Vi udvikler os konstant. Nogle gange udvikler vi os ud af kommunikationsmodellerne, og hvis vi holder fast i dem, bliver vi utroværdige. Alle modeller er opstået via udvikling, og det er helt okay, at vi udvikler tingene til næste niveau.
- Forskellen på ord-kunstneren og ord-kløveren er, at ord-kunstneren også lytter til andre, mens ord-kløveren kun lytter til sig selv.



Ord





TRANSFORMATION 4

Ord inviterer

”Ord inviterer! Og om vi vil invitere penge, lykke, udvikling, forfremmelse eller andet inden for dørene, er det vigtigt, vi forstår, hvordan det gøres. Det er bestemt ikke lige meget, hvordan vi formulerer os, og der er et kæmpe potentiale for gennembrud for den, der forstår denne mekanisme.”



I dette kapitel får du

”DEN” KOMMER, NÅR MAN KALDER!

SÅDAN SER MENUEN UD

Vi kan invitere to ting

EN SVEDER

Pak dig selv ud og byg dit gennembrud!

LÆS INVITATIONERNE GRUNDIGT

Eksempler på Succes’ og Fiaskos invitationer

Inspiration til dette kapitel

En invitation betyder grundlæggende, at det, der sendes ud, sender noget tilbage igen, og at åbne munden sender ALTID en eller anden form for invitation til omverdenen eller os selv. Når vi tager denne idé hele vejen, betyder det i sidste ende, at alt, vi har skabt eller ikke skabt lige nu, er direkte afhængigt af, hvad vi til dagligt kommunikerer. Hvis en salgsdirektør taler om manglende omsætning, dovenskab og alt det, han er utilfreds med, har han i virkeligheden via sin egen måde at kommunikere på inviteret Fiasko inden for døren. En invitation tænder en forventning i modtageren, og den er sendt af sted med en forventning. Vi kan ikke kræve af vores omverden, at vi fodrer den med negativiteter, og at den responderer med muligheder – det er IKKE sådan, reglerne for kommunikation er. Det ”imponerer” mig til stadighed, hvor meget energi det kræver at skrive de rigtige pressemeddelelser, og hvor lidt der benyttes til at bygge kommunikationsstrategier, der understøtter det rigtige tankesæt for virksomhedens fremtidige succes.

Når vi åbner munden, inviterer vi til et eller andet, men vi viser også omverdenen, hvad vi i virkeligheden går og tænker. Vi afslører os selv. Via det ubevidste tænder vi en forventning i f.eks. vores kunder, som beslutter, om det er hunden eller millionen, sælgeren i virkeligheden er interesseret i – om du er ærlig eller uærlig. Hvis vi gerne vil skabe et gennembrud, må vi acceptere det faktum, at andre ikke dømmer os på vores intentioner om at kommunikere, men på det, de synes, vi siger, og at dette sætter retningen for vores egne muligheder. Vil jeg dig noget, og du ikke forstår, hvad jeg siger, må jeg flytte mig som det første! Jeg hører i mange virksomheder visse kunder omtalt som besværlige. Hvad er det for en kode? Hvis de vitterligt er besværlige, hvorfor har vi dem så? Og hvordan møder vi i virkeligheden en kunde, som vi internt via ord



Ord

koder os selv til at se som besværlig? Vi har ikke råd til at være dovne med vores sprog, og uopmærksom kommunikation skaber ikke vindere. Vi kan både invitere det, vi ønsker os, men vi kan også invitere alt det, vi ikke ønsker os.

Jeg har en kunde, en mindre lederejet-virksomhed, hvor forretnings-munden i en lang periode sagde: "Vi ønsker at optimere", fulgt op af en hverdag, hvor det var accepteret, at der taltes om 1000 forklaringer på, hvorfor markedet forhindrede vækst, muligheder og håb. Sandheden om denne invitation er, at den mest af alt handler om at få Fiasko inden for døren. Hvis vi i løbet af dagen taler om konstruktive ting 10 gange og destruktive ting 67 gange – ja, så står den 67-10 til Fiasko, og det er egentlig ret logisk, hvem der styrer slagets gang her.

Efter et par måneders eftertanke ringede direktøren til mig og leverede en plan til optimering, hvor min eneste kommentar var: "Jeg er helt enig". Jeg kunne bagefter mærke, at jeg var helt løftet af hans ord. Samme mand, andre ord – jeg reagerede og samarbejdede med det samme. Han havde drejet sit tankesæt bare en lille smule og fulgte det op med præcis og effektiv kommunikation. En ting var, hvad han kodede mig til, men en helt anden er den proces, der førte ham selv frem. Det er et gennembrud, han aldrig taber – det tankesæt og de ord er hans ejendom!

"DEN" KOMMER, NÅR MAN KALDER!

En sproglig invitation kan både være bevidst og ubevidst, og i langt de fleste tilfælde er vores invitationer fordelt på samme måde som det bevidste og ubevidste (16-18 bit bevidst og 10-11 millioner bit ubevidst). Sælgerens, lederens, konsulentens

og alle andres invitationer sendes fra samme grundudgangspunkt. Det betyder i praksis, at hvis vi overlader vores ordvalg til tilfældighederne, vil det være alle vores ubevidste vaner, der styrer spillets regler. På de invitationer, vi sender ud med vores ord, står enten Succes eller Fiasko som afsender, og vælger vi at leve med et upræcist sprog, kan vi være helt sikre på, at Fiasko har en gennemtænkt plan for os. Det er ikke ligegyldigt, hvad vi siger, for bare det at åbne munden er det samme som at give et løfte. I det gamle Japan levede samuraierne efter princippet om, at tale var det samme som at give et løfte. Havde du sagt noget, betød det automatisk, at det var noget, man også gjorde. Det er et meget spændende tankeeksperiment at udfordre sig selv på dette, bare en enkelt dag. De fleste af os vil opdage, at der er rigtig meget, der kan udelades, og at der siges meget, der har alle mulige andre formål end at blive fulgt op med handling.

→ VIDSTE DU, AT ...

En samurai betyder 'at tjene'. Samurai var et medlem af kriger-aristokratiet i det feudale Japan (før 1868). Samuraiernes historie begynder i det 8. og 9. århundrede, hvor klaner og kejser Kammus nyudnævnte shogun begyndte at have hære, hvorfra en krigeradel begyndte at rejse sig. Samuraierne forsvandt i 1800-tallet i tiden omkring Meiji-restaurationen, der var et hårdt slag for samuraierne, eftersom tusindvis blev uden herre og dermed arbejdsløse.

Abe-sindet spiller i stor grad ind på vores sproglige invitationer. Vi åbner munden og insisterer på, at folk skal forstå, hvad vi mener, og ikke reagere på det sagte. Vi holder fast i den frugt, der hedder at

have ret, i stedet for at give slip og gå efter at blive givet retten til at levere. Denne ret til at have ret koster hver dag ordre, muligheder, idéer og innovation. Der er et ordsprog, der siger, at det er meningen, der tæller, og ikke ordene, men det er en giftig omskrivning af realiteterne. Andre mennesker har ikke en ærlig chance for at forstå vores dybere mening, hvis det ikke er den, vi udtrykker. Ikke engang en ph.d. i psykologi kan sikre, at vi fortolker meningen rigtigt. Du vil sælge mig en vaskemaskine, og du lykkes kun, hvis jeg TROR på dig – længere er den ikke!

Det er også vigtigt at understrege, at hvis Fiasko har vundet magten i Mindset A/S, så er det fiasko, vi ønsker at udtrykke. Vi elsker at sige, at vi ønsker at tabe os, og insisterer på, at det vitterligt er vores ønske, selvom vi fortsætter med at bo i køleskabet og i slikskuffen(erne). Det samme gælder rigdom, lykke, frihed, kærlighed og hvad hjertet ellers kan begære. Det betyder selvfølgelig ikke, at fordi Succes vinder lige nu og her, så manifesterer det sig også her og nu. Det betyder derimod, at hvis vi de sidste 10 år har arbejdet på at skabe økonomisk frihed og ikke har opnået det endnu – så er det fordi, vi inviterer til Fiasko og ikke Succes. Tanker, ord, følelser og handling – vi kan ikke med kun ét af elementerne alene skabe gennembrud, men ord er katalysatoren for vores tanker. De er Mindset A/S' PR-bureau, og det er vigtigt at vide og arbejde på, hvilke invitationer de sender ud. Hvis vi insisterer på at være realister, der ved, hvordan verden er skruet sammen, og nok kan fortælle andre en sandhed eller to, så vil dette tankesæt gennemsyre vores invitationer, og vi får lige præcis det, vi inviterer til. Den, der altid ved, hvordan kagen skal skæres, bliver i virkeligheden ret hurtigt ensom. I forretningsøjemed er problemet, at folk, der ikke er gode til relationer, ikke sælger særlig meget! Vi kan ikke trickke tankesættet ved at ændre vores sprog, men

vi kan skabe en utrolig gennemslagskraft ved at sætte de rigtige ord sammen med vores tankesæt. Ingen, og jeg mener ingen – ændrer deres kropssprog eller sprog, før tankesættet har besluttet sig for at give det et forsøg. Ved at ændre vores ord eller kropssprog, kan vi skabe en katalysator for vores tankesæt. Dette er vigtigt at forstå!

Så har vi igennem mange, mange år inviteret til Fiasko via vores sprog, hjælper det ikke at ændre sproget før tankesættet. Det er i virkeligheden lidt fjollet at skrive, for det sker aldrig – ingen er begyndt at formulere sig anderledes, før de tænkte noget andet. Sprog er ikke en mystisk kraft, som vil bygge verden op i softice, hvis vi bruger den rigtigt – blot fordi vi bliver dygtige til at kommunikere. Vores ord skaber ikke vores fysiske omstændigheder. Men sprog har en kæmpe indflydelse på, hvem der accepterer slummen som deres hjem, og hvem der ikke gør. Fiasko og Succes er rovdyr, de cirkler om deres bytte, de har store tænder, og de er nådesløse. Én stor forskel på dem er dog, at Fiasko jager dem, der er svagere end ham selv, og Succes jager dem, der er stærkere. Fiasko elsker de svage, usikre og forklarende invitationer. Succes går i kødet på de stærke, solide, gennembrydende og unikke af slagsen. Fiasko er optaget af at have ret, Succes er optaget af at blive bedre. Fiasko vil have forløsning nu – Succes vil være fri. Selvfølgelig er der forskel på de invitationer, de sender ud, og selvfølgelig også på hvilke, de reagerer på.



Ord

SÅDAN SER MENUEN UD Vi kan invitere to ting

Vi inviterer grundlæggende til to meget forskellige ting, og der er både rigdom og resultater i at forstå og udnytte forskellen.

- Det, vi ønsker os
- Det, vi ikke ønsker os

Måden, vi inviterer begge dele på, er ved ”det”, vi siger højt.

Eksempler på noget, vi ønsker os:

- Jeg er rig
- Jeg er lykkelig
- Jeg er på vej
- Jeg lærer af alle mine fejl
- Jeg påvirker det, jeg kan

Eksempler på ting, vi ikke ønsker os:

- Bare jeg ikke fejler
- Bare min chef ikke var så dum
- Bare min kone/mand ville holde op med at beklage sig
- Jeg håber ikke, jeg bliver opdaget
- Jeg vil ikke udnyttes af andre

Jeg kan tale om alt det, jeg ønsker mig, og derved invitere til det. Jeg kan tale højt om alt det, jeg ikke ønsker mig, og derved invitere til det i stedet for. Det er ikke overtro, det her. Vi tænder ikke en gigantisk magnet, der fysisk trækker ting til os ved at tale. Men vi sætter blus under vores tankesæt, og ved at involvere alle dem, der lytter til vores ord, begynder de også at reagere på dem. Dem, der har lyst til at tale om alt det, de ikke ønsker sig, stimler sammen om dem, der er med på det koncept, og dem, der ønsker at tale om alt det, de ønsker sig, søger ligesindede at

gøre dette med. Og så har vi ellers tændt for magneten. Vores heppekor hepper på os, men spørgsmålet er, hvad det er, vi har inviteret dem til at heppe på.

Det er vigtigt, at vi lytter til os selv og dem, vi omgiver os med. Det er ikke ligegyldigt, hvad vi siger! Jeg har mødt sælgere, der præsenterer kunden for en række produkter, og derefter taler om, at det og det produkt nok ikke er noget for kunden. Ledere, der hele tiden italesætter det, der IKKE er nået. Jeg har set forældre fortælle deres børn, at de ikke ønsker dem noget ondt, eller kæresten, der taler om, at de ikke vil miste hinanden. Det er at invitere alt det, vi IKKE ønsker os. Jeg har også hørt ledere fortælle om, hvordan de mener, vi kan nå frem ved at lære af både vores fiaskoer og succeser. Sælgere, der fortæller deres kunder, at de nok skal løse deres behov, og at produkterne helt sikkert kommer til at overraske positivt. Forældre fortæller deres børn, at de ønsker, at de er flittige, produktive, ærlige og gode mennesker. Eller kæresten, der fortæller deres partner, at også denne dag er værdsat, og at de ønsker at tilbringe meget mere tid med den anden. Denne form for kommunikation inviterer det, vi ønsker os. Det, der skiller succeserne og fiaskoerne fra hinanden, er systemer. Fiasko har ikke rigtig et system, han følger, han improviserer og er VIRKELIG dygtig til det. Succes har en plan, og han systematiserer alt det, han kan. Han kan også improvisere, han har bare mere energi til det, fordi han har styr på det, der kan være styr på.

Tilbage til transformation 3 (Fiasko vs. Succes). Her falder den mentale dom, når vi tænker tanker om os selv og de andre. Disse tanker er vores motivation – den sidste tanke inden vi handler. Hovedet kan ikke skelne imellem, om de tanker, vi tænker, handler om os eller de andre. Stemningen og tonen i tankerne er det, der bliver tilbage, ikke om det er mig selv eller naboen, der er god eller dårlig.

Transformation 3 følger med ind i transformation 4. Vi, eller de andre for den sags skyld, kan ikke sortere i, om vi taler om ønsker eller ikke-ønsker. Det vi taler om fylder og bliver vores fokuspunkt. Kun mennesker, der ønsker at dele dit fokus, vil investere tid i at være sammen med dig, og det skaber en sneboldeffekt – konstruktiv eller destruktiv, det gør ingen forskel.

Sprog er effektivt, når vi begynder at sætte det i spil som en udvalgt vækst-faktor, og når vi overvejer hvilket sprog, der inviterer det, vi ønsker os, og disciplineret begynder at bygge en plan, som skaber den "rigtige" klang. Jeg vil invitere enhver leder til at lægge en plan for, hvordan han eller hun får ekspanderet fokuset på alle de ting, der vil bringe mere af det, der står øverst på ønskelisten. Jeg vil invitere enhver sælger til at bygge en plan for, hvordan han/hun via sit sprog kan tiltrække endnu mere salg. Jeg vil invitere ethvert menneske, der elsker et andet menneske, til at bygge en plan for, hvordan der via ord kan skabes endnu mere af det, vi ønsker os. Hemmeligheden bag alle disse planer er, at de ikke handler om at kræve mere af det, vi ønsker os, men skaber lyst i os selv og andre til at give os endnu mere af det, vi ønsker os. Ønsker vi os mere af noget, skal vi bygge et sprog, som inviterer til overflod.

EN SVEDER

Pak dig selv ud og byg dit gennembrud!

Når vi begynder at høre, hvad vi selv siger, og ser vores heppekor tydeligt, er det blevet sandhedens time. Virksomhedens kultur bliver tydelig, kundereaktionernes kvalitet er tydelig, og vores egne begrænsninger bliver håndgribelige. Skal vi skabe gennembrud, er den personlige udpaknings første mission: at vi ser os selv lige i øjnene og erkender tingenes tilstand på godt og ondt. Det er svært at optimere et produkt, vi ikke kender. Eller optimere en virksomhed, hvis ikke man kender sine egne styrker og svagheder, imens den nye plan udtænkes. Kender vi ikke os selv, er personlig eller faglig udvikling udelukket. Jeg ved godt, der er mange, der leger, at man kan komme uden om dette faktum, men det gør det jo ikke rigtigt af den grund. Det er afgørende vigtigt at acceptere, hvor kraftfuld sprogets indflydelse i virkeligheden er. Forskellen på, om vi inviterer det, vi ønsker os, eller om vi inviterer det, vi IKKE ønsker os, er en vital "hemmelighed", som mesteren på området kan konvertere til lige præcis den værdi, han eller hun ønsker sig.

Forestil dig et menneske, som overvejende inviterer til muligheder, oplevelser, øgede resultater og inspirerende fremtidsudsigter – vil du følge dette menneske? Eller forestil dig omvendt én, der overvejende inviterer til bankerot, frygt, begrænsninger og nedtur – vil du følge dette menneske? Det er tid til at se os selv i øjnene og åbne ørene for, hvad det er vi er i gang med at invitere inden for dørene. Mener du virkelig, hvad du siger, "skal" du bygge et sprog, der skånselsløst fastholder dig selv og andre i dette!



Ord

LÆS INVITATIONERNE GRUNDIGT

Eksempler på Succes' og Fiaskos invitationer

Typiske Fiasko-invitationer. Formålet er via ord at skabe en katalysator for Fiaskos egen dagsorden. Det betyder f.eks., at når Fiasko taler om at tabe sig, er formålet i virkeligheden at invitere til brudte løfter, dårligt selvværd og fejlslagne projekter.

- **Nå, men så er jeg enig/uenig med dig!**
 - Det er klart Fiasko, der er på banen. Fiasko vil gerne have ret og elsker dem, der mener det samme som ham. Fiasko er ikke synderligt tiltrukket af folk, der mener noget andet.
- **For mig er positiv og konstruktiv det samme!**
 - Igen er det Fiasko. Fiasko vil have forløsning nu og her, og hvis situationen udskyder denne forløsning, bliver han utilfreds. Det er nemmere at ignorere, at sproget højst sandsynligt har udviklet to ord, der ligner hinanden, men dog er forskellige af en årsag. Nej, det er det samme, siger han, og leder forløsning her og nu.
- **Hvorfor er jeg/det/de sådan?**
 - Fiasko bruger forståelse som udskydelsesværktøj. Han er ikke interesseret i at blive bedre, han vil være retfærdiggjort, og hans trick er, at jeg liiige skal analysere hele min barndom, før jeg kan tillade mig selv at være lykkelig. Held og lykke med det. Jeg har selv arbejdet med terapi i 18 år, og jeg opdager stadig ting ved mig selv, jeg ikke før har set. Men skal det nu betyde, at vi ikke kan være lykkelige?
- Succes er langt mere optaget af HVORDAN-spørgsmål.
 - Hvordan er det i virkeligheden?
 - Hvordan påvirker det mit liv?
 - Hvordan kan jeg bruge det konstruktivt?
 - Hvordan kan jeg fortolke det anderledes?
 - Hvordan påvirker det min familie?
 - Hvordan kan det påvirke mig anderledes?
- **Jeg vil så gerne være rig!**
 - Når vi kigger lidt på den "akkord", inviterer klangen ikke lige frem til aktion. Der er ingen plan! Der er intet konkret! Der er intet håb! Det er typisk Fiasko. Hans invitationer er bygget på denne treklang:
 - Manglende planer
 - Manglende mål
 - Manglende håb
- **På mandag/til nytår/i næste uge skal jeg også XXXXXX!**

Fiasko vil stadig have forløsning her og nu. Kan han ikke få det – ja, så fortjener han da i det mindste rigtig god underholdning:

 - Reality Shows
 - Mad i store mængder
 - Cigaretter
 - Kigger over hækken til naboen
 - X-faktor
 - Osv.

Typiske Succes-invitationer. Formålet er igen at skabe en katalysator for eget tankesæt. Succes-invitationer har til formål at skabe følelser, der leder til handling, der manifesterer succes i den fysiske verden. Planer, der blev udført, løfter, der blev holdt, ønsker, der blev til virkelighed er det, Succes inviterer til.

- **Jeg vil gerne forstå, hvad du mener!**

- Succes ved, det er de små forskelle, der gør den store forskel. Hvis hun møder andre mennesker, der kan noget, hun ikke selv kan, er hun interesseret i de små filosofiske og sproglige forskelle, der skiller hende og de andre. Hun inviterer til at dække denne forskel, for senere selv at kunne sætte dem i spil.

- **Hvad er forskellen på konstruktiv og positiv?**

- Succes undersøger forskellen, tager en beslutning og holder fast i den.

- **Hvordan kan det være, jeg fortolker dem/det/mig selv sådan?**

- Succes sætter sig selv midt i udfordringerne. Ikke i narcissistisk selvglæde, men for at sikre sin invitation. At invitere alle de ting frem, som er inden for hendes egen magt, og så begynde at investere sin tid heri.

- **Sådan bliver jeg rig!**

- Der er mange, der gerne vil være med til at tale om ønsket om rigdom. Succes ønsker at invitere dem, der rent faktisk vil være med til at være/blive det. Udover, at det er en mental genial ting at sige sine ønsker højt, er det også en invitation, som kun de "rigtige" tager imod. Når vi er direkte, har vi inviteret til sortering, og Succes sorterer og begynder derefter at investere.

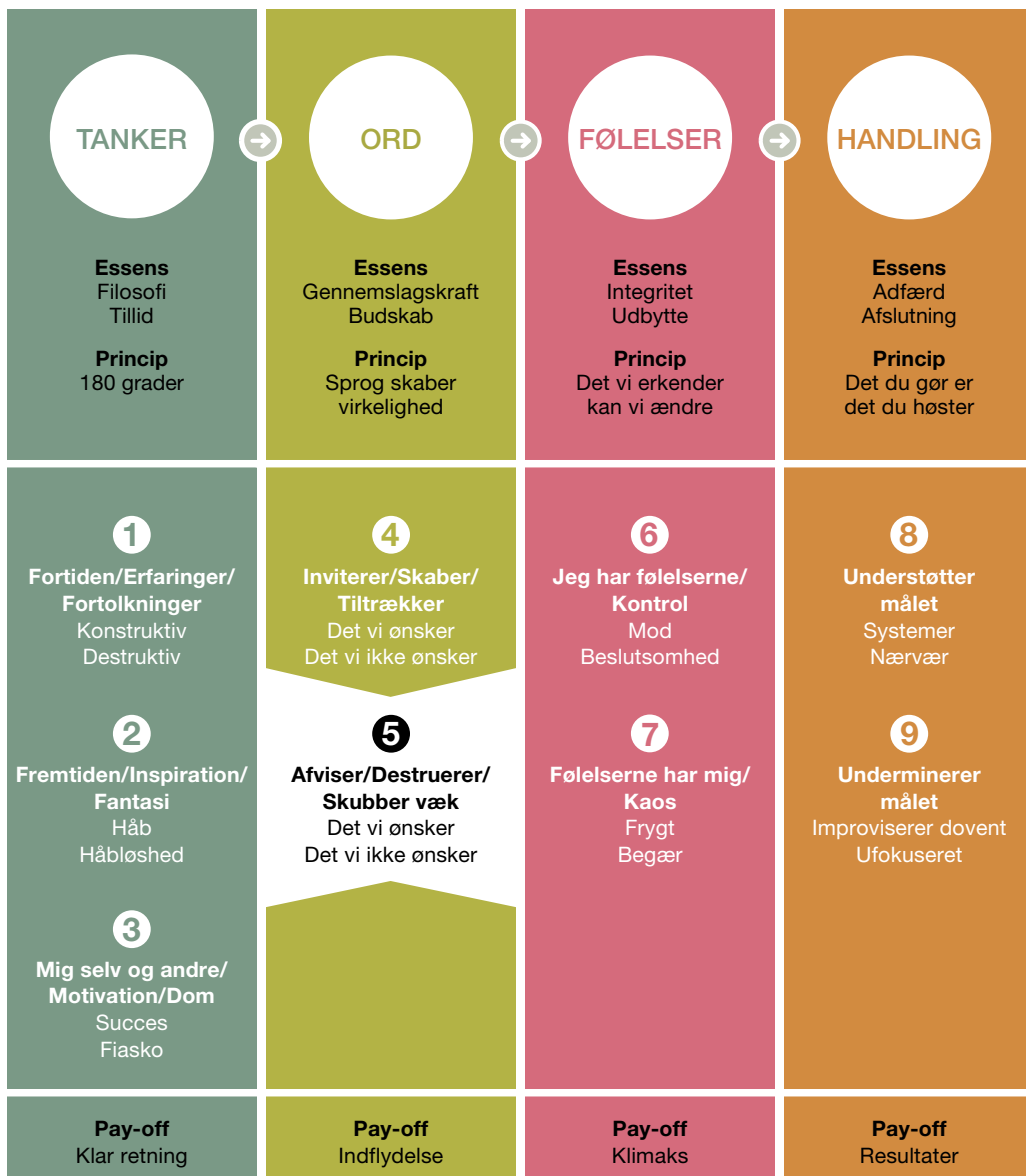
- **Hvad kan jeg gøre i dag?**

- Succes inviterer til handling og løsninger. Nutid er et fantastisk værktøj til at invitere handling inden for dørene med.

Mange gange tager vores udfordringer udgangspunkt i manglende sproglige kompetencer, og det er selvfølgelig helt i orden. Det laver dog ikke om på, at sproget klart afspejler vores mentale tilstand. Vi kan godt påvirke tankesættet ved at ændre sproget, men det tager lang tid. Derfor anbefaler jeg rækkefølgen: tanker, ord, følelser og handlinger, simpelthen fordi, at det er den mest direkte metode. Buddhisterne siger: "It's all in your mind", og ser vi på et eksempel som H.H. Dalai Lama, så er det rimelig troværdigt, at han virkelig mener, hvad han siger, når han kommunikerer anti-vold. Når vi arbejder i omvendt rækkefølge på ord og tanker, vil vi i en lang periode fremstå utroværdige, og det er den klart hårdeste vej til gennembrud. Så beskrivelsen af ord og sprog her tager udgangspunkt i, at vi har bygget lige præcis det tankesæt, vi ønsker os – når det er styret af Fiasko såvel som af Succes.



Ord





TRANSFORMATION 5

Ord afviser

”At kommunikere uden at have en effektiv STOP-knap, er som at køre i en bil med defekte bremses. Det kan godt være, vi kommer frem, men risikoen er unødvendig stor!”



I dette kapitel får du

SPROG AFVISER

Hold øje med hvad!

STOP-KNAPPEN VIRKER

Afvis det, vi ikke ønsker

STOP DET, DU IKKE ØNSKER

Sandheden om ”vil ikke”

BRUG AFVISNINGER EFFEKTIVT

Eksempler på Succes- og Fiaskoafvisninger

Inspiration til dette kapitel

Nogle gange foregår der ting, som direkte modarbejder vores ønsker eller overskrider vores grænser. Hvis vi gerne vil have succes, er det super vigtigt at kunne stoppe Fiasko. Det er vigtigt, at vi tydeligt kan afvise det, vi ikke ønsker os, stoppe op og undvige faldgruber og unødvendige risici. Hvis ”noget” er ved at køre ud over kanten, er det af vital betydning, om vi evner at bremse op. Nogle gange skal vi begå fejl for at blive klogere, men det er ikke smart at blive ved med at begå de samme fejl af den simple årsag, at vi ikke kan finde ud af at sige fra og afvise de ”rigtige” ting. At sige fra er en balanceakt. Nogle mennesker er så ”gode” til det, at de ikke kun afviser det, der sker her og nu, men også får afvist relationerne, mulighederne og intentionerne. Vi møder også mennesker som siger fra, eller fortæller andre en ”sandhed” eller to, for så at hænge egen adfærd op på, at ”jeg er jo bare ærlig”. Det kan godt være, du er ærlig, men du opfører dig som en idiot, og du høster frugterne heraf.

Der findes både sælgere, ledere, forældre og ægtefæller, der er så ”dygtige” til at sige fra, at de dræber enhver form for initiativ og fri udvikling. At afvise handler ikke om at tage kontrol, men langt mere om at sætte en ramme og en retning, som sikkert bringer os frem til målet, hvad det så end er. At tro at afvisning er lig med aggression, er lidt ligesom at bekæmpe ukrudt med gift. Det udrydder ukrudtet, men det dræber også frugttræer, roserne og giver vores unger ondt i maven, hvis de tygger på græsset bagefter. Den effektive kommunikator kan sige fra med overbevisende autoritet, uden at overgøre aggressionen eller anvende trusler. Transformation 5 lærer os, hvordan vi effektivt afviser uhensigtsmæssigheder, uden af det også koster ”alt andet levende” livet.



Ord

SPROG AFVISER

Hold øje med hvad!

En afvisning er det modsatte af en invitation. Når det er sagt, er det forunderlige med en afvisning, at den ofte i sidste ende også er en invitation; til at komme videre; til at afslutte; til at stoppe op; til at søge væk; til at søge indad osv. Men at afvise er lige så vigtigt som at invitere, hvis vores målsætning er et gennembrud. Gennembruddets mester behersker begge retninger kommunikativt og formår at levere en solid balance, som i sidste ende skaber succesen. Ganske som vi inviterede det ønskede eller ikke-ønskede, kan vi afvise nøjagtigt det samme.

Afvisning:

- Af det, vi ønsker os
- Af det, vi ikke ønsker os

Det betyder i praksis, at den måde, vi kommunikerer på, kan komme til at forhindre os i at få det, vi gerne vil have. "Teknikken" er egentlig simpel nok, og jeg ser denne teknik udøvet otte ud af ti steder, jeg kommer. Om det er på virksomheds- eller individuelt niveau gør ikke den store forskel, tendensen er klar. Denne teknik er klart Fiaskos gebet, og han er en snu specialist, som med en meget veludviklet og avanceret teknik forfører os til at tro, at vi gør det vigtige ved at følge hans strategi. Jeg har hørt hundredvis af mennesker påstå, at de klart har kommunikeret deres ønsker, imens de insisterer på, at det er DE ANDRE, der ikke forstår noget. Virkeligheden er, at de er "ofre" for Fiaskos gennemtænkte strategi. De ender med at kommunikere paradokser, som kommunikerer to ting samtidig, og de ligger lige præcis, som de har redt, ved at gøre dette.

Essensen af princippet, der afviser alt det, vi ønsker os, bliver pakket ind i alt muligt. Det kan være

begreber som flinkeskolen, "jeg vil ikke såre andre" og "jeg er usikker". Men uanset hvad princippet bliver pakket ind i, uanset hvor gode, vores argumenter er, eller hvor sørgelig en historie, vi kan levere, laver det ikke om på, at loven for afvisning virker som loven for afvisning nu engang gør. I praksis kommer disse historier ud som fortællingen om, at sidst jeg forsøgte at tale med min chef om "det", blev han sur. Vi siger, at vi opgiver at tale fornuft med vores børn af den simple årsag, at de er teenagere. Måske ser vi os selv som ofre for branchens tendens eller for den pågældende kultur, som vi lever i. Mangt og meget er sagt, men intet af det bringer os længere fra "sandheden" end alle disse historier og myter.

Så hvad er det, vi gør, når vi afviser det, vi ønsker os? Vi siger, hvad vi gerne vil have, men vi pakker det ind i 'indirektehed'. "Hvis nu du synes, og du ikke har noget imod det, og det vel at mærke passer ind i din kalender, og jeg vil jo heller ikke dominere dig, eller fortælle dig, hvad du skal gøre, og jeg ved jo heller ikke, om du kan lide kaffe, og måske du allerede har fået nok, og du må heller ikke tro, at der er mere i det end det, men jeg har i hvert tilfælde tænkt over, at jeg gerne vil det, hvis du vil altså. Denne uge er måske lidt for tæt på? Men det kan jo være, det passer dig – men skal vi måske tage en kop kaffe ... Eller te ... eller noget andet, hvis det er!" Det er måske et lidt tykt eksempel, men pointen er tydelig. Vi pakker vores ønsker ind og tror, at vi tydeligt har udtrykt dem. Du har måske igen og igen indikeret, at du gerne vil have en forfremmelse, men du har ikke udtrykt, at du virkelig mener det. Måske forføres vi til at tænke, at andre da kan regne ud, hvad vi mener, at hvis vi sagde a, er det da klart for alle, at så kommer b også. Men det er IKKE klart for alle – beviset er, at du IKKE får det, du ønsker dig. Vi pakker ord, energi og indsats ind i uforståelighed og erklærer, vi gerne vil forstås? Det er vigtigt at afvikle indirekte kommunikation som del af vores



strategi til gennembrud. Selvfølgelig kan andre mennesker være tykpannede, men langt de fleste uklarerheder beror på indirekte kommunikation.

Folk med forkærlighed for massiv overdrivelse bliver hurtigt kommanderende og krævende, og dem gider vinderne altså heller ikke være sammen med. Det er som sagt en balance at afvise, og at kræve, hvad du vil have, er ikke måden at undgå misforståelser på. Hvis forskellen for dig ikke er tydelig, er der risiko for, at du er en af dem, der kræver ting. Etabler dit mod, gå ud og få konstruktiv feedback, og byg en ny strategi. Bevægelsen i at afvise det, vi ønsker os, er altså, at vi udtrykker vores ønsker, men pakker dem ind i papir med "indirekthed" på, og det er IKKE en effektiv kommunikationsstrategi, når vi er ved at designe vores gennembrud.

Sælgere, der taler sig ind i et salg og ud af det igen, ledere, der igen og igen må udtrykke deres ønsker, og ægtepar, som ikke giver hinanden det, de ønsker sig, er ofte konsekvensen af indirekte kommunikation. Det er IKKE de andre, der skal forstå os, de skal forstå sig selv. Det er vores opgave at få kunden til at forstå os, medarbejderne til at gøre det, vi siger, og manden til at forstå dit inderste ønske. At satse på tankelæsning er en useriøs strategi, og ingen af os, der kommunikerer indirekte, kan forvente at få det, vi ønsker os. Vi skal lære at pakke vores ønsker ud og iværksætte transformation 4 effektivt. For at opdage vores egne indirektheder, om det er for en virksomhed, en salgsafdeling eller "bare" i vores eget liv, er den personlige udpakning endnu engang vital. Ofte, når vi hører noget nyt, vil vi implementere det med det samme, men kender vi ikke tingenes tilstand godt nok, er en indsats på området et ressourcespild, der aldrig nogensinde kan retfærdiggøres. Det er til gengæld en stor trøst at vide, hvor simpelt det i virkeligheden er at finde ud af, hvor vi pakker ønsker og ydelser ind i øv-papir; når vi forklarer andres reaktion frem for at forstå vores egen

kommunikation. Hvis kunden siger nej, er det til mig, ikke til produktet. Hvis lederen ikke kan bruge mig, er det ikke, fordi han er dum, men fordi han ikke kan bruge mig. Hvis min kone skrider, skrider hun fra mig, og ikke hendes egne spøgelse. Vi har alle mulighed for storhed – vi kan alle skabe succes og gennembrud. Men har vi en kommunikationstendens til at invitere det, vi IKKE ønsker os, og samtidig afvise vores højeste ønsker, er vi en manifestation af fiasko-tankegangens strategi. I det gamle udviklingsparadigme lærte vi at distancere os fra tingene. Når nogle afviste os, var det ikke os, men vores produkt, de afviste. Der er investeret oceaner af tid på at analysere, at det er "DERES" tab, at de ikke valgte mig/os. Det er ikke sandt!

Hvis dem, der kan være med til at skabe vores gennembrud, afviser os, er det ikke deres problem, men vores eget. Det er IKKE deres udvikling, der stopper, det er vores. Fremtidens markeder og omstændigheder kræver, at vi løfter vores personlige kompetencer op på et niveau, hvor vi kan skelne imellem vores egne kompetencer og vores "sjæl". Når en kunde afviser vores ydelser eller produkter, er det vores evne til at skabe tillid, indpakning, præsentere og manifestere kundens fordel for ham, som han afviser. Og det er mig – mine kompetencer – der afvises. Uanset hvor lam han er, er han lige nu min bedste ven, for han kan være med til at øge og gøde mine kompetencer. Er strategien at undgå nederlaget og pakke vores ønsker ind i alle mulige indirektheder, vil resultatet højst sandsynligt være fiasko! Når vi sætter et mål op, er det vigtigt samtidig at udrydde indirekte kommunikation herom. Det kan godt være, at vi ikke skal skrike vores målsætning ud til hele verden, men dem der skal være med til at gøre målet virkeligt, skal på ingen måde være i tvivl om, hvad målsætningen er. At være indirekte afviser det, vi ønsker os, og selvom du er blevet forelsket i denne strategi, vil den aldrig bringe noget konstruktivt med sig.



STOP-KNAPPEN VIRKER Afvis det, vi ikke ønsker

Evnen til at kunne sige STOP kan sammenlignes med evnen til at holde vejret, hvis vi har hovedet under vand. Det er en vigtig evne! På samme måde kan det sammenlignes med at gå i fitnesscenter. Motion er sundt for hjertet, men alle maskinerne, som kan øge din kondition, har også en stor fed stopknap. Det er ikke ofte, vi får brug for stopknappen, men når vi gør, er det meget vigtigt, den virker, og er opdateret med den nyeste teknologi. At afvise det, vi ikke ønsker os, er en teknologi, som på samme måde kræver løbende opdatering. Måden, vi afviser ting, vi ikke ønsker os, er ved at råbe stop, og stoppe egne forklaringer samtidig. Igen vil jeg minde om, at dette er et spørgsmål om balance. Hvis du har en medarbejder, som køber 1000 kuglepenne i stedet for 100, er det i overkant at skribe stop ind i hovedet på ham, snurre rundt på hælen og gå væk uden nogen som helst form for forklaring. At afvise det, vi ikke ønsker os, kræver det rette tankesæt og en omhyggelig strategi. Det er ikke nok bare at lade følelserne råde, gå i overdrive og reagere på stedet. Dette er typisk en tilstand som både ledere, sælgere og forældre lider af. Vi lader os irritere over noget, og så får vi ellers sagt stop. Men der er ingen plan, ingen eftertanke eller strategi.

At sige stop er mest effektivt, hvis det gøres direkte, effektivt og sjældent. Et rigtig godt eksempel kan være i forhold til børneopdragelse. En dag ser jeg lille Maria løbe ud mod vejen, og hun løber stærkt. Jeg har ikke set, om der kommer biler, men jeg fornemmer lyden af en hurtigkørende lastbil lidt længere væk. Hele min krop fortæller mig, at der lige nu er fare for, at der er ved at ske noget frygteligt, og det går op for mig, at jeg ikke kan nå at stoppe hende fysisk. Hvad gør jeg; jeg råber STOP af mine lungers fulde kraft. Nu er der to muligheder.

- Hun stopper
- Hun stopper ikke

Min kommunikation indtil denne dag kommer til at afgøre, hvad Maria gør. Er hun vant til at høre mig råbe ad hende, løber hun videre. Mit hysteriske stemmeleje er hun så vant til, at effekten er forsvundet. Er hun IKKE vant til at høre mig råbe, ved hun instinktivt, at der er noget galt, og hun stopper. Hvis ikke jeg har en klar strategi for, hvordan jeg kommunikerer med mine børn, går det måske nok, når det er business as usual. Men så snart, der sker noget uventet, betaler jeg prisen. Dette princip gør sig gældende alle steder. I salgsojemed er det en kendt teknik i det gamle paradigme, at "man stiller kunden stolen for døren", men er denne teknik en fast bestanddel af mit daglige menukort, har teknikken ingen effekt. Lederen, der truer hvert kvartal, når tallene ikke er nået – historien er den samme. "En sjælden gang imellem" er et vigtigt element i en effektivt STOP-strategi. Har jeg en klar plan, der sikrer, at jeg kommunikerer så meget som overhovedet muligt på en stille og rolig måde med mine børn, er "mine lungers fulde kraft" det eneste, der skal til, hvis jeg en dag får brug for at stoppe dem. På samme måde er langt de fleste kommunikationsstrategier i virkeligheden bygget op omkring at undgå, at ulykken indtræffer. At vi ikke drukner i mængden, bliver overhalet af konkurrenterne, at vi ikke overser risikoen, at pressen ikke hænger os ud, eller at julesalget ikke går galt. Vi siger, at "man" skal skille sig ud på sit marked, men når vi skriver på vores hjemmesider, brochurer eller i avisen ender det op med, at vi forsøger ikke at komme bagefter konkurrenterne. Traditionel virksomhedsrådgivning starter nærmest med, at vi udvælger vores "vigtigste" konkurrenter. Vi forsøger at skille os ud i forhold til de andre, i stedet for at skinne lysende klart. Virksomheder, dating-profiler, konsulenter og fodboldklubber forsøger at skille sig ud ved at følge tidens tendenser. Vi frygter konkurrenternes tiltag

og skynder os at svare igen. I bund og grund kommer vi til at aktivere stop-effekten både internt og eksternt. Sælgere går igen og igen i fælden, hvor de svarer på kundens spørgsmål om, hvad der gør dig/ jer anderledes end alle konkurrenterne. Det er kunden, der indhenter tre tilbud til samme opgave, og hvis vores produkter holder, vores ydelser virker, og vi holder hårdt fokus på at gøre vores bedste, er det kunden, der kender forskellen på os og de andre bedst. Det er vigtigt at lære at stoppe denne form for samtaler, og ikke at gå ind i at forklare forskellen på "os og de andre" er et virkningsfyldt værktøj. Der tales overdrevet meget om, at de fleste markeder er fokuseret på pris. Det er ikke rigtigt. Det handler i bund og grund om, at folk gerne vil holde deres dyre vaner i gang, som de i virkeligheden ikke har råd til, og de vil gerne have os til at betale for dem – selvfølgelig. Er det virkelig det, vi vil? Forestil dig at sidde på en date, og modparten spørger dig, hvorfor skal jeg knalde med dig frem for alle de andre mænd i rummet her? Måske kan eksemplet virke flabet, men at rykke tingene ind i en helt anden kontekst kan være en effektiv øjenåbner. Når vi ikke har en klar plan for vores kommunikation, kommer vi ofte til at advokere for, at andre udfører deres opgaver nøjagtigt, som vi selv ville gøre det. Det mest effektive er at skabe helt klare tankesæt for, hvor det er, vi skal hen, finde folk, vi tror på kan løfte opgaven, og kun stoppe dem, når de reelt er ved "at løbe ud foran en bil".

STOP DET, DU IKKE ØNSKER Sandheden om "vil ikke"

Det er vigtigt at skelne mellem, hvad vores følelser umiddelbart ikke vil, og hvad vi ikke vil, fordi det modarbejder vores ønsker. Ofte bliver målsætningen om rigdom domineret af frygten for at fejle. Vi vælger ikke at ringe kanvas, fordi vi ikke kan lide feltet eller frygter afvisningen. Men det modarbejder vores ønske om økonomisk overflod, at blive månedens sælger eller noget helt andet. Vi lever i selvregulerings tidsalder, og på flere områder er det en forhindring for Succes. Så længe vi lader os selv overtale til at følge de umiddelbare følelser, kan Succes ikke få fodfæste, og han kan kun se passivt til, imens Fiasko triumferende overtager vores ord og sprog.

Hvis vi arbejder os igennem vores tankesæt, de tre første transformationer og bygger vores grønne, gule og røde zoner for så at overlade kommunikationen herom til tilfældigheder og gamle vaner, er resultat helt sikkert: fiasko! Det skal stå helt klart, at når vi har bygget et helt nyt Mindset A/S, kan vores tidligere kommunikationsstrategier ikke løfte opgaven længere. Det er nu, vi begynder at vise vores sande karakter. Er vi den, der hele tiden tænker store tanker om vores fremtid og egne talenter, for bagefter at sidde med små våde øjne og fortælle os selv og "hele verden" hvor svært det er at holde op med at ryge, æde chokolade eller spare penge op? Fiaskos førerhund, som hedder "overdrevet selvregulering" bjæffer: "vi venter til i morgen!", og dovenskaben skubber "den rette indsats" om bagerst i køen. Hvis vi gerne vil gøre noget stort, skal vi stoppe med at kommunikere noget småt! Hvis vi gerne vil være rige, skal vi stoppe med at kommunikere fattigt! Hvis vi gerne vil fremmes, skal vi stoppe med at kommunikere begrænsninger. Hvis vi gerne vil elskes, skal vi stoppe med at kommuni-



Ord

kere had! Det er vigtigt, at vi husker grundprincippet for ord: "sprog skaber virkelighed", og som vi lærte under tanken, er vores egen psyke og omverdenen ligeglad med, om vi udtrykket det, vi vil eller ikke vil. Vores udtryk skaber fokus, og for at skabe et kraftfuldt fokus er der nogle ting, vi skal stoppe med at gøre.

Når vi har drømme om noget, vi gerne vil, er det naturligt, at der er noget andet, vi ikke vil. Vil vi være rige, vil vi ikke være fattige. Vores mentale fokus på enten det ene eller det andet afgør, om vi inviterer Succes eller Fiasko inden for døren. Det handler ikke om at gå ud i verden og sige stop til Fiasko. Det handler om at rydde op i vores kommunikation, så den hverken på den ene eller anden måde får skabt plads til Fiasko, men derimod understøtter og nærer Succes. Fejl er ikke kun Fiaskos værk, men forsøger vi at stoppe fejl ved vores kommunikation, er vi allerede gået i fældnen. Det, der skal stoppes, er tale om fejl som fejl. Fejl er vores læremester, når Succes har vundet magten i Mindset A/S, så hvorfor tale om fejl? Som vi lærte i transformation 3, handler det om at fokusere på det konstruktive. Det der virker, det der løfter, det der transformerer og bringer os videre. Det, der skal stoppes, er snak om alt det andet: Fejlene, fortrydelser, skuffelser og begrænsninger. Nogle forfalder til at fortolke dette som en naiv og fornægtende filosofi. En, der ikke tager højde for risikoen ved at træde ind i et marked eller have et stort lager, lade konen være ude efter kl. 23:30 og glemme at straffe børnene, når de begår dumheder. Jeg taler ikke for fornægtelse eller troen på, at hvis jeg bare ikke ser på hullet i vejen, så er det garanti for, at jeg ikke kører ned i det. Men hvor der er et hul, er der også en vej, og argumentet her er, at når vi har konstateret, at hullet er der, så italesætter vi vejen rundt om eller uden om det. Vi stopper al snak om risikoen for, at nu når vi kører forbi hullet, kan det være vi falder ned i det. STOP!

Når vi har en destination, vi vil ramme, skal vi tage sværdet frem og hugge al snak om det, vi ikke ønsker os, ned. Salget øger ikke sig selv, mens vi italesætter, hvor dårligt markedet er. STOP!

Uanset hvor meget vi forklarer, hvorfor markedet er dårligt, kommer det ikke til at ændre noget som helst ved markedet. STOP!

Til gengæld fastholder denne snak os i et bestemt tankesæt, også efter markedet reelt har bevæget sig, og andre er kommet videre sammen med vores kunder. STOP!

Det handler ikke om, hvorvidt vi er positive eller negative. Det handler om, at sprog skaber virkelighed, og vi skal stoppe snakken om alt det, vi ikke ønsker os. Når andre begynder at tale om ting, som modarbejder vores målsætning, skal vi stoppe vores egen deltagelse heri. Vi skal turde lukke munden nu og åbne ørene for snak, der bringer os tættere på vores destination.

BRUG AFVISNINGER EFFEKTIVT

Eksempler på Succes- og Fiaskoafvisninger

Indirekte tale afviser det, vi ønsker os. Essensen er, at vi faktisk forsøger at udtrykke vores ønsker, men vi pakker dem ind. Når vi pakker vores ønsker ind, er det en direkte konsekvens af, at Fiasko har vundet magten i vores Mindset A/S. Han har overbevist os om, at "vi bare ikke vil såre andre", at "folk da må kunne forstå, hvad vi mener", og "hvis ikke de forstår mig, er det bare ærgerligt for dem". Budskaberne er vores, ønskerne er vores. Det er ikke ærgerligt eller synd for andre end os selv, for vi når simpelt hen ikke frem. Her er en række eksempler på, hvordan det ofte lyder:

- **Jeg ville ønske, andre gad lytte til mig!**

De fleste mennesker gider godt lytte, hvis dit budskab interesserer dem. Så skal vi skære helt ind til kernen, er årsagen til at andre ikke lytter, at de ikke oplever, at vores budskab er interessant. Årsagerne kan være mange, og hvis det handler om at identificere en målgruppe, kan det jo være fint at få afklaret, at folk ikke er en del af målgruppen. Men står jeg i en situation, hvor jeg gerne vil have bestemte kolleger, ledere, medarbejdere, familiemedlemmer osv. til at lytte, handler det om at pakke budskabet ud. Indirekte opdages ofte på, at vi har forventninger om, at folk ved, hvad vi mener, eller vi tager for givet, at vi her også godt ved alt det, der ikke blev sagt.

- **Min chef er fuldstændig ligeglad med mig.**

Måske! Der findes en lille procentdel i enhver befolkning, som er udfordret på empati og indføling, og du kan være fanget i dette net. Men tit og ofte er vi fanget af vores egen indirektehed, og chefen fatter ikke, hvad det i virkeligheden er, vi vil ham. Ligesom alle andre har han super travlt, og helt instinktivt kommer uklar tale nederst i hans prioriteringsbunke. Det er vores job at komme højere op i bunken. Ja, hvis bare verden var anderledes osv, men det er den ikke. Opgaven er at finde ud af, hvad han har brug for, at du siger, før han forstår budskabet.

- **Det var ikke det, jeg mente.**

Det er også fint nok. Vi kommer alle til at udtrykke noget andet, end vi mener, men alt for ofte lader vi som om, at vi kommunikerer tydeligt, og at det er de andre, der misforstår, eller at det ene eller andet ord betyder det samme for os. Når folk ikke forstår, hvad vi mener, er det op på hesten igen. Det hjælper ikke at fortælle, hvad vi ikke mente, og pakke det ind i alle mulige forklaringer, som ender op med at gøre vores budskab indirekte. Vi må konstant øve os i at sige, hvad vi mener og ikke pakke os selv ind for at kunne fornægte egne verbale fejltagelser. Få dem ud i det åbne, så Succes kan lære af dem og få budskabet igennem næste eller næste gang igen.



Ord

- **Jeg ville ønske, det var anderledes.**

Det bliver ikke mere indirekte. En situation er, som den er, og ofte bliver vores undskyldning for vores passive kommunikation en forklaring om, at vi har et ønske om noget andet. Hvis ting vitterligt ikke kan laves om, er det et overdrevet tidsspild at fantasere herom, lad det ligge. Kan det laves om, så kom i gang. Ofte er vores situation lige præcis, som vi har designet den, og arkitekten er vores indirekthed. Vi taler om ønsket for slankekur, og hvor hård den er samtidig. Vi taler om alle de penge, vi ønsker os, samtidig med at vi savner mere ferie. Vi brokker os over chefen, samtidig med at vi argumenterer for at blive. Det er fint med ønsker, men vi må kommunikere behårdt på at få dem til at blive til realiteter.

Når vi lærer at stoppe ting, vi ikke ønsker, skaber vi plads til alt det, vi ønsker os. Det er lidt ligesom med tid. Hvis jeg er booket, er det svært at sige ja til noget andet. Det samme med et parforhold. Vi ønsker at finde den eneste ene, men vores liv er fuldt op af et "hygge"-forhold. Der er ikke noget i vejen med det som sådan, men hvis vi ønsker os noget andet, er det vigtigt, at vi formår at sige stop/ fra.

- **Jeg stopper med at ryge nu!**

Det ultimative i denne udtalelse er rimelig tydelig. Der er ingen bagdøre og ingen forklaringer.

- **Jeg løber ikke med sladder!**

Set fra den sladder-interesserendes vinkel er vi lige blevet voldsomt uinteressante. Vi har gjort os alene sammen med dem, men alle, som ønsker åben, oprigtig og kraftfuld samtale synes omvendt, vi er rimelig interessante.

- **Jeg tillader ikke nederlag!**

Når vi har et mål og tør rydde ud i taber/ fejl-snakken, styrker vi vores fokus. Det er ikke en garanti for Succes, men det er en rigtig god start. Hvis ikke vi tillader nederlag med ord, er vi i virkeligheden i gang med at kultivere vores følelser. Når vi møder et nederlag, omdanner følelserne det til indlæring, og følelsen af at være en vinder består. Og mon ikke det hjælper lidt på sagerne. Samtidig får vi effektivt ryddet ud i jantelovens disciple. God vind til dem og klar retning for dig!

- **Jeg smutter ikke før tid!**

En af de største fejl, vi begår på vejen til gennembrud er, at vi giver op. Når vores børn skal lære at gå, hvornår siger vi så til dem, at nu er det vist tid til at give op og acceptere, at du skal kravle resten af livet? Det gør vi ikke – det er en absurd tanke. Hvorfor er det ikke lige så absurd at ønske sig mere salg, succes, lykke, rigdom, drømmejobbet, kærligheden osv. og at give op undervejs? Hvis der er noget, du ønsker dig inderligt – så bliv ved. Smut ikke før tid!



Håb er fremtidens succes-produkt

I krisetider bliver situationens kerne tydelig. Der er ikke længere glamour og "fake it till you make it"-papir, som kan skjule realiteterne. Fremtiden lige nu er usikker – det er den jo egentlig altid, men som sagt er krisetider der, hvor kernen bliver klar. Mange er bange og pressede, og det er med god grund. Men hvis vi forfalder til at hyle med den onde ulv, vil vi blive opslugt af Fiaskos hemmelige plan.

En ting, som alle virksomheder bør fokusere på, er håb. Kan du præsentere håb for dine kunder, vil de belønne dig i tusindfold. Håb er fremtidens mest dyrebare produkt, og dem, der lader sig overtale af håbløshed, vil måske nok skabe kortsigtede

resultater, men ikke vedvarende gennembrud. Dette er også en af den gennembrudende krafts kernekvaliteter: når vi først har skabt et gennembrud, går det aldrig væk igen. Ting, penge og forhold slutter, men de dynamikker, vi lærer ved at synkronisere vores tanker, ord, følelser og handlinger, kan ikke forsvinde igen. Vi lærer dem via gentagelse, og gentagelse er vanernes følgesvend. Konstruktiv og håb kan blive en vane – destruktiv og håbløshed kan blive en vane.

Fremtidens vindervirksomhed er den, der brander håb internt og lader sine produkter pakke ind i dette håb!



Ord



LUK VÆKSTFASE 2

Konklusion på ord



I dette kapitel får du

HAD OG KÆRLIGHED I SAMME SÆTNING
Brug de 2 kommunikative bevægelser

POWERKOMMUNIKATION
Fem guidelines til implementering

Der er to bevægelser i kommunikation. Transformation 4 iværksætter den ene, og transformation 5 iværksætter den anden:

- Invitation (transformation 4)
- Afvisning (transformation 5)

Måden, vi aktiverer de to retninger på er:

- Ved at sige "noget" højt (invitere)
- Indirekte tale og STOP (afvise)

Vi kan invitere to ting:

- Det, vi ønsker os
- Og det, vi ikke ønsker os

Vejledningen til invitationer er, at vi taler HØJT om det, vi ønsker os og undgår at tale HØJT om de ting, vi ikke ønsker os. Det er en klassisk faldgrube, at vi sætter os målet om økonomisk frihed for i næste øjeblik at tale om, at vi håber, vi IKKE går bankerot. Tal om at du ønsker økonomisk frihed. Ikke om, hvad du IKKE ønsker dig vedrørende penge.

Vi kan ligeledes afvise to ting:

- Det, vi ønsker os
- Og det, vi ikke ønsker os

Indirekte tale afviser vores ønsker. Vi taler om det, vi gerne vil have, men vi pakker det ind i alt muligt. Forklaringer, undskyldninger, begrundelser, argumenter osv. Det sker igen og igen, at en leder insinuerer sine ønsker, at sælgeren indikerer fordelene ved sit produkt og skolelæreren formoder, eleverne har forstået. Indirekte kommunikation afviser vores ønsker.

Der opstår situationer, tale, stemninger og muligheder, som modarbejder vores ønsker og målsætninger. Der er et super godt tilbud i Bilka-avisen, men min målsætning er at bruge færre penge, så denne impuls skal stoppes. Vi beslutter os for, at vi skal tage næste step på jobbet, men vores kolleger bitcher stadig i krogene – det skal stoppes for vores eget vedkommende. Lederen vil øge omsætningen med 10 millioner, men kommer til at tale om alt det, vi ikke har nået endnu – det skal stoppes. Teknikken er enkel, konfronterende og effektiv. Der siges fra uden forklaringer.

- Jeg vil ikke være med til at sladre om andre (sig ikke mere)!
- Jeg jagter ikke længere Bilka-tilbud (sig ikke mere)!
- Jeg springer ikke mere over, hvor gæret er lavest (sig ikke mere)!

At sige fra er for langt de fleste mennesker konfronterende, og det er derfor, vi forsøger at undgå det. At sige fra skiller fårene fra bukkene, og siger vi fra over for f.eks. sladder i en gruppe, hvor sladder er en accepteret og brugt form, er resultatet ofte, at den, der siger fra, bliver "udstødt" af flokken. Heldigvis for det, det er hele pointen, at vi får sorteret Fiaskobærerne fra, hvad enten de er indre eller ydre. Vi ønsker ikke at nære dem længere. Det fascinerende er dog, at mennesker, som også ønsker at avancere, blive rige, sælge bedre, lede mere optimalt, får øje på dig og sjovt nok ønsker at teame op med dig. Vi skal lære at holde ud, når tiden er til, at

vi går fra det "gamle" til det "nye". Det er her, mange resignerer og vælger at blive i de Fiasko-domineerede fællesskaber eller tanksæt, simpelthen fordi vi ikke tåler den midlertidige "ensomhed". Succes skal nok tage over, når vi tør luge Fiasko ud. Processen i at håndtere dette følelsesmæssigt indgår som et vigtigt element i transformation 6 og 7.



Ord

HAD OG KÆRLIGHED I SAMME SÆTNING Brug de 2 kommunikative bevægelser

Kraften i transformation 4 og 5 ligger i, at vi kombinerer dem. At vi inviterer og afviser samtidig. Det vil mange måske i første omgang argumentere imod, men lad os lige kigge lidt nærmere på det. Et rigtig godt eksempel er børneopdragelse. Hvor ofte kommer vi ikke til, når vores børn gør noget dumt, at sige noget halv surt og kort for hovedet: ”stop det der – har jeg ikke sagt det til dig?” Det sker hver dag, og hvad afviser vi, og hvad inviterer vi? Vi inviterer til forvirring: ”Kan min far ikke lide mig? Må jeg ikke se Disney sjov nu? Hvad gjorde jeg forkert?” Samtidig afviser vi følelsen af ligeværd, kærlighed, accept og samhørighed, og for langt de fleste forældre vil det være sådan, at vi lige har:

- Inviteret det, vi ikke ønsker os
- Afvist det, vi ønsker os

Bruger vi omvendt teknikken noget mere bevidst og organiseret, vil vi kunne drage stor fordel heraf. ”Maria, jeg elsker dig og er vild med, at du er min datter, og det, du har gang i lige nu, stopper du!

- Der er inviteret til kærlighed
- Og en uhensigtsmæssig adfærd er afvist

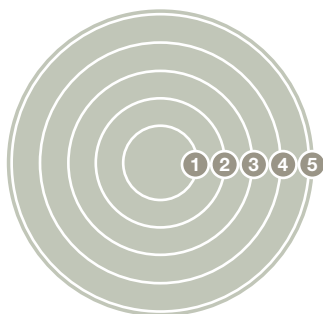
Denne kombination er tænkt, men indkapsler tydeligt pointen. Jo mere akavet det virker at skulle kommunikere sådan, jo mindre er vi trænet til det, og jo mere har vi brug for at lære det. Hvis Fiasko vinder her, vil han fryse kynisk og irriteret over denne opstillede og urealistiske måde at kommunikere på, og han vil fortælle os, at det ikke nytter noget, og at den virkelige verden ikke virker sådan. Sådan noget management-selvhjælps-pis kan sgu da ikke virke i virkeligheden, tænker han og trykker instinktivt på

hjernens standby-knap og forsætter, som han altid har gjort. Hvis Succes vinder, er han afklaret med, at hans 16-18 bevidste bit det næste stykke tid vil arbejde på overload. Han er fast besluttet – uanset hvor akavet det her vil føles i starten, så er det vejen frem for ham. Jeg dræber ikke alt levende i haven med gift, fordi der er mælkebøtter i græsplænen. Jeg yder den påkrævede indsats, trækker alt det dårlige op ved roden og får derved en smuk og sund have.

Det handler altså om at få kærlighed og had i samme sætning.

- Jeg vil rigtig gerne tale med dig, for jeg synes, du er super sød, men jeg sladrer ikke om andre, så lad os lave noget andet!
- Jeg vil skabe økonomisk overflod, så min familie kan føle sig tryk og have overskud, og jeg jagter ikke tilbud i Bilka-avisen.
- Jeg vil videre i min karriere, for det er tid til næste step for mig, og jeg forfalder ikke til at springe over hvor gærdet er lavest.

Der er power i blot at sige, hvad vi ønsker os. Men som vi lærte i rød zone, er en del af at være menneske, at vi bliver afhængige af vores vaner – også de dårlige! Når en vane er dårlig, er det vigtigt, at den stoppes, og dette gøres ikke uden en ”afvæning”. Hvis jeg beslutter, at det er tid til at tabe mig, men ikke også ser på, hvad jeg så skal undlade at have i min diæt, er resultatet ofte, at Fiasko får lov til at sætte dagsordenen.



Powerkommunikation – Dialog skaber gennembrud

1. Bliv et med dit budskab
2. 1+1 =
3. Hvad er bevidst og ubevidst?
4. Sprog skaber virkelighed
5. Det, du gør, er dit sande budskab

POWERKOMMUNIKATION

Fem guidelines til implementering

For at implementere hele vækstfase 2's principper er det følgende værktøj en effektiv udviklingsplatform. Vi har allerede afklaret vores tankesæt og sat en klar retning. De 3 zoner har styrket vores fokus, og det er nu tid til at støtte dette op med effektiv gennemslagskraft. Værktøjet her skal bruges som et fordybelses- og præcisionskompass, som guider os igennem udfordringer og vigtige "samtaler".

Start med at iagttage dit eget sprog vedrørende dit mål. Er det økonomisk frihed, er det vigtigt at lede efter, hvor du i dit sprog:

- Inviterer til rigdom
- Inviterer til fattigdom

Og hvor du:

- Afviser rigdom
- Afviser destruktiv tanke og tale om penge



Ord

• Bliv et med dit budskab.

- Forberedelse er nøglen til gennemslagskraft. Og forberedelse er både kort- og langsigtet.
 - Den kortsigtede er at forberede den konkrete her og nu-kommunikation og/eller opgave.
 - Den langsigtede er at fordybe sig i sit emne, så vi i sidste ende kan "improvisere" når som helst og hvor som helst.
- At blive et med sit budskab betyder, at det er en del af vores tankesæt, at vi er så trygge ved det, at det ikke kræver den store energi at beskæftige sig med emnet.
- Vi bruger gentagelse til at skabe en vane, der understøtter vores målsætning, og skaber derved grobund for vores gennembrud.
- Vi manifesterer Business Unusual ved at være så forberedte, at vi er blandt dem, der tilbyder noget helt andet. Det folk normalt ikke forstår, forstår de med os.

• 1+1 =

- De fleste af os ved godt, at $1+1 = 2$, men sådan er det ikke alligevel nødvendigvis altid.
 - Er jeg farvehandler og tænker i farver, så er mit udgangspunkt, at rød + blå = lilla, og det er da =1
 - Er jeg jordemoder og tænker familieførøgelser, er min konklusion at $M + K = \text{barn}$ og det er da = 3
 - Er jeg revisor ved jeg, at vi skal huske momsen, og så bliver $1+1 = 2,25$
- Punkt nummer 2 minder os om at undersøge modtagerens matematik og tage udgangspunkt i den, når vi leverer vores eget budskab.

• Hvad er bevidst og ubevidst?

- Alt for ofte antager vi, at modtageren er bevidst om de samme ting som os. Vi kan sagtens tale samme sprog, men ikke have samme bevidsthed. Revisoren og virksomhedsejeren taler samme sprog, men ejeren er ikke opmærksom på momsen – han er ubevidst og meget kan "gå galt" af denne årsag.
- Samme matematik er altså ikke garant for, at modtageren er bevidst om de vitale punkter eller udfordringer i samtalen. Det er vores job at gøre dette klart, hvis vi vil igennem med vores budskab.
- Ligeledes er det ofte risikofyldt at antage, at andre mennesker er bevidste om det samme som os, og uden at tjekke drage konsekvens af deres tale, følelser og adfærd.

• Sprog skaber virkelighed.

- Det er IKKE lige meget hvilke ord, vi bruger hvornår. Dette punkt handler om at vælge et design til vores udtryk. Nogle ord, som vi tror på, understøtter budskabet og skaber den virkelighed, vi ønsker.

• Det, du gør, er dit sande budskab.

- Uanset hvad vi vælger at kommunikere, så vil "verden" altid måle os på vores adfærd. Det er vigtigt at vælge en adfærd, vi tror på vil brande vores kommunikation og gøre den endnu tydeligere.
- Det kan være værdifuldt i denne sammenhæng at tænke over de situationer, hvor vi må sige tingene mange gange, og om vores egen adfærd er det, der underminerer budskabet.



VÆKSTFASE 3
FØLELSER



”Følelser er motoren til vores motivation. Følelserne ”bestemmer” om vi sætter os ned, eller om vi rejser os op og flytter os. Den, der forstår at benytte sig af den kraft, som ligger skjult i vores følelser, kan skabe gennembrud der, hvor alle andre fejler.”



I dette kapitel får du

DET, DU ERKENDER, KAN DU ÆNDRE
Det, du ikke erkender, styrer dig!

FØLELSERNE BLIVER VORES KOMPAS
En kær og magtfuld ven flytter ind!

2TheCore-Talk om følelser!

KOM I GANG-GUIDE
Brug kompasset konstruktivt!

Inspiration til dette kapitel

Når vi lægger hånden på en kogeplade, går der ca. 0,5 sekund, før nerverne giver os en oplevelse af smerte og en kraftig impuls til at fjerne hånden. Det samme gør sig gældende med psykologiske emotioner. Følelserne er et lynhurtigt sammenkog af alle de informationer, som vores ubevidste psyke sorterer og forsøger at gøre til et forståeligt signal, som vi kan reagere på. Mennesker køber produkter og ydelser, bliver kærestere, bliver skilt, forfremmet og bygger gennembrud baseret på, hvad vores følelser fortæller os. Vi elsker at fortælle, at vi foretager fornuftbaserede valg – specielt når det handler om business, men fornuften rækker ikke længere end til en underliggende overbevisning om, at vores handling udløser det, vi gerne vil have følelsesmæssigt. Mere i løn, mere anerkendelse, status, mere sex eller mere salg.

Følelser kan være et effektivt kompas, der hele tiden holder os på rette spor. Den, der evner at skabe succes, har ofte en evne til at lade følelserne agere dette kompas. Modsat har Fiasko-folket en tendens til at lade følelserne tage over. Følelser er styret primært af vores ubevidste vaner, og derfor er det afgørende at arbejde målrettet med disse vaner, når det handler om at kultivere vores følelsesrum til en magtfuld spindoktor, som hele tiden går vores ærinde og giver os effektiv rådgivning. Vækstfase 3 lærer dig at kultivere dine følelser, så de bliver en solid følgesvend og et effektivt kompas.



Følelser

DET, DU ERKENDER, KAN DU ÆNDRE Det, du ikke erkender, styrer dig!

Der kan siges meget om følelser, og mange ting vedrørende følelser har vi stadig overhovedet ikke styr på, hverken i naturvidenskaben eller inden for psykologien. Men der er nogle grundlæggende principper, som vi med afgørende fordel kan implementere og bruge til at skabe gennembrud med. Selvfølgelig er der følelser, som alle mennesker kender til. Der er flere fællestræk, som vi på kryds og tværs af køn, kultur og alder kan relatere til. Ud over dette er der vores individuelle følelser, som i bund og grund er konsekvensen af de tanker, vi dyrker, og den måde vi taler om dem på. Måden, vi taler til og med andre, påvirker ligeledes vores følelser. Vi kender alle det at have deltaget i sladder om en person, der ikke er til stede for bagefter at kunne konstatere, at vi selv er blevet i lidt dårligt humør af at have været en del af sladderkoret. Følelser er ikke noget, der lige pludselig kommer dumpende, og følelser er ikke selvfølgeligheder. Du har dine følelser, fordi du tænker og taler, som du gør, og det samme gælder for mig. Det er vigtigt at forstå. Sorg er sorg for alle, men hvad den betyder, hvordan den påvirker os, og hvordan den influerer vores liv, er afhængigt af, hvad vi tænker og siger i forbindelse med den.

Så når finanskrisen rammer, og vi begynder at reagere på den, er vores reaktion bygget på vores følelser, og de er bygget af vores tanker og ord. Pessimisten erklærer, at det hele går ad helvede til, fordi det siger følelserne til ham. Men de er bygget af pessimistens tankesæt og ord. Det samme gælder for optimisten. Vi kan godt lide at erklære, at det, vi føler, er virkeligheden. Nogle gange påstår

folk, at noget bliver mere pålideligt, hvis det er noget, ”man” har prøvet på egen krop. Men som med så meget andet er det ikke en garanti for nogen som helst kvalitet. Pessimisten bruger 20 års erfaring på at skabe pessimisme, og optimisten bruger 20 år på at skabe optimisme. Er det ene mere validt end det andet? Det kan vi ikke afgøre. Vi kan derimod afgøre, hvilke afgrøder vi dyrker på vores følelsesmark.

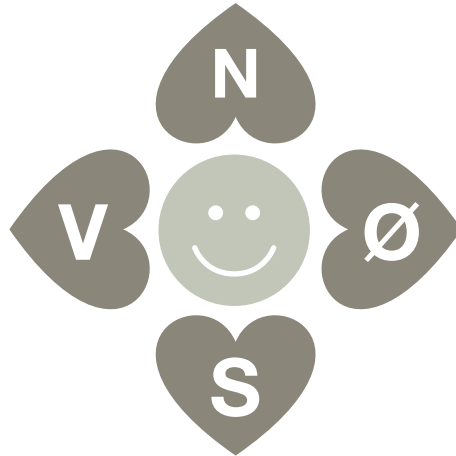
Noget af det sværeste for os mennesker er erkendelse. Det kan både være erkendelse af de gode og de dårlige ting. Essensen er, at erkendelse trækker os ud af vores vante rammer, og derfor er arbejdet med den grønne zone fra vækstfase 1 afgørende for, at vi overhovedet kan få fri adgang til vores egen selverkendelse. Erkendelse er så vigtig, fordi så længe vi ikke indrømmer over for os selv, hvordan tingene i virkeligheden er, har vi ikke en ærlig chance for at ændre noget som helst. Økonomiske problemer bliver ofte kun til problemer, fordi vi er for lang tid om at se dem i øjnene og erkende tingenes egentlige tilstand. Samarbejds-, salgs-, ægteskabs- og vækstproblemer udspringer alle af, at vi endnu ikke har erkendt tingenes tilstand og derfor endnu ikke har reageret ved at gøre noget andet. Erkendelse kommer altid i tre step, og vi skal lære at stimulere disse så effektivt som muligt:

- Vi forstår ”det” (information)
- Vi ejer ”det” (viden)
- Vi bruger ”det” (adfærd)

Disse 3 step kendetegnes ved:

1. Information: Forståelse kan sammenlignes lidt med at modtage en vedhæftet fil. Der er lidt travlt på kontoret, så jeg åbner lige hurtigt filen og læser den igennem. Jeg gemmer filen til senere gennemgang og går videre med dagens dont. Når nogen taler om emnet, som filen omhandlede, bliver jeg mindet om den information, jeg fik i filen og siger: ”Ja ja, det ved jeg godt”. Forståelse betyder, at informationen er lagret på ”harddisken”, og den tager da også plads der, men er endnu ikke en integreret del af vores repertiore.
2. Viden: Når vi ejer noget, er det fordi, vi har investeret tid i det. Forståelse giver os information om, at 2 og 2 er 4, men hvordan det rent praktisk kan anvendes, har vi ikke det store begreb om. Når vi ejer noget, har vi brugt tid, som har givet os erfaring, som er blevet en ny viden. Vi har fejlet, og vi har lykkedes, og det gør, at informationen er blevet vores egen. Vi har sat vores personlige præg på den.
3. Adfærd: Når vi bruger noget, er informationen blevet til viden og er landet i vores adfærd. Nu begynder vi at blive kreative med informationen, og dem, der gav os den, kan konstatere, at vi tænker tanker og skaber resultater, som de end ikke selv havde set mulige med deres egen information.

Erkendelsen ligger lige mellem step 2 og 3. Slippet imellem at eje og at bruge er erkendelsens væsen. Mange tror, at forståelse er erkendelse, men erkendelse kan ses på vores adfærd og ude i vores hænder, når de løser den opgave, vi har for hånden. Aha-oplevelsen er ikke erkendelse. En aha-oplevelse kan forekomme, og tre uger senere for nemmer vi selv, at vi ikke helt husker, hvad det var, vi forstod. Erkendelse kommer, når vi investerer tid i noget og forsøger at sætte den information, vi finder, i anvendelse. Derfor er den personlige udpakning voldsomt vigtig. Hvis vi analyserer en forretning, en vækstmulighed eller noget helt tredje uden at erkende vores eget følelsesliv på godt og ondt, er det op til heldet, om vi skaber gennembrud og succes. Den strategi er Fiasko vild med, for så opdager vi ham ikke engang, når han sætter tænderne i os.



FØLELSERNE BLIVER VORES KOMPAS

En kær og magtfuld ven flytter ind!

Et kompas skaber hverken kontinenter eller verdenshjørner, men er derimod et fintfølende værktøj, som uanset placering, døgnrytme og lysforhold viser retningen. Retningen som kompasset viser, er altid den samme: nord. Den trænede bruger det ved, at der er forskellige faktorer, som nogle gange kan forstyrre kompassets evne til at være helt præcist. At bruge et kompas optimalt er en kunst, som skal læres og vedligeholdes. På nøjagtig samme måde har menneskets følelser en tendens til altid at pege

i samme retning eller tage udgangspunkt i det samme, uanset køn, alder, kultur og baggrund. På de helt grundlæggende niveauer peger alle følelser i samme retning, og det betyder, at vi kan bruge de samme metoder til at afstemme og gøre vores eget følelses-kompas mere pålideligt.

Et kompas påvirkes af jordens magnetfelt, som trækker i en magnetisk nål. På samme måde er der ting, der trækker i vores følelser, og det er op til os, hvordan vi kalibrerer vores kompas. Peger nålen altid mod fiasko, eller peger den altid mod succes? Ganske som når vi rejser i den fysiske verden, kan vi ikke altid komme frem ved at tage den lige vej,



men har vi retningen og ved, hvor vi skal hen, vil vi altid i sidste ende finde målet. Følelsernes magnet-felt er vores ubevidste psyke. Der hvor 10-11 millioner bit hvert sekund bliver processet og ender op med at blive til følelsesmæssige fortolkninger, som styrer og sætter retningen for vores liv og evner. At styre vores ubevidste psyke er utopi, men at målrette, hvad vi vælger at putte ind i den bevidste del, er både muligt og effektivt. Derfor er arbejdet med både vækstfase 1 og 2 afgørende for at få skabt et følelsesmæssigt kompas, som præcist hjælper os med at holde retningen mod målet.

At skabe et følelsesliv, som understøtter og opbygger en mental og fysisk motivation, som "vibrerer" vores målsætning, er nøglen til gennembrud. Dette er kendt af mange mennesker, som allerede har skabt succes. Alt for ofte ønsker vi at høre, hvad succesfulde mennesker har gjort og så kopiere deres adfærd. Vi glemmer bare, at når David Beckham igen og igen efter træning med de andre blev på banen og øvede frispark, var han drevet af en følelsesmæssig motivation. På samme måde var det Donald Trumps følelsesmæssige kompas, der holdt fast og blev ved, da han stod på randen af bankerot, og mange andre i øvrigt mente, hans løb var kørt. Et gennembrud er altså ikke primært drevet af, at dem, der skaber det, har ekstraordinære ressourcer til rådighed. Ofte mangler de lige så mange penge til deres projekt, som alle andre gør. De har dog haft et følelsesmæssigt kompas, som trods omveje, modstand og "gode" argumenter for, at det ikke var muligt, har formået at finde pengene, mulighederne, samarbejdspartnerne eller kærligheden, der hvor langt de fleste stopper og giver op. Forskellen på en vinder og en taber er sjældent ressourcer. Forskellen er følelser, og deres oprindelse er skabt af vores tankesæt og vores invitationer og afvisninger.

Vi hører forklaringer som, at grunden til, at jeg ikke fik jobbet, er, at jeg er for ung. Grunden til, at jeg ikke solgte produktet, var, at konkurrenten havde bedre forbindelser til kunden end mig. Grunden til, at jeg ikke kom til tiden, er, at der var trafik på motorvejen. Imens vi forklarer os selv, er der et menneske derude, som har et følelsesmæssigt kompas, der hele tiden peger mod målet, og som uanset hvilke forhold, der gør sig gældende, går efter at nå frem – før os! Det kompas, der finder forklaringer på hvorfor ikke, er indstillet på Fiasko og hans planer.

Det kompas, som hele tiden leder efter vejen frem, er indstillet på Succes og styret af en universel skaberkraft, som vi alle i bund og grund kender. Det er den kraft, som har skabt lyspæren, pc'en, bilen, tegnefilm i spillefilmslængde og Facebook. Det er den kraft, som har trukket mønsterbryderen ud af sølet og løftet ham til nye højder. Det er den kraft, som får forældre til at kæmpe for deres børns liv, lang tid efter at lægerne har givet op. Det er den kraft, som får iværksætteren til at spire og manifestere den virksomhed, som alle fortæller hende er håbløs eller umulig. Det er den kraft, der får mennesker til at vælge tilgivelse frem for had. Denne kraft er så powerfuld og så logisk, at det kun er kyniske og arrogante mennesker, der påstår, at dette ikke er en reel mulighed for at skabe usædvanlige resultater – Business Unusual. Følelser er nøglen til gennembrud, og vi skal lære at bruge dem som et kompas. Følelser kan skabe alle ovennævnte eksempler, så mon ikke også det kan få os til at sælge mere, vækste vores marked og skabe styrket ledelse. Stol på mig – følelseskompasset kan slet ikke lade være, hvis vi forstår at rette det ind på målet.



Følelser

Det grundlæggende koncept omkring følelser som kompas er, at et kompas er "lige glad" med alle mulige omstændigheder, det peger bare mod nord (minus tidligere nævnte faktorer). På samme måde kan vi kultivere vores følelser til, trods alle mulige påvirkninger og udfordringer, at holde nålen rettet mod "nord" hele tiden. Alt for ofte tænker vi tanker om penge, taler om penge og har et kompas, som forbruger og ødsler penge væk. Hvor mange lægger ikke budget ud fra, hvor meget de kan bruge (43.000,- minus skat) frem for at klargøre præcist, hvad de gerne vil have, og hvad de skal gøre for at tiltrække dette. Mange er utålmodige, når det handler om at få statussymbolerne og overbelåner boligen for at få dem. Det er følelseskompasset, som bliver rykket rundt ved næsen af Fiasko. Vi vil ha' det, vi vil ha' det, men vi vil ikke skabe det. Det skal komme dumpende ind ad døren, og det skal være nu. Lederen, der vil sidde gemt på sit kontor og have motiverede medarbejdere. Sælgere, der vil sælge røven ud af bukserne, imens de er til formiddagspremiere på den nye Sex & the City-film, eller mennesker der vil leve passionerede liv, alt imens de gør, som de plejer.

Grundlæggende handler helstøbt succes ikke om begær efter ønsket, men om at begære den indsats, som ønsket kræver. Vi lever i en "kærlig noget-for-noget verden", som kan sammenlignes lidt med at handle ind. Jeg går ned i køledisken, henter en liter mælk og går ud igen. Lige uden for dørene bliver jeg smidt i håndjern og kaldt en tyv. Årsagen er simpel nok, jeg har hentet noget, jeg gerne vil have uden at betale for det.

I forhold til målsætninger er "universet" indrettet genialt, for det virker på nøjagtig samme måde som supermarkedet. Betaler vi prisen for målet, ingen problemer, vi vokser som mennesker og føler os beriget. Betaler vi ikke, bliver der udlightet ved

kasse et, og prisen er ofte vores sjælefred, indre ro, lykke, kontakten til børnene, serie-ægteskaber og et afstumpet følelsesliv. Det mest ubehagelige ved det er, at omverdenen opdager dette lang tid før, vi selv gør det. Vi træder ind i et rotteræs, hvor vi hele tiden skubber på for at nå frem. Omverdenen skaber modstand af den simple årsag, at vi kræver målet af den, i stedet for at levere den indsats, som automatisk udløser målet som belønning. At skabe mersalg, vækst, optimering, innovation og banebrydende produkter bliver en tids- og ressourcekrævende proces, når vi kræver det af andre. Men hvis jeg bygger de rammer og muligheder, som gør alt dette muligt, og målrettet holder min organisation ren for alt for meget pessimisme, så skal resultaterne nok komme. Et af de største og dygtigste følelsesmæssige bedrag i den private sfære er "bankrådgivernes" evne til at få kunden til at tænke det samme om sin økonomi, som banken gør. Det er genial business, men det er ikke genial privatøkonomi. Nå ja, jeg har i øvrigt set det samme gentaget igen og igen, når det handler om virksomheder – store som små.

Vi skal som en start begynde med, rent følelsesmæssigt, at møde vores målsætninger på en ny måde. Vi skal lære os selv at "mærke efter" og skabe et billede af, hvad ting koster, og hvad vi er villige til at give for dem. Hvorfor er det, at vi kun forhandler prisen på produkter, vi køber, men ikke forhandler prisen for vores målsætninger? Lad os holde os til rigdommen; hvad har vi at tilbyde? Hvad vil vi tilbyde? Og hvor meget tid vil vi investere? Hvor er de hellige køer, som uanset hvad der sker, aldrig bliver slagtet? Jeg har siddet med førende forretningsfolk, mest mænd, som når vi skulle bruge 180 grader til forretningsplanen, måtte konstatere, at de var fastlåste. Årsagen har igen og igen været det bevidste og ubevidstes spil med hinanden. Private følelser, som var blevet "slugt"



igen og igen, trængte sig på, så snart de vante rammer blev udfordret. Vi påstår hårdnakket, at vi kan skelne imellem, hvem vi er på jobbet og privat. Det er gylle! Vi har én psyke, ikke to, og den følger os, uanset hvor vi går hen. Er der støj, som vi hele tiden mere eller mindre bevidst fejler ind under gulvtæppet (ned i det ubevidste), vil hvert eneste forsøg på at bryde vanerne få den begravede hund til at stinke. Det er tid nu, og Business Unusual handler om, at vi tager det skridt, som i mange, mange år har ligget lige foran os.

I et produktionssamfund var relationer med få mennesker nok, for hvis vi bare sammen holdt monopol, skulle det hele nok gå. Det er andre tider nu – f.eks. har Apple åbnet op til deres produkter, så brugerne kan udvikle egne applikationer. Flere og flere virksomheder vil udvikle online kundeservice, som virker lidt som Facebook, hvor brugerne svarer hinanden, har brugerprofiler med billeder og kun har kontakt med virksomheden, når der er faktuelle fejl, der skal rettes. Tidligere kom teknologisk udvikling typisk fra våbenindustrien og spredte sig derfra til resten af verden. Nu sker bevægelsen også omvendt. Flere og flere sidder i en kælder et eller andet sted, og via den nuværende teknologi udvikler de både tanker og muligheder, som revolutionerer verden udefra og ind, frem for indefra og ud. Verden skifter, og evnen til at følge med handler hverken om alder eller vilkår. Det handler om evnen til følelsesmæssigt at håndtere ændringer. Følelser driver verden, og jo bedre vi er til at stille dem ind som et kompas, der trækker os hen mod vores mål, jo bedre vil vi være stillet i den lokale, nationale og globale konkurrence.

2TheCore-Talk om følelser!

Det er fedt nok at vinde salgskonkurrencen, øge omsætningen eller blive forfremmet. Men at "træne" hårdt på at opnå et resultat, som i virkeligheden ikke har et større personligt formål for den, der udfører det, er den sikre vej til garanteret fiasko.

Stem på os

"Målet helliger midlet", siges det, men det er kun sandt, hvis vi lever i et bestemt tankesæt. Tankesættet måler verden på laveste fællesnævner, og mennesker med dette tankesæt har sjældent en særlig bred erfaringsramme. De finder en formular, de mener virker, og så stiller de aldrig spørgsmålstegn ved den igen. Vi ser det i politik, i venskaber, grupper og på arbejdspladser: "det er for dårligt ...", "nogle burde gøre noget ..." og "andre er forkerte, og jeg er rigtig"-tankegangen dominerer billedet. "Stem på os, eller jorden går under", "det er my-way-or-the-highway" og "hvis ikke du gør, så sker det og det" er ordene, der følger dette tankesæt. Heldigvis er det relativt nemt at gennemskue, hvem der tænker sådan!

Bryder igennem med et brag

Organisationer og mennesker, der tænker sådan, konkurrerer med hinanden internt og leder efter mennesker og virksomheder eksternt, de kan vinde over. De knokler og skyr ingen midler, og de betaler ofte den ultimative personlige pris – og det gør mennesker omkring dem i øvrigt også. De kæmper, opruster og udvikler teknikker til at uskadeliggøre deres "fjender". De griner af optimisten og hylér i kor med opportunisterne. Når de bryder igennem, er det med et brag, og det "koster liv" hver eneste gang.



Følelser

Lever med frygten

Men der er også en anden kategori af mennesker. Ofte hyldes de ikke med det samme, og sjældent søger de berømmelse og status. Det er de mennesker, som alle taler om, når de har skabt deres resultater. Omtalen kommer ofte fra den skare af mennesker, der forsøgte at pille dem ned på vejen op. De kæmper ikke mod andre virksomheder eller mennesker. Deres konkurrenter kan være dårlige bøger, manglende uddannelse, sygdom i verden, dårlig ernæring og lavere bevidsthed. Deres kamp er principiel og er IKKE rettet mod andre mennesker. De er bygget til at tåle "ørkenvandinger", og de er besjælet med pioner-ånd. De lever med deres frygt, og ikke i deres frygt. De taler med andre og ikke til andre. De tror på noget større end personlig rigdom og anerkendelse. Tingene ophober sig aldrig, men de kan sagtens tiltrække ufattelige mængder.

Muld til succes

Når vores personlige mål "kun" handler om os selv, vil vi ende op med at blive ulykkelige, og vi vil helt sikkert fejle i enden. En salgsdirektør, der alene er optaget af egen karriere, en sælger, der kun er interesseret i eget budget, og en medarbejder, der kun er interesseret i eget arbejdsområde, er gift i en succes-jacuzzi. Et "jeg er god og du er dårlig"-tanke-sæt er IKKE muld til succes, også selvom det er konkurrenterne, vi synes, er de dårlige. Det er vores tanke-sæt, det er os, det påvirker – ikke de andre. Byg håb, mening og gør en forskel. Så kan vi tiltrække hvilke rigdomme, det skulle være!

KOM I GANG-GUIDE

Brug kompasset konstruktivt

- **Ikke mere foder**

Når du opdager følelser, som modarbejder dig, så stop med at fodre dem mere. Find eventuelt mennesker, som du ved har en anden erfaring end dig på området, og prøv deres strategier af for en tid.

- **Styr din investering**

Hvis du ved, du investerer energi i mennesker, som på en eller anden måde dyrker følelser, som ikke bringer dig videre, kan det være en god idé at skrue lidt ned for tidsforbruget sammen med dem. Er du klar til at gå linen ud, så afslut de værste relationer af denne slags. Det kan være kollegaen, som altid er negativ. Det kan være arbejdspladsen, hvor du må indse, at kulturen ikke understøtter dine målsætninger.

- **Søg personlig rådgivning**

Også selvom du egentlig ikke har brug for den. At få rådgivning med udgangspunkt i, at alt er godt, er noget mere udviklende, end hvis det altid handler om kriser eller utilfredsstillende resultater.

- **Gør noget helt andet**

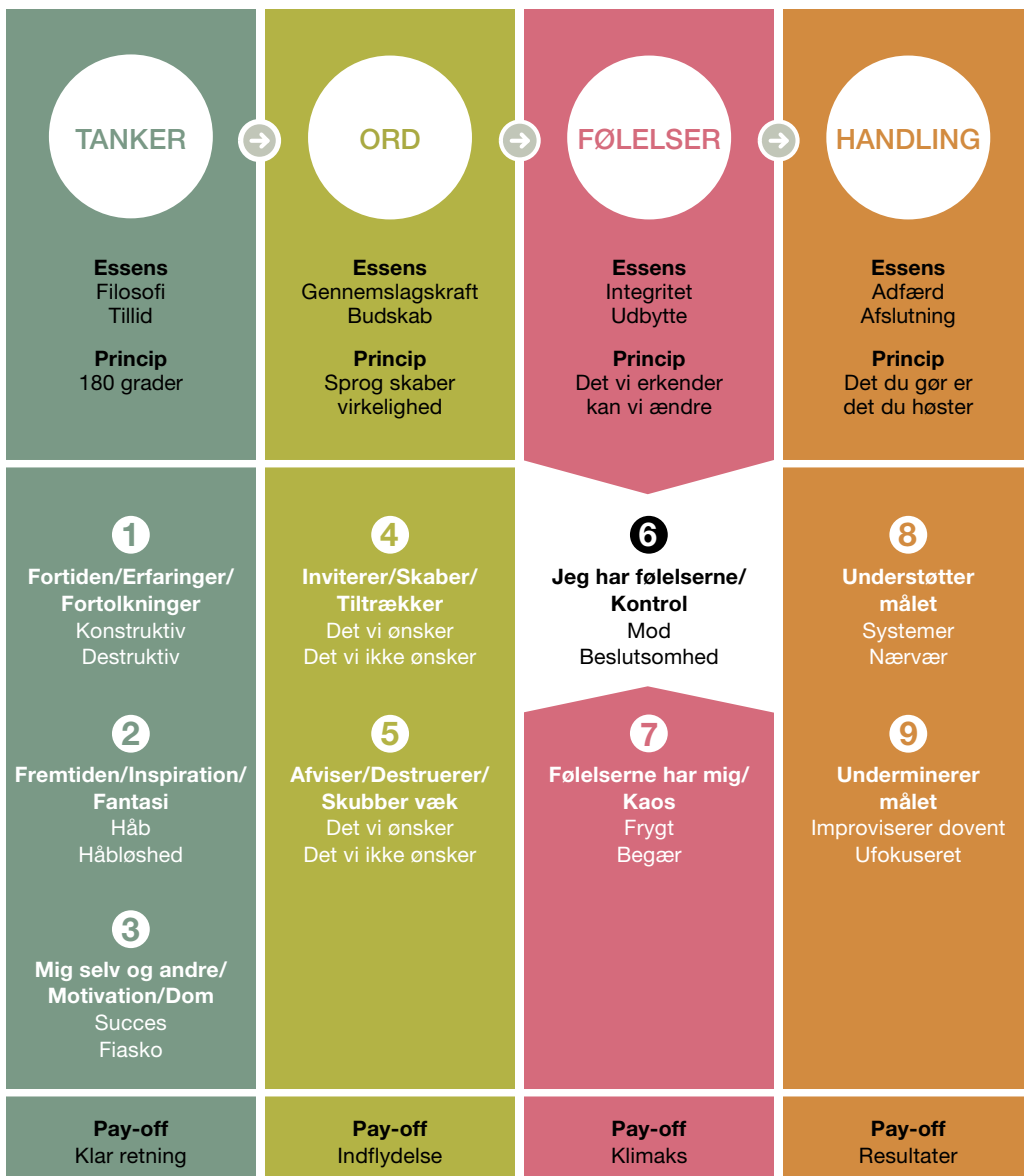
Opsøg sammenhænge som er fuldstændig anderledes end din hverdag. Hvis du er provokeret af new age-pladder, så gå til et foredrag om engle. Når du kan dette uden at kede dig ihjel eller gå overdrevet i affekt, er du ved at være klar til at gå på fugleudstillinger. Pointen er, at vi træner vores følelser til at forholde sig roligt, også selvom det provokerer os. Dette kan blive afgørende for dig senere.

- **Dyrk en bred vifte**

Dyrk flere venner og interesser en "lille smule", frem for at overstimulere dig selv overdrevent med få venner og få interesser. Jo mere vi dyrker få ting meget, jo mere aktiverer vi vores rødzone-punkter, som er vores misbrug. Misbrugsnaturen er, at vi hele tiden skal have mere og mere af det samme, og i sidste ende fjerner det vores fokus fra de ting, der har ægte betydning for os.



Følelser





TRANSFORMATION 6

Når vi har følelserne

”Når vi har følelserne, er der stadig kontakt til hovedet. Mave, hjerte og hjerne arbejder sammen. Når vi har følelserne, er de det konstruktive og effektive kompas, som kan give os usædvanlige input, og vi skaber som en naturlig konsekvens heraf gennembrud.”



I dette kapitel får du

FØLELSERNE ER HURTIGERE END HJERNEN

Brænd igennem eller brænd ud!

MOD + BESLUTSOMHED = ENGAGEMENT

Set fra både Succes' og Fiaskos side!

DET ER BARE TYPISK!

Eksempler på engagement

ACTION GUIDE FOR MOD OG BESLUTSOMHED

Sådan har vi følelserne!

Inspiration til dette kapitel

Følelser er lidt ligesom strøm. Når vi har styr på den, er den en uundværlig ressource, som driver stort set hele vores samfund. Når den er ude af kontrol smelter, brænder og slukker alt omkring os. Dette kapitel handler om den fantastiske kraft, der driver os, når vi har følelserne. At have følelserne betyder ikke kontrol, som vi typisk opfatter kontrol. Det betyder, at vi har et værdifuldt partnerskab med vores følelser, hvor vi arbejder sammen med dem, og de er de ekstra kræfter, som får os til at fortsætte, når alle andre stopper. Hvorfor er det vigtigt ikke at stoppe? Fordi alle former for succes og gennembrud har en pris, som, når den er betalt, udløser øjeblikkelig belønning. Alt for mange stopper lige inden målstregen med den overbevisning, at målet ikke er muligt. Målet er muligt, men vi har bare ikke fundet vejen endnu.

Når vi har vores følelser, er verden åben for, at vi finder en løsning og skaber sand innovation og fremdrift. Dette kapitel viser, hvordan vores følelser kan blive den afgørende faktor for, om vi når frem til vores gennembrud eller ej.



FØLELSERNE ER HURTIGERE END HJERNEN Brænd igennem eller brænd ud!

Vi kan benytte vores følelser som en guide. Følelserne kan langt hurtigere end vores analyseevne gennemskue situationer, mennesker og muligheder. Følelserne har adgang til det ubevidstes 10-11 millioner bit af information, og på den måde er de langt mere opdaterede på, hvad der foregår, end vores lille begrænsede evne til at fokusere (16-18 bit). Pointen er, at vi kan vælge, hvilke følelser vi dyrker, og hvilke vi ikke gør. Det er meget vigtigt at forstå. Følelser kan vælges og fravælges, uden at det er fornægtelse eller usundt på nogen måde – snarere tværtimod. Et godt og direkte eksempel kan være en boksekamp. Nu når vi har valgt at være der, har sagt ja til kampen, trænet hårdt og frarøvet os selv en masse luksus for at fokusere på kampen, vil det være upassende at overgive os til vores frygt på kampdagen. Vi står og kigger på modstanderen, som også er i form, og vi synes måske, han ser frygtindgydende ud. Her kan vi vælge at tænke tanker, der fodrer frygten, eller vi kan tænke tanker, der ikke fodrer frygten. Følelserne er altså afhængige af vores tanker, men de er endnu mere afhængige af vores værdier. Ikke de værdier, vi synes godt om at skulle have; være god ved dyrene, en god ven og supermor samtidig, men de værdier, som vi rent faktisk har. De værdier "skal" vi finde og derfra måske skabe lidt ændringer, så de understøtter vores mål. Mange når ikke hen til at kende deres reelle værdier. Alt for mange af os tror, at vores værdier er dem, vi har udtænkt. Værdier lever i vores følelser, ikke i vores hoveder. Vi tror, vi kender vores egne værdier, eller bruger måske slet ikke tid på dem. Hvis vi gør, er det via en tankeproces, hvor vi bagefter har overbevist os selv om, at nu har vi da lige regnet vores værdier ud. Værdier

skaber vores karakter. Vores karakter ses i vores adfærd, når vi er pressede, på den ene eller anden måde. Vores opfundne værdier afspejles kun, når der er medvind, og skoene ikke klemmer alt for meget. Vores adfærd er skabt af vores følelser, derfor er de så vigtige. Vi kan ikke ændre den del af vores adfærd, som vores følelser modarbejder. Der er to følelser, der dominerer, når vi har følelserne:

- Mod
- Beslutsomhed

Mod og beslutsomhed kendetegnes ved, at de begge er et her og nu-valg. Den opmærksomme læser vil have lagt mærke til, at der i vækstfase 1, som handler om tanker, kun var fokus på fortiden, fremtiden og mig selv/andre. NU, lige her og nu, er der hvor gennembruddet ligger, og det aktiveres ikke via vores tanker, men via vores følelser. Når vores følelser overgiver sig til målet, så frigives der en enorm mængde energi. Det er den energi, der manifesterer vægttabet, kærligheden, optimeringen, mersalget eller hvad det nu måtte være. Alle følelser er i sidste ende et valg, men det der kendetegner mod og beslutsomhed er, at vi her og nu vælger dem frem for noget andet.

Mod

Mod er ikke fraværet af frygt. Mod er at gøre det rigtige, selvom vi er bange. Mod er evnen til at lægge en smule distance til andre følelser og holde et klart fokus. Mange af os løser nemme opgaver og lever liv, hvor mod ikke rigtig er krævet. Grunden til, at mod ikke er påkrævet, er fordi, vi vælger at køre de fleste ting på rutinen. Det er trygt at følge vanerne, men det kan hurtigt blive en sovepude. Mod er et valg og en mulighed, som vi skal etablere, hvis vi gerne vil bryde igennem. Det kan være udadvendte målsætninger om at skabe milliard-



forretninger, revolutionere markeder eller blive en verdensberømt sangdiva. Det kan også være mere indadvendte målsætninger som en tilværelse uden uro og kaos, en tæt familie eller et dybt og intenst parforhold. Mod er påkrævet for at få dette til at lykkes. Ofte skal vi bryde normen for at opnå disse mål, og det kræver mod. Vi skal konfrontere os selv med de mennesker i vores omgangskreds, der ønsker at trække os ned og fortæller os, at vi ikke skal tro, vi er noget. Skal de være i vores liv eller ej? Den type menneske er mest trygt, når vi forbliver i rollen som sælger nummer sjok, så de ikke behøver at kræve noget nyt af sig selv i selskab med os. Vi skal etablere alt vores mod, når vi siger fra over for kollegers sladder og over for inkompetente chefers urimeligheder, eller modsætte os trusler fra en fysisk overmagt. Vi kan sagtens komme igennem både dagen og livet uden mod, men vi bliver får, der bræger tomt og retter ind til højre. Mod er ikke at lukke ned for vores følelser. Det kræver større mod at være åben, end det kræver at lukke ned. Hvor imponerende er det i virkeligheden, at en leder kan tage den rigtige beslutning for alles bedste og afvikle 15 procent af virksomhedens ansatte, hvis hun gør det med en kynisk mine og et koldt hjerte? Jeg har mødt ledere, der har haft jobs, der krævede hårde indgreb og beslutninger, som har kostet ansatte deres job og derved livsgrundlag, hvor de fyrede medarbejdere til enhver tid ville søge job hos den samme leder igen. Det er mods sande natur at gøre det rigtige på en måde, som bidrager til det bedre for alle, frem for det der bare er godt på individets eget cv. I et videnssamfund kan man ikke bare skifte det ene sæt hænder ud med det andet. For det er ikke hænder, vi har brug for, det er hoveder. Gode hoveder vil behandles ordentligt, og når vi går igennem krisetider vil vi alle vise vores sande karakter, som er det, vi bygger fremtidens Succes eller Fiasko på.

Mod er som en specialuddannet soldat. Han kaster ikke sig selv for løverne for at bevise et macho-mod, men uanset hvor meget frygt han oplever, så passer han sit job. Han viger ikke fra sin mission, og han arbejder tålmodigt, selvom han har travlt. Når krisen kradser, holder han fokus, for han ved, at det lige nu er et spørgsmål om liv eller død. Mod kendetegnes ved, at vi tør leve et liv med "sult". Vi tør drømme om noget større, hvad det end er for os, og accepterer ikke, at "det er jo meget godt"-tankesættet slår sine betændte klør i os. Vi sætter næsen op efter noget større og rummer den sult, det er at ønske sig noget, vi endnu ikke har. Mod er også at glædes ved det, vi allerede har. Mod tør at være nærværende og er ikke bange for at miste fokus, fordi der holdes en nydelseshfest. Alt for mange virksomheder, og individer for den sags skyld, "glemmer" at tage sejrene i hus, og det er i langt de fleste tilfælde, fordi modet svigter. Vi lever med en barnagtig frygt for, at hvis vi nyder glæden, så frarøver vi os selv muligheden for mere. Vi ender i en trummerum, hvor mere bliver til fire fladskærme frem for tre, og tre biler er bedre end to. Mod skiller sig ud ved at have fokus på, hvem vi bliver "nødt" til at være for at generere endnu mere. Når modet forlader os, og vi ikke længere tør mærke efter, er vi inde i den gængse smalle, materialistiske gænge.

Nogle vil argumentere for, at en virksomhed jo handler om at generere mere omsætning og overskud, men det er en sandhed med modifikationer. Jo mere en virksomhed tjener, jo mere skal der betales i skat, moms, vedligeholdelse, lønninger, revision og alt muligt andet. Nogle gange er næste step ikke mere i mængde, men mere i udbytte. Udbytte er ikke altid penge. Nogle gange er det markedsandele, vitale kunder, at være størst, bedst, mest innovative. Mod er rummelighed, og det er den kvalitet både individet og organisationen



Følelser

skal udvikle, når vi arbejder på at skabe gennembrud. Rummelighed er en personlig kompetence, og jeg tror, at mange ledere og sælgere med selv-erkendelsens gave kan se, at det her er et værdifuldt indsatsområde for dem selv personligt, men også for den virksomhed, de er ansat til at varetage interesserne for.

Beslutsomhed

Vi lever i en verden af entertainment. Vi vil underholdes, og mod er også blevet et salgbart produkt, som vi tror er implementeret, fordi vi engang har rappellet på et kursus. Men der mangler noget, og det er kontinuitet! Kontinuitet er evnen til at holde fast i de rigtige beslutninger og bruge vanebygningens stærkeste princip: gentagelse. Det betyder, at rappelling kun giver brugbart mod, hvis vi gør det igen og igen og igen. Beslutsomhed er den kvalitet, som får os til at lægge underholdningsbehovet lidt på hylden og overgive os til kontinuiteten. Enhver succes er bygget på vedholdenhed, og uden beslutsomhed er der ingen vedholdenhed.

Underholdningsgenet overtaler os til at sige, at nu overvandt jeg én gang kanvas-udfordringen, så må det være nok, for i morgen skal være ny og stimulerende, og så sjovt var kanvas nu heller ikke. Vi bygger små flæbende selvtillids-situationer, hvor vi følsomt kan fortælle om dengang, vi overvandt egne begrænsninger, og rent faktisk talte pænt til vores medarbejdere. Vi fortæller rørende historier om, at vi elsker at arbejde med mennesker, og at det var derfor, vi gik ind i salg. Det er så argumentet for, at vi IKKE skal være kontinuerlige på kanvas, men derimod investere voldsomme mængder af energi på at besøge de kunder, som vi allerede er trykke ved (pakket ind i, at vi vedligeholder de gode relationer), og igen vender tilbage til vores historier. Kynikeren er kun i salg, siger hun, fordi det er der,

man kan tjene mange penge, men hun er lige så fanget i egne historier som den mere flæbende type.

Beslutsomhed er evnen til at holde sig selv fast i de gule zoner: alle de ting, vi ved, vi burde gøre, men har en tendens til at udskyde. Mod gør det rigtige på trods af frygt eller andre følelser. Beslutsomhed holder fast i denne beslutning og skaber kontinuitet. Som tidligere skrevet er beslutsomheden et af de vigtigste elementer i succes-systemer, og beslutsomhed er motoren i systemer. Vi beslutter os for, hvordan vi gør det, hvornår vi gør det, hvorfor vi gør det, med hvem vi gør det, og i hvor lang tid vi har tænkt os at gøre det. Beslutsomhed er den følelse, som driver os som børn, når vi lærer at gå. Tidligere nævnte jeg, at vi som forældre ikke beder vores børn om at stoppe med at øve sig på at gå. Men hvis vi gjorde, ville deres medfødte beslutsomhed alligevel holde dem fast i opgaven, og de ville lære at gå alligevel. Vi kan bruge beslutsomhed på samme måde. Klichéen om, at det ikke er et spørgsmål om, hvorvidt vi når frem, men snarere et spørgsmål om, hvornår vi når frem, vil lande i vores adfærd og blive en dyb erkendelse.

Uanset hvad vi ønsker at optimere eller vækste, er nøglen at implementere beslutsomhed i følelserne hos dem, der skal udføre opgaven. Se bokseren, der bliver slået i gulvet og per automatik rejser sig op for at bokse videre. Er det sundt, rigtigt eller godt? Han er bokser, og det er det, han gør – det er hans valg, og det er denne kvalitet, der gør ham god.

Beslutsomhed er det, der får os til at skabe systemer. Beslutsomhed er det, der får os til at holde os til planen. Beslutsomhed er det, der får os til at følge strategien. Beslutsomhed holder os fast. Det er klart, at boksning er for nogle, salg er for andre, og ledelse

er for nogle tredje. Det værste, vi kan gøre, er at gå halvhjertet ind i noget, og så forvente, at andre skal tage sig af os eller vise hensyn. Vi skal tage os af os, vi skal passe på os, vi skal vise hensyn til os. Når vi gør det, kan vi træde ind i fællesskaber, være med til at gøre fællesskabet bedre, udfylde vores egen rolle modigt og beslutsomt – og på den måde bidrage konstruktivt.

MOD + BESLUTSOMHED = ENGAGEMENT

Set fra både Succes' og Fiaskos side!

Det er vigtigt at være engagerede, hvis vi skal skabe noget som helst. Er vi så ambitiøse, at vi vil skabe et gennembrud, er engagement en uundværlig kvalitet. At være engageret kræver både mod og beslutsomhed. De skal smeltes sammen i forening. Mod alene er dumdristighed, og beslutsomhed alene er stædighed, og ingen af delene gavner os, når vi taler vækst, optimering og succes. Engagement er den kvalitet, som får os til at holde fast, også når vi er udfordret. Engagement er den kvalitet, som åbner vores hjerne op for genialiteter. Jo bedre vi er til at engagere os dybt i noget, jo større ekspertise og kompetence vil vi opnå. Som tiden er i dag, vil 90 procent af alle opfindelser i løbet af ganske få år være forældede og enten forsvinde eller overleve på at komme i version 2.0. Det er den kultur, vi lever i, og det tempo, som livet bærer præg af. Det er fint, så længe vi ikke er slaver heraf. Engagement til bestemte opgaver og måder at leve vores liv på er vores værktøj til at holde balancen, og ikke ende op som høns uden hoved, der stadig render rundt, drevet af nerver og drifter, men dog uden håb for fremtiden.

Engageret Fiasko

Ejerforholdet i Mindset A/S vil vise sig tydeligt på vores følelser. Både Succes og Fiasko kan bruge mod og beslutsomhed, og de er nogenlunde lige gode til det. Det er op til os, hvem der bruger engagement som køretøj fra a til b, og vi kan ikke fraskrive os ansvaret. Fiasko bruger mod til at gå ind på chefens kontor, fortælle hende hvor dum hun er, og følger op med beslutsomheden om at blive ved med at gøre dette igen og igen. Fiasko føler sig ofte retfærdiggjort og rethaverisk. Når vores følelsesliv



Følelser

bærer præg af disse to ting, er vi fanget i saksen. Sælgeren, der hele tiden modsætter sig de opstillede krav, ægtemanden, der inviterer fremmede damer med på hotelværelset og lederen, der ikke forstår, at de ansatte ikke fatter noget, er alle fanget i Fiaskofælden. Bevares, er det det, vi ønsker af vores liv og karriere, så kan ingen andre gøre sig til dommer herfor, men har vi bare nogle få af de allerede nævnte målsætninger her i bogen, er dette engagement ikke det rette.

Udfordringen ved udvikling er, at vi mennesker grundlæggende har modstand mod forandring. Vi forsøger at skabe innovation inden for de kendte rammer, men hele essensen ved innovation er, at der tænkes tanker, der bryder med det, vi allerede ved. Mange af os holder os inden for den grønne og gule zone, som repræsenterer:

- Det vi ved, at vi ved
- Det vi ved, at vi ikke ved

Alt bygger på fortolkninger og fantasi, på fortolket information og fantasiens inspiration. Fiasko ønsker IKKE at se på de røde zoner: det, han ikke ved, at han ikke ved. Han bruger sit mod og sin beslut-somhed på at være stædig og insistere på, at ingen er helt kloge nok til at fortælle ham noget som helst nyt, som han kan bruge til noget som helst. Så det kan godt være, Fiasko har følelserne, men for ham betyder det stagnation og påståelighed, som af naturlige årsager inviterer alt det, vi IKKE ønsker os, inden for dørene. Når Fiasko indfinder sig i vores rutiner, er engagementet bag lige så kraftfuldt, som hvis det var Succes. Det er derfor, nogle mennesker hele deres liv og karriere taler om alt det, de gerne vil have, og følger det op med en destruktiv adfærd. Engagementet ligger hos Fiasko!

Engageret Succes

Succes er lige så vedholdende som Fiasko. Det betyder, at engagement bygget på et succesorienteret tankesæt er lige så optaget af at have ret, som Fiasko er. Succes insisterer på, at der altid er en løsning. At fejl er en skole, der gør os bedre, og at "sådan plejer vi at gøre"-tankesættet skal kvæles. Når Succes etablerer mod, er det for at holde fast i, at det, som alle andre af gammel vane siger, man ikke kan, rent faktisk godt kan lade sig gøre. Succes går ind til chefen og fortæller ham, hvad han selv gerne vil have og viser ham planen for, hvordan han vil opnå det. Han sætter sig ind i kundernes tankegang og leverer det, de har brug for, pakket ind i det, de gerne vil have. Succes er fast besluttet på, at hvis han holder fast længe nok, så skal potentialet nok blive en salgbar ressource. Succes er sælgeren, som bidrager til budgetterne med praktisk erfaring, han er den ægtemand, som prioriterer sine valg i et langsigtet perspektiv og ikke lader sig friste af plastik-fantasierne, og han er lederen, som sætter rammerne for og ansætter de mennesker, som både kan og vil arbejde under "frihed under ansvar"-filosofien. Succes bliver ved og ved og ved, han giver aldrig op, for han er så grundig i sin forberedelse, at han tror på, at hans engagement vil bære ham hele vejen.

Succes udvider feltet og har tre faktorer han holder øje med:

- Det han ved, at han ved
- Det han ved, at han ikke ved
- Det han ikke ved, at han ikke ved

Han får information om sine blinde punkter ved at udvikle et unikt talent for at modtage og give feedback. Hans engagement driver ham til at få meget

ud af lidt, og han ved, at han skal yde, før han kan nyde. Succes er smart, og hans engagement er at få penge til at arbejde hårdt for ham, frem for at arbejde hårdt for penge. Han er en udfordring for stagneret tankegang, og hans commitment til at lykkes får på forunderlig vis gennet de klassiske forhindringer af vejen.

Succes er besluttet – fast besluttet på, at han vil have det bedste ud af det, han investerer tid og penge i, og han overlader aldrig sit eget engagement til andre mennesker. Han vil leve og arbejde passioneret, og han venter ikke på, at andre giver ham denne følelse. Succes bruger mod og beslutsomhed til at lære at holde af de ting, som han ved hans målsætninger kræver, han skal være god til. Han nyder systemer og rutiner, hvis de bringer ham videre, og tør hugge dem ned, hvis de fjerner ham fra hans mål. Succes er engageret i at nå frem, frem for at engagere sig i at være rigtig og bedrevidende.

DET ER BARE TYPISK! Eksempler på engagement

Fiasko-engagement

Sådan bruger Fiasko typisk mod og beslutsomhed. Fiasko bruger både hovedet og følelserne til at bygge følgende setups:

- **Sælgeren, der hele tiden fokuserer på pris.**
 - Engagementet er at bevise, at der er en ydre modstand, som kan forklare egen fiasko.
 - Der er ofte gennemtænkte og ”veldokumenterede” begrundelser og forklaringer.
 - Det virker på personen selv, som om omverdenen er tungnem.
- **Modet bruges til at drive og dyrke kynisme og bedrevidenhed.**
- Er opsat på at vinder kampen om sandheden, og sandheden er, at det er markedet, lysindfaldet, chefen, dårlige kolleger og pris-politiken, der er den store synder i ”spillet”.
- Modet til at kritisere ting han/hun ikke kan lave om, og beslutsomhed om at overbevise andre om det samme.
- **Lederen, der er bedrevidende.**
 - Engagementet er at være den bedste, og gerne på andres bekostning.
 - Har ofte en nedladende og hoven holdning til andre.
 - Mener selv at eget arbejde er i en særlig liga sammenlignet med andres arbejde.
 - Modet bruges til at holde andre ude, og beslutsomheden går på gøre ting selv, frem for at videre give ansvar.
 - Er overbevidst om, at eget billede af tingene er det mest realistiske.
 - Modet til ensidigt at pleje egne og ikke virksomhedens interesser, og beslutsomheden om at udelukke alle, der udfordrer dette.
- **Afdelingen, der mener, de andre forhindrer deres arbejde.**
 - Engagement er at lave så lidt som muligt, og dette er blevet gruppekulturen.
 - Kritiserer f.eks. sælgerne for at være egoister, der kun tænker på sig selv.
 - Argumenterer for, at virksomheden ikke forstår afdelingen, men at alt ville være bedre, hvis ”man” fulgte deres måde.
 - Modet bruges til at fastholde gamle tankesæt, og beslutsomheden bruges til at fastholde andre i begrænsede roller.



Følelser

- Alle er enige om, at uden dem ville firmaet lukke.
- Modet bruges til at sabotere nye tiltag, og beslutsomheden bruges til at negligere og ydmyge kolleger, der ønsker forandringer.

Succes-engagement

Sådan bruger Succes typisk mod og beslutsomhed. Succes bruger altså både hovedet og følelserne til at bygge følgende setups:

- **Sælgeren, der målrettet fokuserer på succes.**
 - Engagement er at vise, at det altid er muligt at skabe succes.
 - Kritiserer kun for at komme med en løsning.
 - Argumenterer for mulighederne og løsningerne.
 - Ser en sport i at komme igennem der, hvor andre har givet op.
 - Foretrækker at konkurrere i samarbejde med andre (holdspiller).
 - Modet bruges til at bryde begrænsende rammer, og beslutsomheden bruges til at blive ved, indtil det lykkes.
- **Lederen, andre har lyst til at følge.**
 - Engagementet er at se sine medarbejdere som sine kunder.
 - Leder efter de rigtige mennesker, så der ikke er noget at beklage sig over.
 - Giver ansvar og forventer, folk tager det.
 - Reagerer hurtigt og stabilt.
 - Tænker, at andres succes er hans/hendes succes.
 - Modet bruges til at ansatte kompetente mennesker og skabe rammer, beslutsomheden bruges til at holde ufortrødent fast i målet.
- **Afdelingen eller gruppen, der løfter hele virksomheden.**
 - Engagementet er at løfte der, hvor der trænger til at blive løftet.
 - Leder efter andres kompetencer og løsninger til at håndtere deres svagheder.
 - Har altid en plan, som de tror på virker.
 - Fordeler og tager ansvar.
 - Ønsker at få mest ud af sin tid og indsats.
 - Modet er at holde humøret oppe, når andre er nede. Beslutsomheden er at holde fast i planen, uanset hvor meget "det stormer" omkring dem.

ACTION GUIDE FOR MOD OG BESLUTSOMHED

Sådan har vi følelserne!

Mod

- Find udfordringer, som du ved det vil berige dig at konfrontere, og læg en solid plan for, hvordan du vil overvinde dem.
- Brud tid på at finde dine personlige værdier og implementer dem "ubarmhjertigt" i dit liv. Jo ældre vi bliver, jo mere indgår vi falske kompromisser på vores værdier. Dette udfordrer vi for at opbygge mere mod.
- Arbejd målrettet med dine gule zoner.
- Følg din mavefølelse og forbered samtidig dig selv på at træne viljen til at begå fejl.
- Sorter i dine vigtigste relationer professionelt og privat. Vælg at brug tid på dem, som ønsker at se dig bruge dit mod. Du kan genkende dem på, at de støtter dig, når du vil ændre ting til det bedre for dig. Det kan sagtens være, de udfordrer dig på det, men de er på din side.
- Sorter mennesker fra, som trækker dig ned og insisterer på, at du skal være, som du altid har været. Sorter fra betyder ikke, at de nødvendigvis skal helt ud af dit liv. Det kan betyde, at i stedet for at du bruger to dage om ugen med dem, bruger du fremover to timer.
- Udfordr dig selv til at lade folk, du ved tør give direkte feedback, sparre med dig om dine røde zoner. Det kræver mod, men gør dig stærk.
- Vælg få af dine gode idéer ud, og følg dem til dørs. Bliv ved til de lykkes.

• Sig fra!

• Sig till!

Beslutsomhed

- Bliv ved lidt længere, end du normalt ville gøre.
- Giv dig selv svære opgaver og få dem til at lykkes.
- Læg langsigtede planer. Det kan være økonomiske mål om f.eks. 20 år. Sørg for at manifestere dem.
- Sæt søvn, motion, mad og tidsforbrug i system.
- Find mennesker, som du virkelig ser op til. Find ud af 10 spørgsmål, som du gerne vil spørge dem/ham/hende om, og skab muligheder for at stille dine spørgsmål. Det virker bedst, hvis det er face-2-face.
- Start ikke på projekter, som du ved, du ikke vil gennemføre.
- Træn din tålmodighed.
- Bliv god til noget, som du er dårlig til. I princippet er det ligegyldigt hvad, det er konceptet i at gøre det, der virker. Hvis du ikke kan holde det ud, så vælg noget, du altid gerne har ville lære, og lær det nu.
- Prioriter kærlighed og nærvær i dit privatliv.
- Lav alle opgaverne i denne bog.



Motivation - Det sure med det søde

Når vi seriøst ønsker at skabe et gennembrud, er der to vigtige motivationsfaktorer, vi skal forholde os til:

- Aktivitet
- Passivitet

Desværre er de to ord i forretningsammenhæng, og egentlig også for mange ambitiøse privatpersoner, blevet synonyme med rigtigt og forkert. Men det er upræcist og kan i sidste ende komme til at betyde forskellen på succes og fiasko. Vi hører også ofte om, hvor vigtigt det er at handle på tingene, men nogle gange er det mindst ligeså vigtigt at lade være. Et helt lavpraktisk eksempel er, at det er alt-afgørende at trække vejret, hvis vi ønsker at leve – vi skal handle og trække vejret. Men er der en, der holder vores hoved under vand, er det rigtig vigtigt at kunne lade være og holde vejret, indtil vi er oven vande igen. På samme måde er det super vigtigt at kunne formulere sig tydeligt og klart som sælger, men det er ligeså vigtigt at kunne forholde sig passivt, når initiativet ligger hos kunden. Spillet mellem ak-

tivitet og passivitet er en kunst, og her giver jeg de grundlæggende principper for, hvordan vi bevidst kan begynde at bruge dem til vores egen fordel, når vi ønsker at skabe gennembrud.

Baby-citron

Prøv at give en baby en citron, eller prøv måske bare at forestille dig det. Hvad sker der? Citronen rammer tungen, og hele ansigtet fortrækker sig i en mine, hvor vi let kan genkende, at det der må smage surt. Måden, vi ser ud på, når noget smager surt, er universel. Når børn er helt små, kunne vi måske godt slippe af sted med at tage citronen om bag ryggen, tage den frem igen, og baby ville forsøge sig igen. Men genkender de kære unger citronen, hvad gør de så? De stivner i hele kroppen, drejer hovedet lidt, indtager en "det smager surt" ansigtsmimik og nægter pure at åbne munden igen.

Deres adfærd bliver passiv og stivnet, og når det kommer til at spise citron, er det jo egentlig smart nok. Udfordringen er, at jo ældre vi bliver, jo mere avancerede bliver vi. Vi ved noget om de sociale regler, men én ting forbliver uforan-

dret. Når vi får noget i munden, der smager grimt, bliver vi passive. Dette gælder både den fysiske og den mentale mund.

Når vi får noget, vi ikke kan lide, kendetegnes vores adfærd på:

- Vi bliver passive
- Vi stivner
- Vi nægter at rykke os
- Vi "kigger væk"
- Og vi forsøger at undgå en gentagelse af oplevelsen
- Energien er ofte lav og uinspireret
- Vi bevæger os væk fra situationen

En ting, jeg ofte har oplevet som kamp-sports-udøver, er ret interessant. Når folk ikke kan lide situationen, bliver de naturligt bange, og hvis vi ikke træner hårdt på noget andet, har folk en tendens til overgive sig. Vores adfærd bliver lidt ligesom en underdanig hund, der overgiver sig til overmagten. Den ruller rundt, ligger stille, løfter poten, lader det ene øre hænge og prøver ellers at se så ufarlig ud, som den overhovedet kan. Problemet i en Tae Kwon-Do kamp

er, at tiden altså ikke er gået endnu, og jo mere du bukkes under, jo mere energi får modparten. Så fint med citron – ikke fint i kamp.

Det sure er en motivationsfaktor, fordi den får os til at bruge et af vores grundlæggende adfærdsmønstre. Motivation er det, der får os til at handle, og at være passiv er en handling. I psykologien kaldes denne form for motivation: "vækfra-motivation".

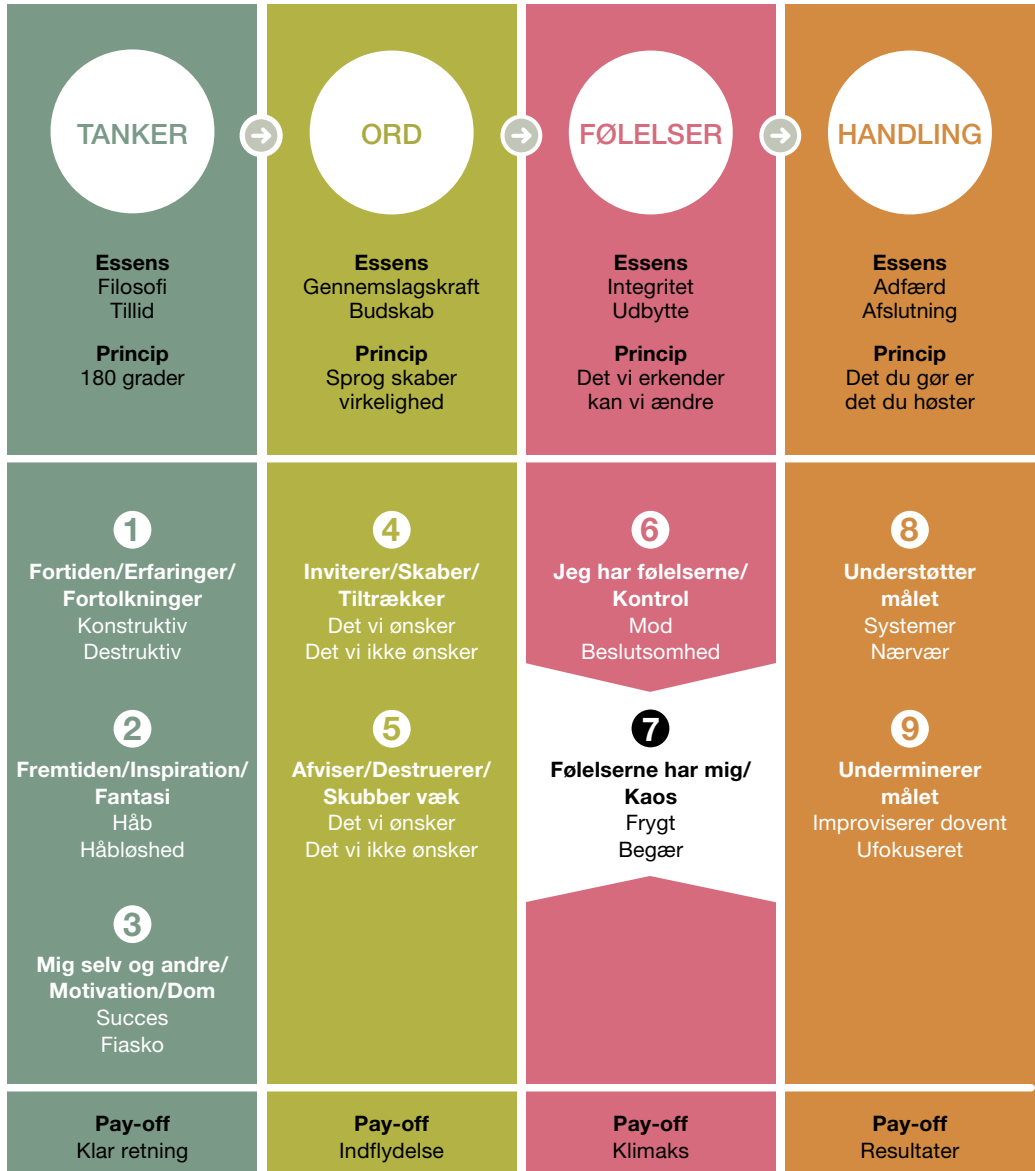
Fido vil have sukker

Omvendt af "vækfra-motivation" er "henmod-motivation". Denne opstår, når vi oplever belønning. Belønning er i sin inderste natur, at vi får noget, vi godt kan lide. Vores adfærd kendetegnes ved:

- Vi bliver aktive
- Vi løsner op
- Vi vil gerne bevæge os
- Vi bliver fokuserede
- Vi prøver at finde veje til at få mere belønning
- Energien er høj og inspireret
- Vi opsøger situationen igen og igen



Følelser





TRANSFORMATION 7

Når følelserne har os

”Når følelserne har os, sætter kompasset ud, og vi farer vild. Hovedet, maven og hjertet kommunikerer ikke længere med hinanden. En del af at være mennesker er, at vores følelser nogle gange har os, og så er det op til vores mod og målrettedhed, om det så i det mindste kan bringe noget konstruktivt med sig.”



I dette kapitel får du

FRYGT OG BEGÆR

Urkraft eller vækkeur!

SUCCEs OG FIASKO BRUGER FRYGT OG BEGÆR

Brug maskinen rigtigt!

BRUG FRYGT OG BEGÆR-GUIDEN

Når nu maskinen alligevel virker sådan!

Inspiration til dette kapitel

Når følelserne har os, peger retningen mod afgrunden. Det lyder måske lidt dramatisk, og det er det også. Lad os endnu engang kaste blikket mod ”finanskrisen”. Mange steder stivnede vi, og strategien blev at reducere, holde vejret og håbe på det bedste. Vi læste aviserne og listede koldsvedende ind på kontoret for at skabe vækst og fremdrift. Gearede formuer styrtede i grus, salgskvoterne raslede ned, og der var ingen ”som vi plejer”-manual at slå op i. Vi ser det i privatlivet, når konen forlader sin mand uden et ord, eller når folk dør fra os, inden vi fik etableret modet og kompetencerne til at få talt ud. Vores følelser griber os, og for en tid forlader vores rationelle evne os. Ja, det kan være en del af at være menneske, men det behøver ikke være sådan, hvis vi blot ”gider” beskæftige os bare lidt med de svære emner, inden de for alvor banker på døren.

I de gode tider kunne vi have bygget fundamentet for at skabe gennembrud under krisen. Der er rent faktisk nogle, der har gjort det. Vi kunne have talt med konen (eller manden) om følelserne, inden vores partner fik nok og forlod os. Det sker hver dag, at folk redder deres ægteskab. Vi kan fortælle vores nærmeste, hvad de betyder for os, inden deres tid er omme. Det sker hver dag, at folk udtrykker disse følelser og tanker. Der er alt for stor berøringsangst i forhold til de situationer, hvor følelserne har os. Dette kapitel handler om, hvordan vi gør kraften bag følelserne, der har os, til et vindermiddel, som kun få har modet og beslutsomheden til at bruge.



Følelser

FRYGT OG BEGÆR Urkraft eller vækkeur!

Når følelserne har os, kan kompasset ikke finde nord. Nålen farer rundt og kan ikke finde ro eller orden. Kontakten til hovedet er kappet, og vores vaner og instinkter råder og regerer. Succes og Fiasko kan være rådgiveren i denne fase, og vi kan lære at lytte til de rigtige råd. Rådgiveren flytter ind, inden vores følelser tager over, og måden han gør det på, er via de ting, som vi i hverdagen vælger at fokusere på bevidst. Mit daglige fokus er følelsernes grobund, vores bevidste fokus er gartneren, der dyrker følelses-planterne, der står i jorden. Tanker og ord nærer vores følelser, og når følelserne tager over, bliver vi konfronteret med kvaliteten af dem. Hvis vi i gode økonomiske tider tænker og taler økonomisk arrogance, vil vi i økonomisk trange tider, hvor følelserne ofte tager over, blive konfronteret med konsekvensen af økonomisk arrogance. Hvis vi i dagligdagen tænker og taler fraværende over for vores børn, vil vi i familiekrisetider, hvor følelserne ofte tager over, blive konfronteret med kvaliteten af fravær. Hvis vi sælger ud fra et tankesæt og en taleform, som er båret af markedets stemning, vil vi mærke kvaliteten heraf, når markedet skifter, og her tager følelserne ofte over. Det kan være en udfordring at se sig selv i øjnene og indrømme, at følelserne tager over, og det bliver ofte sværere og sværere, jo højere op vi kommer i jobhierarkiet.

Der er to følelser som dominerer, når følelserne har os.

- Frygt
- Begær

Frygt

Det, der kendetegner frygt er, at den skaber enten en panisk reaktion eller en passiv reaktion. Nogle mennesker stivner under frygt, og andre løber

hovedløst rundt. Frygt er en vækfra-drevet følelse, som får os til at tænke og føle "bare ikke"-orienteret. Det kan være: bare vi ikke går bankerot, bare vi ikke fejler, bare vi ikke overser "noget". Det har vi allerede været indover under tankesæt i vækstfase 1. Forskellen er, at når det forplanter sig til vores følelser, vil vores adfærd tage udgangspunkt i disse.

Begær

Begær ender i besættelse. Besættelser overtager initiativet og bliver altoverskyggende. Nogle tror fejlagtigt, at besættelse er nødvendig for at tiltrække f.eks. store pengemængder eller andet. Det er IKKE rigtigt. Der er en klar forskel på at være besat af noget og at rette sine tanker, ord, følelser og handlinger ind på et ønske. Når vi gribes af begær, er det kun følelserne "der vil". Tanker, ord og handlinger er ofte ikke "in tune" med følelsernes besættelser. Begæret vokser os over hovedet og dikterer en virkelighed, som ofte tangerer til overtro. For atleten betyder besættelsen, at han ikke tror på sejren, hvis hans lykke-underbukser er blevet vasket. For sælgeren betyder besættelsen af omsætning, at han ikke kan sælge varen, hvis ikke han lytter til et bestemt stykke musik inden et kundemøde. For lederen betyder besættelsen af succes, at han ikke kan lykkes, hvis ikke tingene gøres på en helt bestemt måde ved skrivebordet. Det kan måske virke harmløst – så lad dem da have deres særheder, tænker nogle måske. Men tænk også over, hvor sårbar situationen er, hvis det er en forretning eller et privatliv, der drives sådan.

Et eksempel på begær kan tage udgangspunkt i samme eksempel, som vi brugte til frygt. Vi kan ikke holde vores chef ud. Vores kolleger er inkompetente. Lønnen er dårlig. Bygningen er for mørk. Ejerne er kyniske og ligeglade med de ansatte. Det handler kun om at tjene penge til aktionærerne, og det går os på, at der ligger en dårligt lugtende fabrik på grunden ved siden af. Vi er dybt utilfredse, men



en dag kalder vores chef os ind på kontoret. Han siger, at vi har gjort det godt på det sidste, og derfor vil han give kr. 2000,- mere i løn. Vi kvier os og vrider os i stolen. Kr. 3000,- siger chefen, og vi siger med frådende mund: "TOP!". Hvis blot "prisen" er den rigtige, slår vi til og er klar til at "opgive" alle vores utilfredsheder.

Det er op til os, om frygt og begær i vores liv er en urkraft, som river os rundt ved næsen, eller om de er et vækkeur, som fortæller os, at vi lige nu er på usikker grund og bør etablere alle vores kræfter og yde en ekstra indsats.

SUCCESSION OG FIASKO BRUGER FRYGT OG BEGÆR Brug maskinen rigtigt!

Problemet med, at følelserne har os, er, at når f.eks. begæret for at vinde tager over for sportsstjernen, vil hans følelser begynde at forstyrre ham. I daglig tale ville vi sige, at han er humørstyret. På hans gode dage er han utrolig, men på hans dårlige dage præsterer han langt under niveau. Det samme gælder lederen, sælgeren, forhandleren, forælderen eller skolelæreren. Når følelserne har os, klippes kontakten til hovedet, og vi styres udelukkende af, hvad vi vil have, og glemmer helt at fokusere på, hvad det "koster". Begær misfortolkes ofte som vilje, men de to ting har intet med hinanden at gøre. Vilje er konsekvensen af mod og beslutsomhed, hvor begæret udelukkende handler om frygt og begær. Et gennembrud bygges af, at vi giver for at modtage. Et gennembrud er anti-lotto-følelsen, hvor vi håber på, at heldet rammer os og ændrer vores liv. "Tænk, hvis du vandt i Lotto", "Lottomillionærer kan gøre, hvad de vil" – alle disse one liners er bygget til at ramme vores overtro og er baseret på frygt og begær. De minimum kr. 50,- vi investerer i vores "held" hver uge, kunne uden pro-

blemer investeres i noget, som har en langt højere rate for "held", og det samme gælder alle de andre småting, som vi på daglig basis lader vores frygt og begær investere i. Giv det en tanke. Der er ingen rationel mening i at spille livs-lotto, og alligevel gør vi det alt for mange steder. Vi vil have det hele, men vi vil tiltrække det, imens vi sidder i sofaen og labber Robinson Ekspeditionen i os. Sælgeren vil have at omstændighederne, prisen, markedet, chefen og produktet trækker hendes succes hjem. Lederen vil have at medarbejderne, markedstendenserne eller moderselskabet ændrer sig, så hans plan lykkes. Hvad med at lette roven og gå ud og påvirke tingene i stedet for?

Succes og Fiasko erkender begge to, at en del af at være menneske er, at vores følelser nogle gange har os. Vi kan ikke stoppe tendensen, men ved at acceptere den kan vi bruge den optimalt. Det gør vi ved at lade Succes tage over, når følelserne har os. Succes bygger resultater, Fiasko bygger meninger. Meninger er der mange af, og de er dejligt uforpligtende. Har vi til gengæld modet til at forlade den grå masse og skabe et kraftfuldt budskab, så kan vi konvertere Fiascos opinion-tendens til Succes' trendsætter-tendens.

Fiasko bruger frygt og begær til at skabe "anmeldelser", og det er ikke kun noget, man finder i aviserne og på diverse selvfede websites. Anmeldelserne er en del af hverdagen. Vi forelsker os i egne meninger, og over tid bilder vi os selv ind, at disse meninger rent faktisk er vigtige, og at de på en eller anden måde gør en forskel for os. Det kan man på sin vis også sige, at de gør, men de er bestemt ikke med til at sætte en konstruktiv dagsorden. De er blot en subjektiv analyse af noget, der allerede er overstået, eller af noget, som andre har gjort, alt imens vi sad lammet af frygt eller for rundt for at opfylde et begær. "Anmeldelser" er skabt af frygt og begær i hænderne på Fiasko. Vi dømmet det,



Følelser

andre har gjort og taler om, hvordan de burde have gjort, og ser slet ikke, at vi selv intet gør. Opiniers er den type mennesker, som altid synes, at det andre laver skal være anderledes – lige have en anden og BEDRE (MIN) vinkel. Og hvad skaber de selv – ingenting! Det er dem, der analyserer det, andre allerede har analyseret og udtrykt. Man kan fristes til at sige, at de blot kopierer det, andre allerede har gjort. De andre, trendsætterne, som er styret af Succes, er videre til andre projekter, når opiniorfolket er klar til at kopiere.

En del af businesslivet er at leve med og forholde sig til opiniernes utrættelige og ligegyldige meninger. Samtidig skal vi finde trendsætterne, som kender til feedbackens og indlevelsens ædlere principper – de har magt, de kan rykke noget her i verden, og de værdsætter mennesker, der tør træde ud af massen. En vigtig del af feedback er at give lidt af sig selv. Se bare, hvordan personligheder som Oprah, Bill Gates, Mark Zuckerberg og andre har måttet lægge øre til mangt og meget, men dog er kommet igennem som trendsætters – de giver noget af sig selv, og f.eks. en boganmeldelse i Oprahs bogklub har ry for at betyde 1.000.000 solgte eksemplarer.

Trendsætterne har mere at byde på end blot deres hoveder. De deler deres tanker og ord – de er ikke nærige med deres følelser, og de gør også noget ved de områder, som de har en mening om. De er ikke nærige med sig selv, de er åbne for, hvad både hjerte, hovedet og andre vitale organer er optaget af.

Tre eksempler på forskellige typer trendsætters:

- En svensk skolepige udviklede en blog. Her skrev hun om sine oplevelser, sine indkøb og andet godt fra havet. Hendes sprog og vinkel talte til folk, og hun måtte til sidst lukke bloggen, da den var blevet et fuldtids- og sponsoreret arbejde. Hendes fokus skulle gå til noget andet.

Hun gav af sig selv, var ærlig og turde træde væk fra succesen igen.

- En sort født fattig og seksuelt misbrugt amerikaner lavede et anderledes talkshow, som bevirkede, at en ekstremt stor gruppe af kvinder i USA fandt mening, indhold og et tilhørsforhold i denne tv-værtinde. Oprah er i dag én af USA's stærkeste trendsættere.
- Michael Moore (filminstruktør der har skabt film som Sicko og Farenheit 9/11), der siger tingene på sin måde. En måde, der er genkendelig, og igen er der mange, der vælger at lytte til den, da han skiller sig ud på markant og anderledes vis. Moore stiller sig selv lige midt i kaos hver gang. Tænk, der er folk, der kritiserer ham for at lave film, der er typisk Moore-film? Når han laver film, er der ingen hyrede kræfter, som skal tage tæskene på gaden, når magthavere og politikere skal konfronteres – han gør det selv.

Når følelserne har os, og Fiasko er vores grundretning, skaber vi meninger, anmeldelser og kritiserer uden egentlig at være kvalificerede hertil. Når følelserne har os, og Succes er vores grundretning, skaber vi bevægelse og retning. Her er det vigtigt at forstå, at når følelserne har os, og Succes er grundretningen, skaber vi altså resultater. Resultater er IKKE succes. Resultater koster altid for meget i forhold det til pay-off, de leverer. Men det er klart mere konstruktivt at bygge resultater, frem for at Fiasko overtaler os til at sidde passivt, rende rundt i cirkler eller blindt gå efter noget, uden overhovedet at have en plan for, hvad det koster.

- Fiasko frygter succes, fordi hans grund-mission er at bevise, at verden er et "hårdt og uretfærdigt" sted at være. Han begærer fiaskoen, fordi den er et direkte bevis for, at han har ret i sine antagelser.

- Succes frygter Fiasko, fordi han ved, at han bliver kvalt af ham. Succes begærer Succes, fordi det beviser hans fornemmelse af, at hvor der er vilje, er der vej.

Fiasko skaber den passive frygt, den hvor vi sidder apatisk og håber på, at tingene går vores vej. Hans taktik virker 9 ud af 10 gange af den simple årsag, at held sjældent rammer den passive. Succes skaber den aktive frygt. hvor vi render rundt og forsøger at holde den gående på reflekserne. Vores mulighed her er, at vi har skabt en række konstruktive vaner, som reflektorisk får os til at gøre "det rigtige". Fiasko skaber den altopslugende "forelskelse", som vi forsvinder ind i – det er sådan, han bruger begæret. Vi prioriterer vores energi forkert og "glemmer" vores sande værdier, når Fiasko sidder ved begær-roret. Hans taktik er også her effektiv. Han skal bevise, at verden er hård og uretfærdig, og når han sørger for, at vi ikke er fokuserede, er "beviset" i kassen. Succes begærer succes, og det får ham til at øge indsatsen. Han går all-in, når følelserne har ham, og fordi han under normale omstændigheder er dygtig, fokuseret og kompetent, kan hans vaner hjælpe ham ved at skabe det held, der er brug for. Men der er ingen garantier.

At følelserne indimellem tager os, er effektivt at acceptere. At arbejde på at nedsætte frekvensen for, hvor tit det sker, og om det er gode eller dårlige vaner, der griber os, er afgørende vigtigt for vores gennembrud.

Typisk Fiasko-motiveret frygt:

- **Frygten for at miste**
 - Status i forhold til omgangskreds og social placering
 - Ansigt
 - Folk vi elsker
 - Position og magt
 - Relationer og tilhørsforhold
- **Frygten for at blive "solgt"**
 - Noget vi fortryder
 - Noget som andre ikke ser som godt
 - Noget som ikke er en god handel
 - Ligegyldige ting og sager
- **Frygten for ikke at slå til**
 - Over for vores børn
 - Over for vores løfter
 - Over for vores familie
 - Over for vores forældre
 - Over for samfundets forventninger
- **Frygten for at fejle**
 - Og ikke nå vores mål
 - Og fremstå dum
 - Og blive til grin
 - Og stå alene
- **Frygten for løgnen**
 - Som fører os bag lyset
 - Som får os til at fremstå naive
 - Som tvinger os til at ændre vores liv
 - Som fratager os vores frihed
 - Som fortæller dårlige ting om os



Følelser

Typisk Succes-motiveret frygt:

- **Frygten for stagnation**
 - At vi holder op med at lære
 - At vi forblænder os selv
 - At vi lyver om egne fejl og mangler
 - At vi svinger kærligheden
 - At vi overgør noget og glemmer lykken
- **Frygten for vores egne skyggesider**
 - At vi lader os friste til at træde på andre for selv at komme frem
 - At vi betaler for vores succes med vores integritet
 - At vi bliver omnipotente
 - At vi glemmer, hvem vi i virkeligheden er
- **Frygten for Fiasko**
 - At vi bliver passive
 - At dovenskaben vinder
 - At andre får lov til at diktere vores værdier
 - At vi overgiver os til vores misbrug (røde zoner)
- **Frygten for ondskab**
 - At vi mister vores grundlæggende tro
 - At vi lader os forføre og opsluge
 - At vi ikke når at reagere i tide
- **Frygten for bedraget**
 - At vi tror det dårlige er godt
 - At vi lader os overtale af falsk skønhed
 - At vi lever livet på en løgn
 - At det vi kalder sandheden er en kulisser

Frygt er frygt. Vi skal ikke lade os narre af, at frygt kan være Succes-motiveret. Den succes-motiverede frygt kan "redde vores liv" i pressede situationer, men vi har ofte kun brug for frygt i små doser. Når følelserne har os, udvides øjeblikke til livstilstande, og frygt bliver en farlig fjende. Den succes-motive-

rede frygt er forbigående, den fiasko-motiverede frygt er kronisk. Når det handler om vores evne til at generere resultater, kan frygt være et effektivt køretøj, men ønsker vi at manifestere succes, skal vi være meget påpasselige med at lade frygt tage over. Udfordringen ved frygt er, at den er konsekvensen af, at følelserne har taget over, og det bryder vores kontakt til hovedet. Det er super svært at gennemskue egen frygt, og ofte er "virksomhedsfrygten" som slangen i paradiset. Den overtaler og forfører os – vi giver efter og siger, at nå ja, det er jo bare én gang, og hvis ikke vi gør det, så er der bare nogle andre, der gør det. Begæret efter at få det, vi vil have, fordi vi tror på, at det fører andre ting med sig, griber os, og vi mister kontakten til hovedet, som godt kender retningen. Jeg vil mane en grim kliché til jorden! Vi kommer IKKE hurtigere frem i verden ved at være styret af vores begær. Misforståelser om, at vi skal lade os besætte af vores målsætninger, har fremelsket fejlforklaringer og kynisme, som ikke frembringer hverken succes eller resultater. Nogle vil sige, at vi har lavet kr. 100.000.000,- på, at vi ikke bruger så meget energi på alt det her bløde og overtroiske pjat. Det kan være, det er sandt, men havde de valgt en anden vej, havde de garanteret lavet 10 gange så meget, og så har vores begrænsede tankesæt vundet.

Det er, når vi slipper begæret og frygten, at vi virkelig rykker og begynder at skabe basis for et gennembrud. At træne sit mod og sin beslutningskraft, frem for at overgive sig til begæret for rigdom eller andet, løfter os til næste mulige niveau. At rette sine tanker, ord, følelser og handlinger ind på målet har intet med besættelse at gøre, og det rykker os langt, langt længere fremad, opad, henad, eller hvor vi nu gerne vil hen. Det handler grundlæggende om at gennemskue frygten og begærets sande væsen. Det er ikke syret eller mystisk at forholde sig til at være menneske. Det er ikke god forretningsskik at være følelsesforladt, det er god forretningsskik at

have sine følelser. Det er upræcist at tro, at fordi vi lukker for hjertet, så vil det automatisk betyde større succes. Det er lidt ligesom at sige, at den, der vinder bodybuildingskonkurrencen, er den, der tør tage flest hormoner. Det kan godt være konkurrencen vindes, men hvad er prisen? Livet! At drive business ud fra devisen om, at målet helliger midlet er fiasko-motiveret begær, og det er ikke en del af fremtidens succes-formular. Begæret forblænder os, og når lyset blænder vores øjne, er det ikke kun nogle ting, som vi ikke kan se. Vi er blinde for alt, indtil lyskeglen ikke længere rammer vores øje. Begær er som at få bind for øjnene, men folk tror vittterligt på, at de kan se, når begæret regerer. Det kan vi ikke! Begær kan også være påvirket af både Succes- og Fiasko-tankesættet.

Her en række eksempler på typisk fiasko-motiveret begær

- Vi vil have "det", koste hvad det vil
- Vi træder på andre for at komme frem
- Vi kigger os aldrig tilbage
- Vi tænker ikke over konsekvenserne ved vores handlinger, og hvis vi gør, kalkulerer vi med konsekvenserne
- Vi lytter kun til os selv og ikke andre
- Vi vil være bedre end andre og sammenligner konstant os selv med andre
- Vores værdier bygger på opnåelse og ikke på integritet
- Vi gør bevidst ondt mod andre
- Vi tænker kun "lokalt" og ikke "globalt"
- Vi ser de andres fejl, men ikke vores egne
- Vi ser vores egne plusser, men ikke de andres

Succes-motiveret begær

- Vi vil gøre en forskel, der er større end os selv
- Vi vil gøre "det" på den rigtige måde
- Vi udvælger folk, der kan løfte os
- Vi sætter en ære i at holde vores værdighed
- Vi vil have Succes og fryser hånligt af Fiasko

- Vi bruger vores tid sammen med succesfulde mennesker
- Vi tænker på Succes døgnets 24 timer
- Vi fokuserer målrettet og lukker alt andet ude
- Vi fravælger forkerte mennesker og situationer prompte
- Vi taler om vores succeser og sjældent om vores fiaskoer



BRUG FRYGT OG BEGÆR-GUIDEN Når nu maskinen alligevel virker sådan!

Det er vigtigt endnu engang at understrege gennembrud.nu-systemets grundprincip om, at vi aldrig bliver helt rene. Godt og dårligt er ikke en sort/hvid størrelse, hvor vores søgen er renhed på det niveau, hvor vi udelukker det ene for at skabe mere plads til det andet. Det handler om at sætte tanke-sæt-sejlet på vores succes-fartøj og ikke smide unødvendigt anker på upassende tidspunkter. Lidt frygt og lidt begær er en fin ting for os mennesker. Problemet opstår, når der er for meget, og balancen vælter over på Fiasko som direktør i Mindset A/S. Her er en række punkter, som kan hjælpe med at skabe den "rette" mængde frygt og begær.

- **Frygt Fiasko frem for Succes.**

Overlad ikke din selvtilid til frygten. Når vi frygter Succes, bliver vi patetiske, og vi gør os selv til ofre for dovenskab, selvretfærdighed og ubeslutsomhed.

- **Frygt had mere end ensomhed.**

Alt for ofte leder vores frygt os ned ad den vej, hvor vi ender op med at gøre alting selv, med den forklaring, at vi er den bedste til det hele. Ingen er den bedste til det hele, og ofte dyrker vi hadfyldte følelser for at holde ensomheden ud. Tål ensomheden og frygt hadet, og hav en plan for ikke at stå alene.

- **Frygt bedreviden mere end fejltagelser.**

Er der noget mere enerverende end bedrevidende mennesker? Budskaber sendt af sted, med løftet pegefinger, har en langt længere "rejsetid" end den tid, det tager at blive tilgivet for sine fejl. Fejl er ikke en kalkuleret størrelse, men en reel mangel på viden eller fokus.

- **Frygt stagnation frem for forandring.**

Forandring er provokerende og krævende. Til gengæld er forandring livgivende og bevægende. Stagnation er kvælende og tungsindig. En virksomhed med en stagneret kultur dræber nye tiltag og idéer, længe inden de er tænkt færdige. Det vil aflive virksomheden, og forandringen ender med at være som toget, der kørte, inden vi nåede ombord.

- **Frygt arrogance frem for naivitet.**

Arrogance kendetegnes ved at hæve sig selv op over både andre mennesker og egne kompetencer, hvor naivitet kendetegnes ved barnlig tro og godhed. Det legende hjerte ved ikke, at der er begrænsninger, og derfor skaber det nogle gange banebrydende opfindelser. Arrogance skaber modstand og kamp.

At vende temaerne i disse opgaver kræver energi og træning. Der skal investeres indsats ind i dem, for det er IKKE nok, vi har læst dem. Som skrevet i starten af bogen her, er Succes set med gennembruddets briller helstøbt. Det er ikke bare at nå resultatet, men at nå resultaterne på en måde, som starter en sneboldeffekt, der genererer mere og mere udbytte af indsatsen. At rigdommen bliver fundamentet for en lykkelig familie. At sælgerens øgede salg kommer til at medvirke, at hun bliver et mere vist menneske, som kan sprede sine talenter endnu bredere ud.

- **Begær livet frem for livets "glæder".**

Nogle gange bliver vi så opslugte af at skabe et eller andet resultat, at vi ikke opdager, at livet glider forbi. Det er ikke nødvendigt at lukke sig inde, og vi bliver bedre af at fokusere på andet end målet. Vejen derhen f.eks.!

- **Begær friheden, pengene**

- **giver, frem for pengene i sig selv.**

- Det sker alt for ofte, at kontoen bugner, men ikke bibringer andet end livets flygtige glæder. Når vi tiltrækker os rigdom, er det vigtigt at have en større plan, end bare hvad vi vil købe for den.

- **Begær godhed frem for fromhed.**

- Når velgørenhed og hjælpsomhed bliver en del af vores plan for at tiltrække egne ønsker, tager fromheden over. Fromhed skaber mishag og konflikt, hvorimod godhed altid vil "smelte isen" til sidst.

- **Begær variation frem for ensrettethed.**

- Alle grupper, organisationer og afdelinger, som rummer variation, er langt bedre til at skabe innovation end dem, der bygger på ensretning. Ensretning hørte produktionssamfundet til – det virker ikke længere.

- **Begær retfærdighed frem for korrekthed.**

- At noget er gjort efter "bogen" eller har fulgt visse bureaukratiske procedurer, gør det ikke rigtigt. Måske retfærdiggjort? Retfærdighed handler om at måle ting på vægtskålen og betyder, vi søger balancen. Det er ikke sikkert, vi lykkes hermed, men en god begyndelse er, at vi i det mindste gør os umage.



Følelser



LUK VÆKSTFASE 3

Konklusion på følelser!



I dette kapitel får du

INTEGRITET ER NØGLEN TIL SAND SUCCES

Kompromitter ikke din troværdighed!

FØLELSERNES NATUR

Hvor kommer følelserne fra?

INDRE OG YDRE COMMITMENT

Hele vækstfasen i ét værktøj!

Mod og beslutsomhed samt frygt og begær kan ligne hinanden og ligger ganske tæt på hinanden. Det Succes-motiverede begær kan ligne beslutsomhed, og den Succes-motiverede frygt kan ligne mod – men det er det ikke. Det er vigtigt at tage en personlig beslutning om, hvad vi individuelt vil, og hvordan de virksomheder, vi arbejder for eller er ansvarlige for, skal drives. Ud fra mod og beslutsomhed, eller ud fra frygt og begær? Begge dele vil altid være en del af det samlede billede, men ganske som vi i transformation 3 søger en overbalance af Succes-tankesættet, søger vi ved opbygningen af et gennembrud en overbalance af, at vi har følelserne: mod og beslutsomhed. Overvægten ses i forhold til, at følelserne har os, hvor frygt og begær dominerer.

INTEGRITET ER NØGLEN TIL SAND SUCCES

Kompromitter ikke din troværdighed!

Følelser handler om integritet og vores evne til at skabe pay-off eller klimaks. Et gennembruds effekt bestemmes af de bagvedliggende følelsers kvalitet. Vi kan tænke og sige alt det rigtige, men er følelserne ikke med, stoler vores kunder, chef, medarbejdere, bestyrelse, ægtefælle eller børn ikke på os. Vi har alle prøvet at sidde sammen med mennesker og tænke, at det lyder meget fint det hele, men der er et eller andet galt. Der behøver ikke være noget galt, udover at det menneske, vi sidder sammen med, har ringe kompetencer, når det kommer til at udtrykke og kultivere følelserne. Den type mennesker, der ikke kan det, kan også være os selv.

Troværdighed er følelsernes kvalitet. Behersker vi transformation 6, virker vi troværdige på vores omgivelser. Er det transformation 7, der dominerer billedet, vil vores troværdighed være tynd.

Princippet for følelserne

- Det vi erkender, kan vi ændre
- Det vi ikke erkender, kan vi ikke ændre

Effekt: Følelserne er vores kompas, der enten præcist viser vej eller skaber forvirring

Transformation 6 – vi har følelserne

- Mod
- Beslutsomhed

Effekt: Vi kan stadig kommunikere med hovedet og genbruge vores rationelle sans. Disse to ting tilsammen skaber et effektivt kompas, der med sikker hånd kan guide os til vores gennembrud.

Transformation 7 – følelserne har os

- Frygt
- Begær

Effekt: Ting bliver mere slørede, og vi har brug for held for at klare skærene. Retningen er ikke klar, og forvirring opstår. Vi har svært ved at tænke klart, og vores rationelle sans giver os begrænset støtte.



Følelser

FØLELSERNES NATUR

Hvor kommer følelserne fra?

Vores følelser er et sammendrag af vores ubevidste psykes sortering. Hvert sekund processerer vi et sted mellem 10 til 11 millioner bit information, og den eneste chance psyken har for at kommunikere til vores bevidsthed, er ved at sende et kort referat. Det referat er vores følelser. Når referatet læses af vores bevidsthed, kan vi via mod og beslutsomhed bruge følelserne konstruktivt og i Succes-tankestøtets ånd. Det betyder, at vi bruger følelserne til at øge vores muligheder for gennembrud – og det baserer sig på, hvordan vi tackler følelserne lige nu. Følelserne mod og beslutsomhed giver os adgang til nuet, og det er herfra, vi skaber genialiteter.

Tager vi referatet for pålydende, tager følelserne over, og referatets udgave bliver opfattet som hele historien. Frygt og begær rykker ind og driver os uden rådgivning fra bevidstheden enten væk fra frygten eller hen mod begæret. Problemet er, at vores begær ikke altid er rettet mod det, vi har brug for, men oftest mod det, vi vil have – her og nu. Børn vil f.eks. gerne have cola, men det er ikke godt for dem. Frygten får os måske til at flygte, men den modstand, situationen tilbyder os er det, der kan gøre os til den største sælger i verden, hvis vi blev og lærte lektien.

Mod og beslutsomhed lærer os at rumme fejltagelser – frygt og begær får os til at undgå dem. Fejltagelser er ikke lig med succes, men at undgå fejltagelser er lig med Fiasko.



Indre og ydre commitment

1. Giv dig selv det, du ønsker andre skal give dig
2. Når en finger peger udad, peger tre fingre tilbage på dig
3. Hvad er du committet til?
4. Han brændte sine skibe
5. Becoming

INDRE OG YDRE COMMITMENT

Hele vækstfasen i ét værktøj!

Disse 5 punkter, som i virkeligheden er 5 spørgsmål, er designet til at aktivere mod og beslutsomhed og dæmpe frygt og begær. Vi bliver konfronteret med alle følelserne i processen med at svare, og derfra er dit kompas indstillet på dit mål.

- **Giv dig selv det, du ønsker andre skal give dig.**
 - Spørgsmålet rummer tre niveauer:
 - Hvad vil du gerne have?
 - Hvad vil du give for at få det?
 - Hvad er din plan for at få det?
 - Alt for ofte overlader vi vores "skæbne" til andre, og det er ikke et kompas, der effektivt peger mod gennembrud.
 - Det er vigtigt, vi har vores egen plan for vores gennembrud, men det betyder ikke, vi skal gøre alt selv. Vi skal vælge, hvem vi vil arbejde sammen med, og ikke vente på at vores chef, mand/kone, børn, venner eller andre træder til. Vi skal invitere dem til at træde til.
 - Punkt nummer et handler om, at vi bygger en plan og ikke venter på, at andre bygger vores plan.



Følelser

• Når en finger peger ud, peger tre tilbage på os.

- Punktet er en invitation til iagttagelse.
 - Hvad analyserer vi i vores omverden, på godt og ondt?
 - Skabe opmærksomhed på, at det er os, der analyserer virkeligheden og ikke virkeligheden, der kommunikerer med os.
 - Tage en beslutning om, om vi tror på, at vores analyser hjælper os med at skabe mod og beslutsomhed.
 - Holde fast eller lave om.
- Dette punkt skaber klarhed om, hvad vi spejler i vores omverden. I psykologisk fagsprog hedder det projektion: Det, vi tillægger omverdenen, som i virkeligheden er vores egne billeder og ikke billeder af omverdenen.
- Punktet hjælper os til at rette blikket mod det, der effektivt vil skabe vores gennembrud – os selv.

• Hvad er du committet til/engageret i?

- Punktet er en værdisafklaring.
 - Vi opfinder ikke vores engagement – vi iagttager vores engagement.
 - Hvis vi på tredje år kører på ”bliv rig-planen” eller ”tab 10 kilo-planen”, og gennembruddet ikke er rykket tættere på, er vores engagement fedme og fattigdom.
 - Dette er vores wake-up call til os selv.
- Dette punkt konfronterer os med vores frygt og begær, og hvordan de lægger røgslør ud. Vi rydder op her og skaber nye muligheder.
- Vi finder vores egentlige udgangspunkt, som er en vigtig del, som gør det reelle og blivende gennembrud muligt.

• Han brændte sine skibe.

- Punktet handler om at se egne bagdøre i øjnene. Én gang for alle lukke dem eller smutte ud af dem.
 - Hvilke ”skibe” har du altid liggende på stranden, klar til at flygte i, hvis kampens hede bliver for voldsom?
 - Hjælper de dig med din målsætning eller ej?
 - Er du villig til at brænde dem, lukke alle bagveje, for at skabe dit gennembrud?
- Alt for ofte har frygten og begæret styringen, når det handler om, hvorvidt vi stiller op eller trækker os.
- Dette punkt skaber klarhed over, om du er villig til at betale prisen for dit gennembrud/din Succes.

• Becoming (at blive eller udvikle sig til).

- Punktet handler om at bygge en plan, der virker, uanset omstændigheder eller forudsætninger.
 - Hvem skal du være for at tjene millionen eller finde den kæreste, du ønsker dig?
 - Hvem kan du skabe relationer til, som kan hjælpe dig med at blive det?
 - Hvilke konkrete ting skal du udvikle for at være blevet ”den rigtige”?
- Hvis vi blot fokusere på at tjene en million og ikke de kompetencer, det kræver, skal vi starte forfra, når millionen er væk.
- Hvis vi fokuserer på processen, altså at iværksætte becoming-princippet, kan vi kopiere egne evner ud på alle mulige andre områder.

A man in a dark suit and light-colored shirt is running to the right, carrying a black briefcase in his right hand. He is looking forward with a determined expression. The scene is framed by a large white circle on an orange background. The text "VÆKSTFASE 4" and "HANDLING" is overlaid on the image.

VÆKSTFASE 4
HANDLING



”Vores adfærd manifesterer vores tanker, ord og følelser som bliver til vores resultater. Handling eller manglende handling bliver belønnet af vores omverden instinktivt. Rigdom, kærlighed, salg, ledelse – ingen af delene manifesterer sig på baggrund af vores intentioner, løfter eller følelser, men udelukkende på vores adfærd omkring dem.”



I dette kapitel får du

DET DU GØR, ER DET DU HØSTER

Princippet for handling

RUL SNEBOLDEN

Find så mange løftestænger som muligt!

SÅ ER DET TID TIL AT HØSTE

Sådan vinder Succes over Fiasko!

LEVERAGE DINE HANDLINGER

Guide til implementering

Inspiration til dette kapitel

Det, du gør, er det, du høster! Vi vrider os for at lave dette faktum om. Vi finder alle historierne frem, som vi mener modbeviser dette princip. Men konceptet er lidt ligesom med landmanden. Han ved, at han skal så, hvis han senere skal høste. Hvis ikke han sår, kan det godt være, at der vokser noget på hans mark, men hvad er det? Hvis ikke hans høst er god, kan han godt beskyldes vind og vejr for at være problemet, men det er stadig ham, der har valgt marken og de omstændigheder, der følger med. At se sådan på verden handler ikke om at påstå noget bestemt om virkeligheden, men derimod om hele tiden at holde fokus på de ting, som vi kan gøre noget ved: vores egne valg. Vi kan altid vælge anderledes. Ikke på efterbevilling, men fordi vi lader Succes lede Mindset A/S, og han lærer af både fejl og resultater.

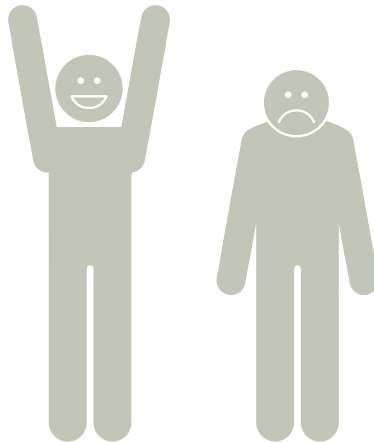


Handling

Vi kommer indimellem til at lede efter teknikker og modeller, som leverer garantier. Vi fristes til at "købe" løsningen hos dem, der lover garantierne, vel vidende, at vi aldrig får garantier. Vores handlinger er ikke garantier, men sandsynligheder. Hvis jeg bruger færre penge, end jeg tjener, er sandsynligheden for overskud større, end hvis jeg bruger flere penge, end jeg tjener. Men der kan ske alt muligt, som påvirker de værdier, jeg har investeret i, og lige

pludselig blev den gode handel dårlig. Dør vi hurtigere af at ryge? Højest sandsynligt, men nogle få bliver gamle, selvom de ryger. Det handler om at designe en adfærd, som vi tror på vil understøtte og ikke underminere vores gennembrydende tanker, ord og følelser.

I dette kapitel lærer vi, hvordan adfærd kan designes, og hvordan ineffektiv adfærd aflæres.



DET DU GØR, ER DET DU HØSTER

Princippet for handling

”Jeg forstår det ikke ... Jeg gjorde alt det rigtige, og alligevel gik det ”galt”?” Nej ven – du gjorde ikke det rigtige, og det er derfor, det ikke blev en succes. Det er som om, at det sidste i verden rigtig mange af os vil, er at konfrontere os selv med, at ting virker eller ikke virker ud fra vores handlinger. Vi forsinker os selv helt gevaldigt, når vi investerer tid i at insistere på, at vi gjorde det rigtige, også selvom det ønskede resultat udeblev.

Vi har en tendens til at identificere vores inderste selv med vores handlinger. At hvis vi indrømmer, at vi gjorde det forkerte, er det som at indse, at vi som mennesker er forkerte, men det har intet med hinanden at gøre. Til gengæld begynder det at påvirke, hvem vi er, hvis vi fraholder os selv fra at indrømme, hvordan vores adfærd påvirker vores liv. Vores personlige kompetencer smitter direkte af på vores adfærd og handlinger, og vi kan ikke separere disse fra hinanden. Hvis Fiasko har vundet magten i Mindset A/S, er det en uundgåelig konsekvens, at vores adfærd bærer præg heraf. Det betyder ikke, at det ikke er muligt at tjene kassen, hvis man er utiltalende, eller at rigtig, rigtig gode mennesker automatisk bliver rige. At tro, at kun lutter gode mennesker kan blive rige eller fortjener at være det, er en vildfarelse, som i dagligdagen koster ekstremt mange penge rundt omkring i både privatøkonomier og virksomhedsregnskaber.

Enhver succes er bygget på en målrettet indsats – bevidst som ubevidst. Det betyder ikke, at ”høsten” kan brydes ned til mindste detalje, og det er rent faktisk af afgørende vigtighed, at vi ikke spilder tiden på at forsøge at planlægge detaljerne for meget. Landmanden ved af erfaring, hvordan tid, vind, vejr, tørke og årstiderne skal være, før høsten

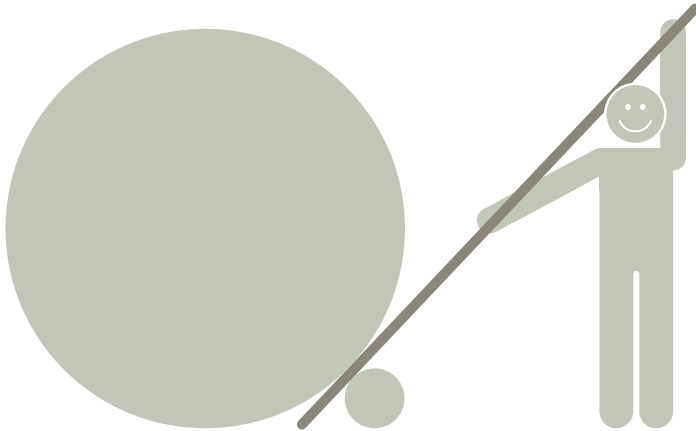
skal sættes ind. Men hvilke udfordringer han møder i småsten, dyr, motorstop og andet, har han ingen idéer om. Det er godt at være forberedt på det, men det er destruktiv adfærd at forsøge at planlægge det. Sælgeren, der lytter alt for meget til analytikeren, inden han går ind til kunderne, har skudt sig selv i knæet. Hvis vores adfærd er bygget op omkring alle de risici eller mulige indvendinger, vi KAN møde, vil vores adfærd høste sammen med Fiasko. Vores adfærd skal designes af de ønsker og målsætninger, vi har, og hvordan vi kommer frem. Ikke omkring hvordan vi undgår mulige forhindringer på vejen.

Hvis 100 meter-løberen har en plan for, hvordan han undgår at falde under løbet, er sandsynligheden for, at han høster fiasko forøget. Er hans adfærd bygget på en plan for, hvordan han kommer først, er sandsynligheden for Succes større.

Det er nu, det er muligt at åbne en afgørende realitet op: din succes er min succes. Enhver, der er bare en lille smule seriøs omkring Succes eller genembrud, ved, at der både er muligheder og risici ved ethvert projekt. Er det business, 100 meter-løb eller parforhold – essensen er det samme. Det kan gå godt, og det kan gå skidt. Vi kan udelukke nederlaget fra eget sind, men vi kan ikke udelukke Fiasko fra verden. Som vækstfase 1 også beskrev, skal vi holde øje med både Fiasko og Succes. Vi må ikke overlade dem til sig selv, for så ved vi ikke, hvad de har gang i. Det er her andre mennesker kommer ind i billedet, og vi kan åbne et spændende princip, som kan skabe en afgørende sneboldeffekt hver gang, vi handler. Et princip, som åbner op for hemmeligheden bag din succes er min succes-realtitet.



Handling



RUL SNEBOLDEN

Find så mange løftestænger som muligt!

Det mest præcise ord, der findes for følgende princip, er det engelske "leverage", som betyder indflydelse, at løfte. Det danske ord for effekten ved leverage kan være løftestang. En løftestang virker grundlæggende ved, at vi via afstand øger effekten af vores indsats. Helt lavpraktisk kan det være at løsne dækket på en bil, hvis skruerne sidder fast. For-

længer vi håndtaget på det værktøj, vi bruger, så afstanden mellem vores indsats og skruen, vi ønsker at løsne, øges, vil opgaven være klart nemmere at løse.

Vores egen styrke øges, uden at vi reelt har fået flere kræfter. Det er handlingernes essentielle potentiale. Vores adfærd skal støtte op omkring vores tanker, ord og følelser, men skal vi høste fuld effekt af vores handlinger, skal vi implementere leverage-princippet i vores arsenal af personlige handlings-

kompetencer. Ved at forstå og iværksætte din succes kan vi øge effekten af vores indsats mange fold. På nøjagtig sammen måde, som Fiasko- og Succestankesættet har påvirket os hele vejen fra, hvad vi tænker om os selv og andre, bruger både Fiasko og Succes vores handlinger ved at manifestere og bevise egen kvalitet i verden. Vi indretter alle vores adfærd, så den passer til vores grundfilosofi, og vi gøder vandene via vores ord og følelser. Det er ikke tankerne, ordene, følelserne eller handlingerne alene, der sætter dagsordenen, men det er deres interne samarbejde og fælles front, som er det afgørende parameter. I virkeligheden er gennembrud.nu-systemet og Business Unusual-tankesættet et samlet leverage-værktøj. Et værktøj, som hjælper os med at skubbe en sneboldeffekt i gang i vores business eller/og liv. Vores handlinger og adfærd er den sidste bastion, som vi for Guds skyld ikke må overlade i "fjendens" hænder. Hvis du ønsker at skabe gennembrud, hvis du virkelig mener, at du vil have succes, så må du for ingen pris i denne verden forfalde til at dyrke Fiascos finurligheder og discipliner.

Leverage-princippet in action

Vi skal ud og spille golf, og den, som vi skal spille med, giver os en udfordring. "Lad os spille om kr. 50,- på første hul, og derfra doubler vi indsatsen på hvert hul. Herre Gud, kr. 50,- og dealen er indgået. Essensen i golf er som i alt andet. Hvert hul på en golfbane er designet forskelligt. Enhver salgssituation er designet forskelligt af omstændighederne. Enhver ledelsesudfordring er designet forskelligt af de omstændigheder, den er opstået i. Vejen, fra vi starter "hullet", til vi er færdige, varierer hele vejen, men den påkrævede indsats er grundlæggende den samme. At slå til bolden kræver fokus, den rette indstilling, den rette fysik og en række andre indsats. Sådan er business, salg og ledelse også.

Når vi starter ved første hul, er vi relativt afspændte. Indsatsen, der kræves af os, de kr. 50,-, sætter ikke det store i gang i os. Sådan starter alle leverage-processer, og vi er afspændt, da indsatsen er ubetydelig. Spillet er i gang og udvikler sig:

1. hul = kr. 50,-
2. hul = kr. 100,-
3. hul = kr. 200,-
4. hul = kr. 400,-
5. hul = kr. 800,-
6. hul = kr. 1.600,- ← *Begrænsning*
7. hul = kr. 3.200,-

Så sker der noget. Indsatsen begynder at påvirke os, og både vores tanker, vores ord og vores følelser skifter. På vej hen til hul 7 påbegynder vores tanker en vandring. "Kr. 3200,-, har jeg overhovedet så meget på min konto? Uhh, det er mange penge. Jeg skal virkelig tage mig sammen nu! Det er super vigtigt, jeg ikke fejler. Jeg skulle ikke have sagt ja til det her, bare jeg dog snart lærer at holde min mund lukket". De kr. 3200,- skal ikke tages alt for bogstaveligt her. Essensen er, at indsatsens størrelse på et tidspunkt provokerer og udfordrer os så meget, at vores tanker skifter gear. Vi begynder at tale anderledes eller bliver måske stille. "Kom nu, kom nu, kom nu", hvisker vi til os selv, når vi sætter fødderne i græsset ved bolden. Fugten i håndfladerne er øget, og vi kan mærke vores insisterende følelse, der siger: "Gør det nu ordentligt". Det næste, der sker, kender vi alle sammen, "bolden" ender alle andre steder, end hvor den skal, og vi skal nu ud og finde den, og vi ved kun sådan ca. hvor den er. Her er vores første reelle behov for at arbejde med transformation 1, 2 og 3, og vi skal have Succes på banen, og det eneste, han skal gøre, er at beslutte, at siden golf er et spil bestående af 18 huller, og vi har sagt ja til spillet, så spiller vi alle 18 huller uan-



Handling

set hvad. Forskellen på Fiasko og Succes er, at Fiasko aldrig vænner sig til at spille med store indsatser, hvorimod Succes stille og roligt lærer dette. Forskellen på Fiasko og Succes er, at Fiasko giver op, når han når sin begrænsning, mens Succes går ind i begrænsningen og sætter alt ind på at lære og blive bedre. Fiasko beslutter, at golf ikke er et spil for ham, og han skal nu finde et nyt spil, som han kan lide, og som kan bringe ham rigdom og lykke. Succes ved, at rigdom og lykke er en tilstand og ikke en omstændighed, og han arbejder på at skabe tilstanden i det spil, som han "kom til" at sige ja til.

Bliv i spillet

Nu fortsætter spillet med mange tanker at forholde sig til og følelserne uden på tøjet, og de næste huller afvikles.

- 8. hul = kr. 6.400,-
- 9. hul = kr. 12.800,-
- 10. hul = kr. 25.600,-
- 11. hul = kr. 51.200,- ← *Transformation*
- 12. hul = kr. 102.400,-

Fordi vi ikke lod egne begrænsninger stoppe os og blev i spillet, har vi nu indgået i omstændigheder, hvor indsatsen hurtigt er blevet større og større. Mellem hul 11 og 12 sker der pludselig noget. Succes har relativt hurtigt lært af fejltagelserne og begynder igen at finde ro, fokus, nærvær og systematik. Når vi stiller fødderne i græsset ved det 12. hul, er vores fokus ikke længere på indsatsen, som hullet koster, men mere på indsatsen, som vi skal levere. Det handler ikke om at vinde, gøre det godt eller fremstå rigtig. Det handler om svinget, oplevelsen og nydelsen. Vi har lært af spillet, og vi begynder at blive gode til det. Vi handler i overensstemmelse med spillets regler og ikke i overensstem-

melse med vores ønske om at vinde. Vi er begyndt at forstå, at hvis vi kender spillet og spiller spillet, øger vi vores mulighed for at få det, vi ønsker os – sejren!

Transformation er den destination, som alle, der bliver i spillet, rammer. Alle med en nogenlunde fungerende krop kan lære håndværket i golf. På samme måde er det med alt andet. Har vi de helt basale omstændigheder på plads, kan vi alle lære håndværket og nå niveauet for transformation. Det interessante ved, hvor langt håndværket kan føre os, er, at indsatsen allerede provokerede os ved kr. 3200,- og vi mærkede vores begrænsning. Ved hul 12, hvor vi finder vores transformation, er muligheden for udbytte mangedoblet. Det "eneste", det har krævet af os er, at vi lærer at håndtere større indsatser. Fra kr. 3200,- til kr. 102.400,- på fem gentagelser. Indsatsen kan selvfølgelig også være alt muligt andet end penge.

- 13. hul = kr. 204.800,-
- 14. hul = kr. 409.600,-
- 15. hul = kr. 819.200,-
- 16. hul = kr. 1.638.400,- ← *Gennembrud*

Efter transformationen begynder det at gå stærkt. Fordi vores tanker, ord og følelser sætter sejlet for en solid adfærd, begynder vores indsats at give belønning. Vi har arbejdet med at forstå vores egen transformation grundigt, og det gør det muligt for os at levere vores indsats i fuldstændig ro. Når vi planter fødderne i græsset ved hul 16 og spiller om kr. 1.638.400,-, er vi blevet ét med spillet golf. Det er ikke længere et spil, vi spiller. Vi er spillet. Vi ejer det til mindste detalje, og den eneste forskel på os og de andre, der ikke står her, er, at vi blev i spillet og arbejdede med vores grønne, gule og røde zoner: hvad kan jeg allerede, der virker, hvad burde

jeg lære, og hvad skal jeg stoppe med at gøre? Vi blev ét med vores budskab; lærte spillets matematik at kende; fandt den manglende viden; vi lærte sproget, som førte os videre og gav os adgang til den rette viden; og vi integrerede det i vores adfærd; vi tog ansvar for at kommunikere det rigtige til os selv og omverdenen. I stedet for at kræve af spillet, at det skulle gøre os rige, begyndte vi at give rigdommen til os selv og holde fokus på egen indsats. Vores fokus på, hvad vores modstander havde gang i, trak vi hjem til os selv, og vi brugte energien der. Vi engagerede vores mod og beslutsomhed i spillet, og vi lukkede muligheden for at melde os ud af spillet inden de 18 huller, som det består af. Vi tog spillet ind under huden og blev (becoming) spillet. Vi levede det ud.

På den anden siden af gennembruddet høster vi frugten af vores handlinger. Vi blev, vi lærte og vi implementerede.

17. hul = kr. 3.276.800,-

18. hul = kr. 6.553.600,-

Vi er nu eliten i et spil, hvor vi for kr. 50,- fik adgang, og med den rette indsats kan trække kr. 6.553.600,- ud.

SÅ ER DET TID TIL AT HØSTE Sådan vinder Succes over Fiasko!

Ud fra dette eksempel er der i virkeligheden ingen logisk grund til at holde igen, når der er krise. Krise betyder i virkeligheden "bare", at vi har nået vores begrænsning. Vores tanker, ord og følelser reagerer, og hvis vi ikke arbejder aktivt, vil begrænsningen sprede sig til vores handlinger. Vi skal have sat gang i leverage-processen i vores business eller liv, og din succes er min succes-princippet er klar til at blive implementeret. Der er fem vigtige ting, som vi skal have gjort, så vi kan høste i stor stil frem for at lade os styre af vores begrænsninger:

- Invester i det rigtige frø!
- Få lagt rigeligt i jorden!
- Plej din mark!
- Høst i tide!
- Få mest muligt ud af dit udbytte!

Sneboldeffekten, leverage-princippet og Succes-sejlet handler om at designe adfærd og handlinger, som hele tiden genererer mere og mere ved samme indsats. Andre mennesker er nøglen hertil. Andre menneskers tid, viden, penge, ressourcer, og hvad de ellers har at byde på. Jeg taler ikke om udnyttelse men om, at hvis vi møder verden med en indstilling, hvor vores handlinger fortæller, at andres succes er vores egen succes, at din succes er min succes, vil vi kunne flette indsats med andre, og det vil sætte leverage-princippet i gang. Snebolden vil trille hurtigere og hurtigere, den vil blive større og større, og udbyttet vil øges drastisk.



Handling

“Universet” belønner action! Om action er positiv eller negativ, så vil “belønningen” komme. Er min action at holde igen, så får jeg “holde igen”-præmier. Er den smart thinking, får jeg “smart thinking”-præmier. Andre reagerer på min adfærd, og lige som transformation 4 og 5 lærte os at invitere de rette mennesker og ord og afvise de forkerte, så opererer adfærd på samme præmisser. Vil du gerne have Succes, så find andre, der vil have Succes – det er næsten ligegyldigt med hvad, bare din integritet ikke bliver kompromitteret heraf – og hjælp dem. De vil automatisk hjælpe dig. Selvom eksemplet er lidt enkelt, er jeg sikker på, at du kan følge mig. Vi kan ikke forklare, hvorfor “universet” fungerer sådan, det gør det bare. Og det vi kan gøre, er at lære reglerne at kende og så bruge dem optimalt.

Invester i det rigtige frø

Landbrug er baseret på erfaring. Hvad virker, og hvad virker ikke? Det samme gælder, når vi skal finde det rigtige at investere i. Erfaring med hvad der virker, og hvad der ikke virker, kommer ikke af at sidde og vente. Den kommer af at prøve sig frem og sætte det, vi allerede ved, i action. Så det er fint at styre sine udgifter, men vi skal altså også så nogle indtægter. Det er fint at skruer ned for forbruget, men vi skal altså også have input. Frygt hjælper os ikke – det er tid til at finde det ”spil”, som vi vil investere i!

100 meter-løberen skal ikke fokusere på risiciene, når han løber. At fokusere på risikoen skaber taber-adfærd. Men risikoen er samtidig relevant, og det er leverage-princippet, der kan løse paradokset. 100 meter-løberen finder et menneske, med Succes ved roret i eget Mindset A/S, og hans passion er løbebaner. Han ved præcis, hvordan en bane skal se ud, og han har overblik over alle de risici, som et 100 meter-løb indeholder, når det kommer til banens

tilstand. Han ansættes ikke til at fortælle løberen om alt det her. Han betales ikke for det, han ved, men hvad han gør med det, han ved. Han ansættes til at komme ud på banen og sørge for, at de mulige risici er minimeret, så løberen frit kan fokusere på at løbe. Det er leverage. Løberen ser, at ved at give manden sit drømmejob, bliver mandens succes løberens succes.

Få lagt rigeligt i jorden

Når du har fundet din investering (sælge mere papir, aktier, foredrag, mennesker, dit forhold osv.), er det afgørende, at du er aktiv. At du får “lagt så meget i jorden” som muligt. Lad alle de andre om at læse Børsen, se tv-avisen og lytte til kollegernes brok, og vær den, der er ude i “marken” for at skabe et solidt grundlag for en god høst! Drop sladder og negative udtalelser! Implementer leverage-princippet i din adfærd, og forfald aldrig til at skulle gøre alt selv. Det er fint at være god til noget selv, men hvis ikke vi ser andres succes som vores egen succes og formår at parre dem med hinanden, vil vi ikke skabe gennembrud. Det betyder ikke, at vi ikke kan føle personlig tilfredsstillelse, men et gennembrud bliver det aldrig. Et gennembrud er helstøbt succes, og hvad hjælper det verden, hvis din succes kun er for dig og ikke involverer andre?

Plej din mark

Det er lidt ligesom hjemme i baghaven. Hvis ikke vi vander og luger ud – så tager ukrudtet over. Sådan er alt andet også. Så hvis din “mark” i form af din forretning eller parforhold ikke får din FULDE opmærksomhed i action, vil sandsynligheden for din Succes ikke være særlig stor. Det er her, det er klogt at bruge penge og/eller levere en stor indsats. Brug dem på at pleje din mark – lad ikke frygt-løkken lokke dig til at lade stå til.

Høst i tide

Hvis vi lader "frugterne" hænge for længe, rådner de. I business hedder det grådighed. Lad være med at vente på, at der måske sker mere. Når frugten er moden, er den moden. Den kan ikke blive ekstra moden. Hvis ikke du ved, hvordan du kan spotte en moden frugt, så spørg nogle, der ved mere end dig! Hvis vi høster for tidligt, er frugten bitter, som f.eks. når vi forlader spillet i utide.

Få mest muligt ud af dit udbytte

Det er lidt det samme billede her. Hvis du laver en Onkel Joakim, så rådner dit udbytte op, og så får du intet ud af det. Sælg det, mens det er noget værd – lav ikke en friværdis-finte her!



LEVERAGE DINE HANDLINGER

Guide til implementering

Leverage skal styres, vi skal have Succes til at være kraften bag princippet. Derfor bliver transformation 8 og 9 vigtige at arbejde med. Her er en række mulige actions, som kan sætte princippet i gang. Erfaring er bedre end idéer i denne sammenhæng.

- **Find mennesker med de rigtige erfaringer**

Et kraftfuldt leverage-potentiale er andre menneskers erfaringer.

- Mennesker, som har begået fejl, og hvis erfaring kan hjælpe os til at undgå de samme fejl.
- Mennesker, som har skabt succes, hvor deres erfaring kan hjælpe med at sætte vores eget sejl.
- Mennesker, som ikke har fået gjort noget ved noget som helst. Lyt til deres sorg og fortrydelse, og undgå at gentage dette negative mønster.
- Lyt til dine nærmestes oplevelse af dig, og brug deres erfaringer om dig til at løfte dine personlige kompetencer med.

- **Anvend andre menneskers tid**

Når vi formår at anvende andres tid, kan vi hurtigt skabe resultater. En del af helstøbt succes er, at vi ikke bruger overdrevne personlige ressourcer på at nå frem.

- Find mennesker, der er passionerede omkring noget, du har brug for, og giv dem muligheden for at bruge deres tid herpå.
- Tid er mere værd end penge. Betal gerne andre for at frigive din tid til det, der bedst kan betale sig.
- Virkelig succesfulde mennesker værdsætter deres tid, og for at tiltrække deres "gunst" er det vigtigt at øve sig i at være andre menneskers tid værd.
- Hjælp andre med at bruge deres tid optimalt, og de vil nemmere kunne benytte deres ressourcer.

- **Andre menneskers penge**

At hjælpe andre med at få deres penge til at yngle, er en uvurderlig evne, når det handler om at skabe rigdom.

- Bliv god til at lære andre at tjene penge, ligesom du selv gør. Få dem til at arbejde sammen med dig.
- Lær at skabe koncepter, som giver pengesterke mennesker lyst til at investere i dem.
- Lær pengesproget, så du kan få adgang til mennesker med penges viden.
- Lær de grundlæggende principper om penge at kende, så bliver du selv interessant at investere i.

- **Andre menneskers ressourcer**

Ressourcer i denne sammenhæng betyder kvaliteter. Alle mennesker har kvaliteter, og jo bedre vi er til at anvende dem, jo mere leverage vil vi skabe.

- Lær andre mere om deres egne positive kompetencer.
- Vær på en måde, så andre bedre kan lide sig selv sammen med dig.
- Når du kritiserer, så tilbyd andre en løsning også.
- Når du vurderer andre, så husk både deres plusser og minusser.
- Vær den der løfter andre og ikke trækker andre ned.

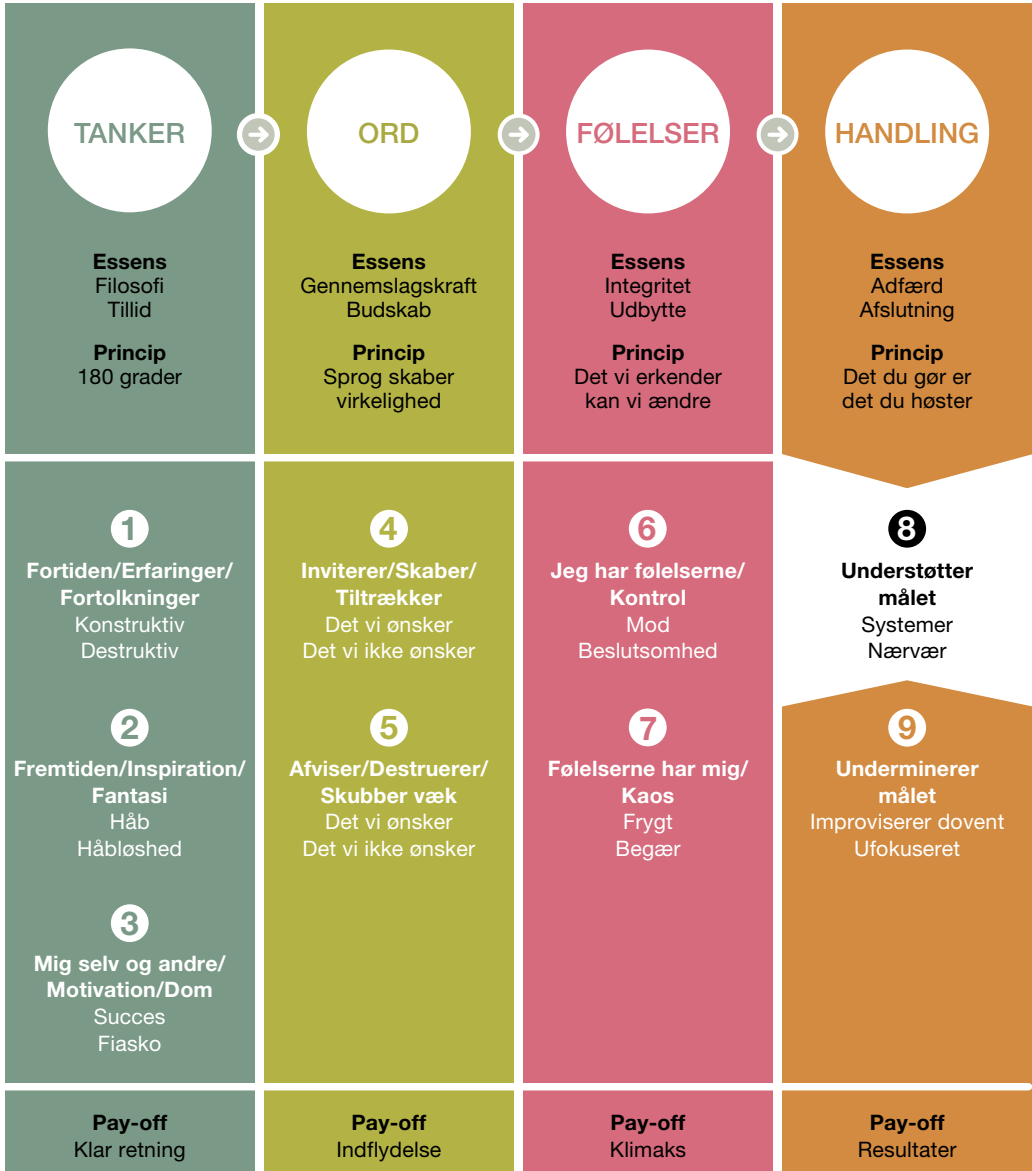
- **Andre menneskers støtte**

Vi er alle flokdyr. Det handler ikke om at fedte for andre, men om ikke at skabe situationer, hvor vi føler os ensomme. Denne følelse kan være både bevidst og ubevidst for os selv.

- Vær mere interesseret i andre end interessant for andre.
- Giv andre noget, de kan holde fast i.
- Efterlad altid andre i lidt bedre tilstand, når du går, end de var i, da du kom.
- Bryd kun noget ned, hvis du også har tid og ressourcer til at bygge noget op igen.
- Forlang aldrig, inviter altid.



Handling





TRANSFORMATION 8

Adfærd, der understøtter vores ønsker/mål

”Vores handlinger skal støtte op om vores målsætninger, og vi udelukker paradoksale budskaber. Dette er attituden hos det Succes-styrede menneske, der opererer ud fra to banebrydende værdier.”



I dette kapitel får du

SÅDAN SIKRER VI GENNEMBRUDET

Succes starter snebolden!

BRANDING BEHAVIOR

Sådan handler vi os til succes!

GENNEMBRUD – NU!

Det er nu, vi skaber gennembruddet!

ACTION GUIDE TIL SYSTEMER OG NÆRVÆR

Fra tanke til resultat!

Inspiration til dette kapitel

Succes fokuserer på at finde den adfærd, som er med til at cementere og manifestere dine ønsker. Succes overgiver sig ikke til offerrollen, hvor tiden investeres i at finde forklaringer på, hvorfor resultaterne ikke handler om egen indsats, men mere om ydre omstændigheders lunefulde spil. Succes ejer egne resultater, både de gode og de dårlige, og er fast besluttet på at nå frem, det er kun et spørgsmål om hvordan! At bygge en adfærd og et handlemønster, som bringer idéer til handling og drømme til realitet, er Succes' game-plan, hvorimod Fiaskos handleplan sigter mod at have ret. Fiasko tør ikke indrømme egne fejl og bruger langt de fleste handlinger på at lægge et røgslør, som forhindrer andre i at opdage hullerne i osten. Det sørgelig ved denne aktivitet er, at mennesker, der følger Fiaskos strategier, til sidst ender op med selv at tro på løgnene.

Det Succes-orienterede gennembrud bygger på en tråd af aktive valg, hvor Fiaskos tråd mere bærer præg af tilfældigheder. Transformation 8 er Succes' handlingsplan, og der er ikke megen plads til Fiasko. Når vi når til det punkt, hvor det er tid til handling, er det vigtigt at forstå, at tiden, hvor fokus er på Fiasko, er overstået.

Dette kapitel lærer os, hvordan målrettet og gennem-brydende handling designes.



SÅDAN SIKRER VI GENNEMBRUDET Succes starter snebolden!

Essensen af transformation 8 er, at vi bygger og designer handling/adfærd, der UNDERSTØTTER vores målsætning. Når vi understøtter vores målsætning, handler vi på grundlag af to ting:

- Systemer
- Nærvær

Systemer handler om, at Succes hele tiden sørger for at frigive kapacitet, så leverage-princippet konstant udvikler sig. Rent teknisk handler det om, at så længe de 16-18 bevidste bit per sekund er optaget af at løse noget, er der ikke plads til at putte nye opgaver ind. Systematikken består i at tage de dele af vores hverdag og liv, som virker konstruktivt og understøttende for vores målsætninger og strukturere dem sådan, at de ikke kræver ekstraordinær opmærksomhed. En kalender, der styres ordentligt, er et godt eksempel. Når vi ved, at vores kalendersystem virker, så kan vi frigive den energi, som baghovedet bruger på ikke at glemme det hele.

Atleten gør det samme med træning. Vi finder ud af, hvad der virker og ikke virker. Dernæst sætter vi en plan op, og når den er på plads, så følger vi den til punkt og prikke. Skal der justeres undervejs, gøres dette, ikke ud fra følelsen af, om det blæser lidt for meget i dag, men fordi vores leverage-hold omkring os har sat erfaringer og ressourcer ind på at forbedre vores systemer. Systemer er kun systemer, hvis de har fået så lang en tidsperiode at virke over, at de har bevist deres værd i både med- og modgang. Systemer er som et forhold, og tiden vil vise, om de holder.

Nærvær kan også sammenlignes med fokus, men hvor mange tror, at fokus kun handler om mental

opmærksomhed, er tankerne alene ikke nok. Nærvær er essensen af, at vi i gennembrud.nu-systemet skaber synkronitet mellem vores tanker, ord, følelser og handlinger. Nærvær er, at vores fulde væsen er stillet ind. Nærvær er den kvalitet, som får os til at opdage, registrere og udnytte alle de små detaljer, som gør den store forskel. Det er de detaljer, som Fiasko på ingen måde har øje for, og som rigtig, rigtig mange mennesker aldrig bruger, fordi de smutter ud af spillet, når de møder deres begrænsning. Nærvær skaber rummelighed, som giver den lille ekstra plads, der skiller vinderne fra taberne.

Rummeligheden er det, der får os til at trække vejret en ekstra gang, når krisen kradser eller potentialet åbner sig, så vi når at designe den rigtige adfærd. I alt for mange succes-systemer forherliges hurtige og rigide beslutninger som noget, succesfulde mennesker gør. Men det er overset, at langt de fleste helstøbt succesfulde mennesker bruger Power-Kommunikationens første princip ekstraordinært dygtigt: bliv ét med dit budskab! Når vores nærvær har gjort os ét med vores mål eller budskab, kan det virke på omverdenen som om, at vi tager hurtige beslutninger. Det gør vi ikke, men vi har simpelthen bare forberedt os selv grundigere, end langt de fleste andre ville gøre. Derfor kan en her og nu-situation tackles kompetent.

For at gøre systemer og nærvær til en fast bestanddel af vores adfærd og handlinger er det vigtigt, at vi dyrker gennembrud.nu-systemets konstruktive retning:

Hele rejsen til systemer og nærvær er, at vi disciplineret vender vores erfaringer, som omhandler faktorer, der har med vores mål/ønske at gøre, til noget konstruktivt. Det hjælper ikke noget, at vi holder fast i, at kunderne altid bare er fokuseret på prisen, hvis målet er større omsætning. På samme

måde er det vigtigt, at vi sikrer os, at den måde, vi tænker fremtid på, skaber håb. Håbet er lyset for enden af tunnelen, og uden det er der ingen, der gider bevæge sig. Vi skal aktivt søge det succesorienterede Mindset A/S. Den måde, vi dømmes både os selv og andre på, ender op med at være normaltilstanden i vores mentale fokus. Selvdisciplin, der sikrer en overvægt af Succes-dominans, er afgørende. Vores kommunikation skal brage vores tanker ud over stepperne. Det nytter altså ikke noget, at vi hele tiden taler om alt det, vi ikke ønsker os og samtidig pakker vores ønsker ind i flinkeskolesnak og indirekte budskaber. Succes-tanke sættet skal følges op af en kommunikationsstrategi og en kommunikativ udførelse, der inviterer Succes og afviser Fiasko.

Følelserne er den sidste bastion, inden vi handler. Vi påvirker vores følelser hele tiden via vores tanker og vores tale. Når først følelserne resonerer vores budskab, har vi frigivet en ufattelig kraft, som vi skal holde fast på som det rigtige. Det er vigtigt, at vi holder fast og ikke dyrker frygt og begær, men holder kontakten mellem hovedet og følelserne, så vores mod og beslutsomhed sætter retningen for vores handlinger. Fiasko arbejder systematisk og nærværende med sine egne ønsker, og Succes gør det samme. Det er os, der er herren i huset. Det er os, der udnævner direktøren i Mindset A/S, og det er os, der fyrer ham igen, hvis vi er utilfredse med resultaterne, eller han bliver for "dyr i løn". Leverage er en naturlov for handling, og spørgsmålet er, hvad den rullende snebold i virkeligheden er bygget af.

Succes er nærværende over for sine begrænsninger, det er Fiasko ikke. Succes møder og udfordrer sine begrænsninger. Fiasko stikker af og fortæller historier. Succes bliver ved, indtil transformationen rammer. Fiasko tror, transformation er en transmission. Succes bryder igennem. Fiasko bryder sammen. Adfærd, der understøtter vores målsætninger

og ønsker, sørger for at holde det bevidste fokus så frit som overhovedet muligt via aktiv indsats. Leverage-processen med stepperne begrænsning – transformation – gennembrud bruges til at systematisere de elementer, som bringer os frem, for at vende tilbage til at være nærværende over for processen. Frigivelsen af de 16-18 tilgængelige bevidste bit bruges til at være nærværende over for de elementer, som vil designe effektive vaner. Succes husker ikke sine aftaler, han skriver dem ned. Succes husker ikke sine kunders behov, han skaber løsninger, som hele tiden minder ham om dem. Succes leder ikke folk til resultater, han hjælper dem til at være en succes. Succes er ikke interesseret, han er involveret. Succes søger ikke kun at være den bedste, han leder også efter de bedste. Succes er ikke kun åben for muligheder, han skaber mulighederne. Succes følger ikke strømmen, han er strømmen. Succes ved, at han selv er en vane, som skal vandes, plejes og næres.

Systemer

Systemer brugt af Succes skaber frihed. Systemer brugt af Fiasko skaber bureaukrati. Systemer er i succesform fleksible og organiske og evner via egen kraft at holde sig opdaterede og relevante. Et rigtig godt eksempel på dette i praksis er hele applikationsudviklingen til smart phones- og iPad-området. Der er lavet en platform, som har en bestemt systematik, men brugerfladen er åbnet op for, at folk kan skabe deres egen software/applikationer. Det gør, at systemets fleksibilitet hele tiden rykker sig med brugerne, og at brugerne derved har direkte indflydelse på deres produkt. Vi kan blive en del af produktet og sætte vores eget særpræg på det, og det gør, at vi opbygger en ny form for loyalitet og tillid. Vi kan alle lide at kunne påvirke vores hverdag, og det gælder også de systemer, vi arbejder med. Det er ikke alle, der udvikler applikationer til iPhones, men alle har muligheden, og den type frihed kan vi godt lide.



Handling

Når Succes arbejder med systemer, er det lidt på samme præmisser. Succes bygger ikke et system for kalenderbrug, som dikterer, hvad alle døgnets 24 timer bruges til, men et system, der gør det nemt for os at strukturere alt det, som vi vælger at bruge vores tid på. Kalendersystemet må gerne inspirere os og give os muligheder for ”mere”, men det må ikke diktere vores tid eller fortælle os, hvad vi SKAL gøre. Et gennembrud kommer af at være unik. Det betyder ikke, at alt, hvad vi rører ved, skal være verdensrevolution, men det betyder, at vi vil sætte vores eget særpræg på det. Det, Succes kan, er at skabe særpræg, som aktiverer principperne for leverage. Succes strukturerer sig selv på en sådan måde, at andre begynder at investere deres tid, ressourcer og penge i ”projektet”.

Nærvær

Fiasko er nærværende over for alle de ”forkerte” ting, og Succes er nærværende over for alle de ”rigtige” ting. Vi kan sammenligne det med, at vi har et mentalt skrivebord. I skrivebordet er der to skuffer: en højre og en venstre skuffe. I den højre skuffe ligger alle de ting, vi ikke kan gøre noget ved: der er 24 timer i et døgn; der er forskel på mænd og kvinder; der er finanskriser; dollaren er faldet eller steget osv. I den venstre er der alle de ting, vi kan gøre noget ved: vi vælger selv, hvad vi bruger døgnets 24 timer til; vi benytter os af de forskelle der er på mænd og kvinder; krisen lærer vi en masse af; vi handler i en ny valuta. Fiaskos tendens er, at han tager højre skuffe med alle de ting, han ikke kan gøre noget ved, vender bunden i vejret på den og bruger hele dagen på at være nærværende over for indholdet.

Succes forholder sig omvendt til tingene i venstre skuffe, alle de ting han kan gøre noget ved. Succes er også nærværende over for forskellen på de to skuffer, mens Fiasko tror at højre skuffe er den eneste nuance, virkeligheden har at byde på.

Nærvær er at rette alle sine ressourcer mod et mål, ét ønske, en situation eller et menneske. Nærvær er at rette både tanker, ord, følelser og handling mod det samme objekt eller den samme tilstand.

BRANDING BEHAVIOR

Sådan handler vi os til succes!

Branding som begreb er desværre blevet udvandet og fordummet. Men branding som andet end et reklamestunt er både relevant og nødvendigt. Konsekvensen af branding er, at noget brænder sig fast og derfor ikke koster særlig energi at fastholde. At skabe en branding behavior betyder ganske enkelt, at vores adfærd brænder vores budskaber fast, sådan at det hverken for os selv eller dem, vi omgiver os med, kræver særlig mange ressourcer at forstå, holde fast i og hjælpe med at udføre. Hvis vi lever i et rodet hjem og forsøger at lære vores børn at rydde op ved at bede dem om det dagligt, er det vores adfærd, der leverer det stærkeste budskab, ikke vores ord. Når lederen beder sine sælgere om at yde en ekstra indsats, er det vigtigt at hans/hendes egen adfærd brænder dette budskab. Det er vigtigt at forstå, at branding for denne leder ikke bare er at arbejde flere timer selv. Det er en af de mindst effektive ledelsestendenser, som stadig er voldsomt udbredt her i 2010.

Fra håndværker til leder

Det sker typisk, at den lidt bedre elektriker på et tidspunkt skal have nye udfordringer, og han søger derfor et sælgerjob inden for branchen. Hans faglighed gør, at han kan relatere til kunderne, og de respekterer ham for hans faglighed. Det er gode tider, og det er derfor, en håndværker kan komme direkte fra gaden og avancere til at have ansvar for et budget (det er ét ud af flere mulige eksempler). Han kommer godt fra start, og hans salg stiger og stiger. Tiderne skifter, men fordi han har nået at bygge en god kundebase op, er han relativt succesfuld, og efter en årrække forfremmes han til teamleder i afdelingen. I alle tre step, som han indtil nu har foretaget i sin karriere, har han lavet en klassisk fejl, som mange andre også begår. Da han

gik fra håndværker til sælger, tog han håndværkerrollen med sig, og da han gik fra sælger til leder, tog han også sælgerrollen med sig. Det betyder, at hans tre jobfunktioner ligger i en lagkage og påvirker hinanden. Det er godt at have erfaringen, men det er ikke godt at tage rollen med sig.

For hver gang vi indtager en ny rolle uden helt at forlade den tidligere, optager vi kapacitet. De fleste løser dette ved at arbejde lidt flere timer, men på et tidspunkt har denne strategi sin begrænsning. Det er Fiaskos sammenbrudsstrategi, og vi skal skynde os at bytte den ud med Succes' gennembrudsstrategi. Der er selvfølgelig de umiddelbare og helt logiske muligheder for stress og ineffektivitet, men der er også risici i form af dårligt privatliv, skilsmisse, misbrug, stagnation m.m. Helstøbt succes skabes af hele mennesker, og for at være hel er det en vigtig faktor at holde vores røde zoner, vores misbrugstendens, i ave. Misbrug virker for nogle som en voldsom benævnelse, men det er lige præcis, hvad det er. Misbrug opstår, når få ting skal stimulere os meget, frem for at flere ting skal stimulere os en lille smule. Ligesom et heroinmisbrugs natur er, at der skal lidt mere til hver gang for at komme i nærheden af noget, der føles rigtigt, eskaleres ethvert andet misbrug også. Jagten går ud på at opnå en tilstand, som vi tidligere har oplevet via denne stimulans, men den udebliver – så vi skruer op for mængden. Det betyder i praksis, at vi stivner, og lederen råber lidt mere af sine ansatte, sælgere brokker sig lidt mere over priserne, og den administrative medarbejder forsøger at strukturere sig til et bedre samarbejde. Men en Succesorienteret handlingsplan bliver det ikke til. Når vi inddrager overdrevent mange timer i døgnnet til arbejde, kan ingen mennesker styre deres misbrugstendenser. Ja, de arbejder meget i Kina eller Indien. De er på mange områder blevet bedre end os, også når det kommer til innovation og brainpower, men vi kan slå dem på dette område. Det bliver en afgø-



Handling

rende faktor for vores fremtidige succes, at vi lever "work smart, not hard"-filosofien i praksis. Selvfølgelig skal der arbejdes, og her tales om overdrevet tidsforbrug som en ubalance. Så pointen er, at så længe vi ikke udvikler os ud af én rolle og ind i den næste, med en fast strategi for effektiv og gennembrydende adfærd, er sandsynligheden for Succes minimal.

Vi skal som virksomheder og mennesker sørge for, at vi ikke løser situationer med større og større mængde af samme indsats. Vi skal lære at udvikle nye "applikationer" på den samme platform. I dette spil er balancen mellem tid til indsats, restitution, tid til tanke og tid til handling vital. Fra håndværker til leder handler om, at vi hver især tager Succes Management-princippet til os. Vi er manageren for egen Succes, som bygger på leverage, hvor de konstruktive og stærke relationer er den bærende kraft. Vi arbejder systematisk på succes, ikke kun på resultater. Vi begynder at se tingene i et lidt større perspektiv, som ikke kun bevæger sig på det reaktive og reflektive emotionelle niveau, men spreder sig til det omni-emotionelle niveau også. Vi er nærværende over for de større linjer og ikke kun smalt optagede af opnåelser. I virksomheder betyder det, at afdelinger arbejder sammen og ikke kun under samme tag, og på ledelsesniveau betyder det, at vi samler de rigtige ressourcer og mennesker frem for at tage kontrol og styring. Den moderne leder, som ikke længere bærer håndværkerrollen med sig, skaber rammerne, som andre kan systematisere. De er nærværende over for sammenhænge og fokuserer på at skabe de omstændigheder, der får mennesker til at avle resultaterne, mere end de er optagede af at få folk til at avle resultater. Håndværkeren slår som i, og lederen er ansvarlig for byggeprocessen.

GENNEMBRUD – NU!

Det er nu, vi skaber gennembruddet!

Transformation 6 lærte os, at gennembruddet ligger i nuet. Vores evne til at levere nærvær i nuet er det sidste krydderi, der får gennembruddet til at manifestere sig. En salgssituation kan godt gå godt, hvis vi leverer de rette værktøjer i den rette kontekst, men evner vi at være nærværende over for de små detaljer, som værktøjerne ikke forklarer os lige her og nu, har vi drastisk øget sandsynligheden for Succes. Hvis vi som ledere er opmærksomme på her og nu, kan vi springe en masse analyseværktøjer over, spare en voldsom masse penge, og bevæge os langt hurtigere til kernen. Nærvær er et grundlæggende princip, som alle mennesker, uanset alder, køn og nationalitet, reagerer på. Reaktionen er kontakt. Kontakt til hinanden, kontakt til situationen, kontakt til udfordringen, kontakt til muligheder og kontakt til potentialet. Vi kan ikke tricke os til resultater og succes, der er kun én vej – kontakt. Mange har skabt formuer ved at være i kontakt med markedernes behov, brugernes behov og kundernes ønsker. Ledere har haft succes med at skabe kontakt til medarbejdernes personlige passioner og ambitioner, kontakt til virksomhedens uudnyttede ressourcer og muligheder og en solid og professionel kontakt til bestyrelsen. God opdragelse handler om god kontakt til børnenes liv og færden, og et godt parforhold handler om kontakt til hinanden og de følelser, som binder os sammen.

Handling er at gøre noget nu. Branding Behavior er at gøre noget lige nu, der skaber leverage på vores målsætninger og ønsker. Alt for mange handlingsplaner er ikke systematiske i forhold til målet, men langt mere fokuserede på at få det, vi plejer at gøre, til at give mening i forhold til det nye mål. Nærværet går til håndværksprægede opgaver i stedet for Succes Management-elementerne. "Nu-delen" af

gennembruddet er afgørende, når vi når til handlinger. Når vi f.eks. er i kritiske situationer, er det helt afgørende, hvordan vi reagerer. Og uanset, hvor gode forklaringer til panik, der er – så har handlinger foretaget i panik aldrig hjulpet nogen. Panik er resultatet af, at vi ikke er i kontakt her og nu, og at skræk-senarierne har taget overhånd. Derfor er personligt overskud det, der bør stå øverst på prioritetslisten, og det skabes ved at systematisere og være nærværende. Det er sjældent, at det ligger lige til højrebænet at tage tid ud til f.eks. eftertanke og familien, når ens forretning er påvirket økonomisk af en situation, som føles fuldstændig ude af kontrol. Situationen er måske ude af kontrol, men det behøver vores følelser ikke at være af den grund.

Løsninger skabes i overskud – huller graves i panik

Så et ord som finanskriser betyder i virkeligheden ikke andet, end at visse forhold har ændret sig. Paniktyperne, der i panik forsøger at holde fast i de gamle forhold, er dem, der er i VIRKELIG krise, mens accepttyperne, der accepterer situationen og skaber løsninger, VINDER! Igen er forskellen systemer og nærvær. Løsninger kræver overskud – og vi skaber ikke overskud ved at arbejde os selv i knæ. Vi skaber overskud ved at gøre ting, der lader os op menneskeligt – mennesker skaber business, så det er menneskers tilstand, der afgør, hvor effektiv en virksomhed er. Mennesker med overskud kan levere en kraftfuld og effektiv arbejdsindsats, der gør en forskel. Taberne er dem, der arbejder fuld kraft frem og slukker alle ildebrandene – for det er godt nok en stor indsats, men stor indsats stående på samme sted skaber huller!

Intelligente løsninger

En kunde, som de sidste mange år har beskæftiget sig med pantebrev og køb/salg af ejendomme, fortalte, at en af hans vigtigste samarbejdspartnere har ansat nyt personale under krisen. Hele idéen

bag det er, at hvis der er flere hænder til at få pantet hjem, så mister de mindre omsætning – det er en intelligent løsning, og den har allerede båret frugt. De forholder sig til markedet, men markedet bestemmer ikke, hvordan de reagerer. Mange reagerer maskinelt, og som konsekvens af manglende nærvær og systematik afskediger de ansatte og nedjusterer forventningerne. Nedjusterede forventninger påvirker i de børsnoterede selskaber aktien, og aktiens handelsværdi falder. I de andre virksomheder falder motivationen og derfor indsatsen for det nærværende personale. Årsagen er enkel – der skal ydes mere for mindre belønning – det holder ikke!!! I begge situationer mødes tingenes tilstand med pres fra og på toppen af virksomheden. Cirklen gentages endnu en gang og en ond spiral kører.

→ LØSNINGEN

- Find en vej til at acceptere den aktuelle situation.
- Find ud af, hvilke fordele dette indeholder.
- Pas godt på dig selv og dit personale, eller de relationer, der er vigtige for dit gennembrud – fokuser på at skabe motivation og håb.
- Lav en seriøs handlingsplan ud fra de fundne fordele.
- Brug den skabte motivation til at udnytte markedets tilstand maksimalt.
- Sæt målrettet og massiv indsats i gang.



Handling

ACTION GUIDE TIL SYSTEMER OG NÆRVÆR Fra tanke til resultat!

- **Sørg for at allokere tid til nærvær.**
 - Dette kan i det første stykke tid virke som en noget udefinerbar øvelse. Værdien bliver først tydelig, når vi har skabt en vis mængde erfaring hermed.
- **Tal med de mennesker, som er vigtige relationer for dit gennembrud, og find ud af hvad der optager dem.**
 - Det er tæt på umuligt at skabe stærke relationer til mennesker, som vi ikke ved hvad er optagede af. Hvis vi tager "din succes er min succes"-princippet alvorligt, er det ikke muligt at manifestere, hvis ikke vi ved hvad andre oplever som succes.
- **Skab nærvær omkring dine forventninger og ønsker.**
 - Det er ikke effektivt at gøre det udelukkende ved tale. Branding Behavior betyder, at vi via vores adfærd skaber nærvær for både os selv og andre, på det der arbejdes hen imod.
- **Vær præcis og systematisk.**
 - Ofte reagerer andre mennesker med en fortolkning af, at vi er uinteresserede, når vi ikke er præcise og systematiske. Det kan f.eks. være at vi er upræcise omkring aftaler, eller kommunikerer på én måde den ene dag, og en anden den anden dag.
 - Det er vigtigt at bygge en stil, som andre forstår. Jo mere de forstår os, jo mere leverage kan vi skabe.
- **Byg systemer omkring tid, penge og ressourcer.**
 - Disse tre ting skal altid behandles med nærværende og systematisk adfærd.
- **Opsøg viden og inspiration systematisk.**
 - Alt for ofte nedprioriteres vores egen udvikling til fordel for opgaver. Det betyder kort sagt, at jo mere vi arbejder, jo mere falder vores reelle værdi på et marked bygget op omkring et videnssamfund.
- **Sæt tid af til innovation.**
 - At opsøge konkret tid, som er prioriteret til innovation, er en solid og kraftfuld adfærd.
- **Byg systemer, som andre kan forbedre.**
 - Tilbage til eksemplet med iPhone. Lad andre bygge deres "applikationer" til dine systemer. Så er det sjovt at være med.

- **Vedligehold og vær nærværende over for dine systemer.**

- Udtrykket passiv indkomst misfortolkes oftest som en indkomst, vi ikke skal bruge tid på. Passiv betyder egentlig, at udbytte i forhold til indsatsen er løftet (leverage), men vi skal løbende holde øje med, at systemet stadig virker og er optimalt.
- Dette gør sig gældende for alle systemer vi bygger.

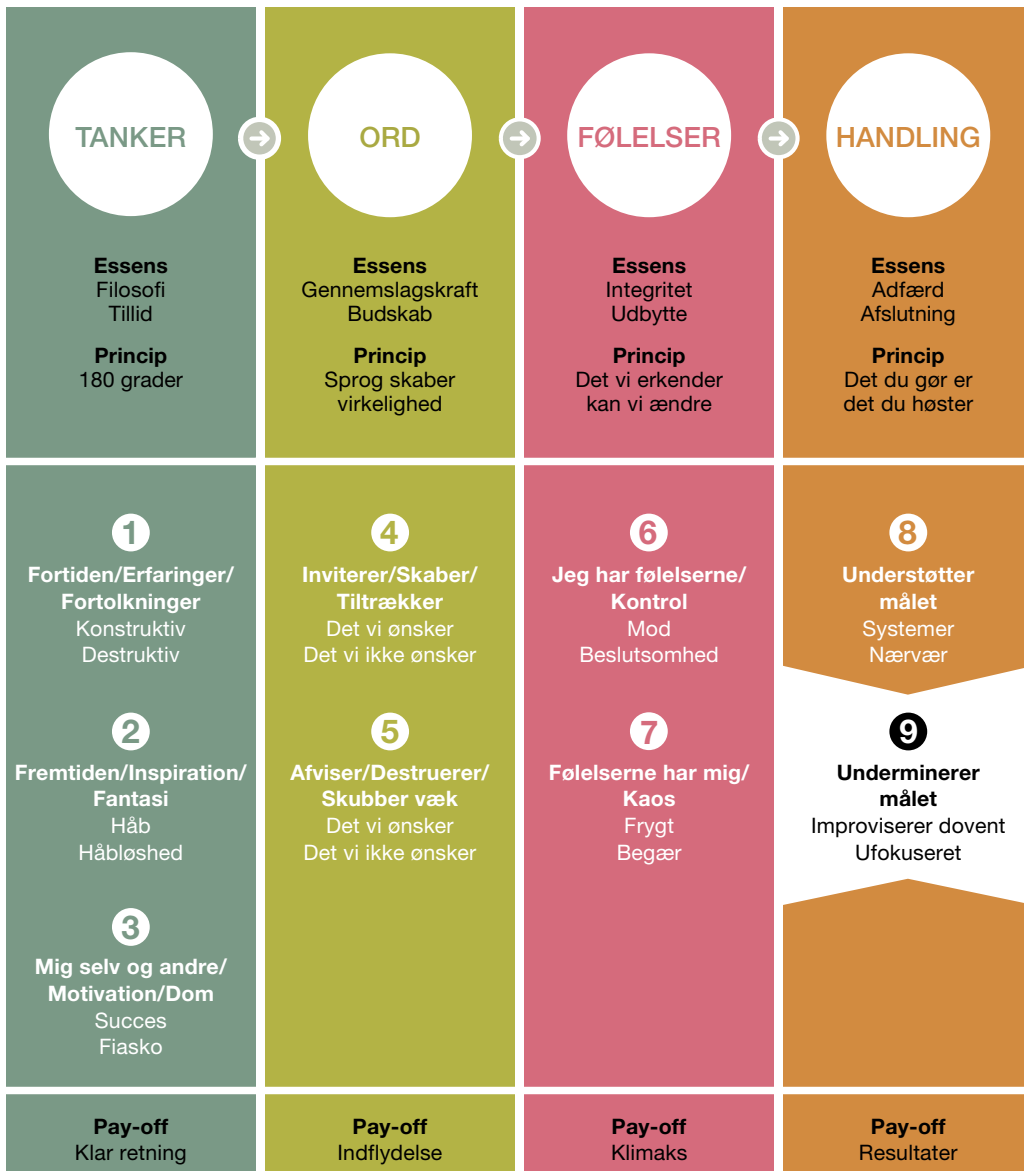
- **Rør ved knuderne.**

- Vi kan kun binde knuden op, hvis vi rører ved den. Ingen problemer løser sig selv, hvis ikke vi investerer nærvær i dem.

Alle disse punkter er konkrete actions. Hvis de bruges som ren inspiration, virker de ikke.



Handling





TRANSFORMATION 9

Adfærd, der underminerer!

”Hver gang vi opdager handlinger, som ikke virker, er det vigtigt, at vi får den stoppet eller udviklet. Transformation 9 viser os måder, hvorpå vi kan identificere destruktiv adfærd.”



I dette kapitel får du

FIASKO NONCHALANT

Mangelfuld indsats underminerer!

HJERTET GIVER ADGANG

Stop den underminerende adfærd nu!

SAMLING

Det er tid!

NØDSTOPGUIDE FOR UNDERMINERENDE ADFÆRD

Plug out now!

Inspiration til dette kapitel

Hvis ikke vi kan identificere de ting, som ikke virker, er det svært at lave dem om. Det kan til tider virke fascinerende, hvor meget tid vi kommer til at bruge på at gentage de samme fejltagelser. Folk kommer til at insistere, fordi de finder på alle mulige forklaringer om, at det giver god mening at skruer op for indsatsen, selvom den ikke virker. Det ses på alt fra helt små ubetydelige detaljer som brugen af computeren til de langt større linjer, hvor det handler om måden en virksomhed drives på, eller hvordan vi opfører os i relationerne til hinanden. Sælgeren, der konstant beskylder omstændighederne for at bære ansvaret for egen fiasko, eller lederen, der fortsætter sin egen stil trods udeblivende resultater. Adgangen til erkendelse af egen destruktive adfærd, eller en adfærd, som underminerer vores ønsker og mål, går igennem et Succesorienteret tankesæt. Den store forskel, som tidligere beskrevet, er, at Fiasko ikke vil se på egne fejl, mens Succes arbejder med egne fejl. Hvis vi lukker muligheden for evaluering af egen indsats og i stedet via evaluering af omgivelserne forsøger at opnå vores målsætninger, har Fiasko vundet slaget.

Dette kapitel lærer os at opdage og stoppe egen adfærd, der underminerer vores ønsker og målsætninger.



Handling

FIASKO NONCHALANT Mangelfuld indsats underminerer!

Helt grundlæggende er det meget simpelt at identificere underminerende adfærd og handlinger: de er mangelfulde og nonchalante. Men derfra skal der selvfølgelig nogle detaljer på, for understøttende adfærd og handling er også at betale prisen, men ikke overpris. Vi skal ikke overgøre indsatserne, vi skal levere de rette. Det ses ofte, at vi får fortalt os selv, at vi arbejder smart, men i virkeligheden er det dovenskab fulgt op af en rigtig "god" forklaring. Transformation 9 er altså vores underminerende adfærd og handlinger, og de kendetegnes på to ting:

- Doven improvisation
- Manglende fokus

Doven improvisation

Når vi er virkelig gode til et eller andet, er improvisation en naturlig del og et brugbart værktøj. Denne type improvisation bygger på grundig forberedelse, hvor f.eks. skuespilleren kan få input på en rolle, og fem minutter senere levere en troværdig udgave af rollen. Det er en blanding af erfaring, talent og håndværk, som gør denne improvisation mulig, og den er selvfølgelig helt fin. Den dovne improvisation bygger på dovenskab. Vi "gider" ikke øve os, forberede os, tænke os om, og vores formular er at tage tingene, som de kommer. For nogle er det blevet et trossystem at tage tingene, som de kommer. Vi kan ikke kontrollere hele verden og alle vores handlinger, men vi kan godt forberede os grundigt og seriøst. Den dovne improvisations taktik er at undgå indsatsen og suse direkte videre til udbyttet. Nogle gange er vi oven i købet så heldige, at det alligevel går, men vores handlinger handler om at øge sandsynlighederne. Dovenskab øger

sandsynligheden for Fiasko, og det er en stor fejltagelse at forveksle intuition eller mavefornemmelse med doven improvisation.

Et klassisk eksempel er salg. Rigtig mange sælgere udtrykker vigtigheden af at sætte sig ordentligt ind i kunden og kundens behov, og derfra skabe løsninger, der passer kunden behov. De fleste sælgere tager den fra loftet. "Jeg har meget erfaring, og med tiden lærer man at forstå sine kunder hurtigt." Det er så blevet forklaringen på, at forberedelse ikke er nødvendig. At sætte sig ordentligt ind i kundens behov bliver at præsentere de samme produkter, som vi plejer, på den måde vi plejer at gøre det. Forhåbentlig også at sælge den samme løsning, som vi plejer at sælge, så vi kan gå hjem til den tid, vi plejer at gå hjem på. Det kan være lederen, hvis dør altid står åben: "Folk kan bare komme ind med det, de ønsker, så finder vi ud af det!" og på den måde undgår at lette balderne og komme ud og snuse til folk i deres eget miljø. Det kan være medarbejderne, som har 1000 idéer til, hvordan systemerne skal ændres, så de ikke selv behøver at gøre noget, der er anderledes. Det kan være forældrene, der insisterer på, at deres børn altid kan komme til dem, altså mellem 21:34 og 21:37, hvor der er reklamepause imellem nyhederne og "Borgen".

Frygten for at tabe ansigt er en af frygtens værste begrænsninger. Den afholder os fra at indse og indrømme egne fejl. Den overtaler os til at tro, at hvis bare vi lyver omkring dem, så kan omverdenen ikke se dem. Løgneren er dog ofte mest effektiv for os selv. Vores fejl bliver vores røde zoner – noget vi bliver ved med at gøre, selvom det ikke virker. Vi er blevet dovne improvisations-junkier, og vi nægter at indrømme det. Det er som isbjergtet i vandet, hvor vi selv ser toppen, men på ingen måde opdager det, der ligger under overfladen. Vi kan ikke forstå, at alle andre styrer i en stor cirkel uden om

os, men de skal selvfølgelig ikke nyde noget. Deres skib er ikke styret af en kaptajn, der er så naiv at tro, at der kan bygges skibe, der ikke kan synke. Fiasko er rykket ind i vores lejr, og vores fix i at holde fast i den dovne improvisation er, at vi kan sige, at vores ære er vigtigere end vores ærlighed. I virkeligheden er det mere ærefuldt at rumme indsigt i egne uhensigtsmæssigheder, men vi går efter den kortsigtede belønning. Vi giver vores børn det rigtige tøj på og glemmer deres personligheder i en travl hverdag. Vi hidser os op over mennesker, som "forstyrrer" vores rytmer og påstår, at vi ikke er perfekte. Hvad bilder de sig ind? I virkeligheden er det de bedste venner, vi overhovedet har, fordi de er med til at kaste lys over vores egen skygge. Har vi overgivet os til Fiaskos strategi ved at fornægte egne fejl, vil vi stille og roligt begynde at pakke os ind i mennesker, som har valgt at tale os efter munden, eller helt har valgt at holde deres kæft omkring vores antiperfektheder. Vi møder måske et eller andet ubalanceret menneske på en tankstation, som dytter aggressivt af os, råber skældsord og vinker til os med en enkelt finger. Vi dømmes ham som en tosse, det er rimelig dovent i stedet for at se os selv i ham. Vi kunne konfrontere os med vores egen tilstand af følelser, der har os, eller oven i købet indrømme, at vi gav ham en god grund til at køre sine aggressioner af på os. Den dovne improvisation afholder os fra at lære, og vi spilder den ene dags oplevelser efter den anden. Vi bliver langsomt, langsomt kloge.

Dette udmunder i adfærd og handlinger, der underminerer vores mål og ønsker. Hvis vi vil have succes, er vi afhængige af andre mennesker, men mennesker, der har noget at byde på, holder sig væk, når vi ikke gider forberede os eller gøre os umage. Rigdom gider os ikke, fordi det eneste, vi tilbyder, er tid, og den er begrænset til 24 timer i døgnet. Rigdom vil have smart tænkning og aktiv adfærd

og forventer personlig udvikling – og det er ikke noget for os, som er drevet af doven improvisation.

Manglende fokus

"Jeg er virkelig god til multitasking", høres på gangene, og så skal vi ellers lade som om, det giver mening. Når vi spreder vores 16-18 bit bevidst fokus per sekund ud over flere opgaver samtidig, er det rimelig logisk, at effektiviteten formindskes. Vi insisterer på det modsatte, fordi kicket i at fare rundt er blevet en rød zone, som vi begærligt fix'er på. Vores junkieadfærd fortæller os de vildeste historier, og kreativiteten vil ingen ende tage. Vi fortsætter: "Jeg arbejder bedst under pres!" Nej, det gør du ikke. Pres skaber bl.a. adrenalin, og det er super godt, hvis der er en løve efter os, men langt de færreste har et succes-mål, der defineres ved at løbe fra en løve. Pres skaber en fin blanding kemi i vores hjerner, og ligesom så megen anden kemi kan, så kan denne også skabe afhængighed. Vi føler os effektive, fordi følelserne har os, og vores frygt og begær får, hvad Fiasko ønsker at give dem, men i virkeligheden er vi ufokuserede, ganske som når vi er påvirkede af alt muligt andet. Langt de fleste opgaver, vi stilles overfor, løses bedst uden pres. Dette ses bl.a. under forsøg, hvor der testes belønningsmodeller. Får vi stillet en simpel og veldefineret opgave, hvor vi kender hele processen, eller den er beskrevet på forhånd, er provision et fantastisk værktøj til at skabe fokus. Hvis du samler 120 kasser i timen i stedet for 100, stiger du med kr. 45,- i timen. Men har vi opgaver, hvor der skal tænkes kreativt eller ud af boksen, er provision en direkte modarbejdende faktor på udførelsen. Hvis du regner det her ud på én time i stedet for to, får du kr. 5000,- ekstra. Hjernene reagerer på belønningen som pres, og vores evne til at løse den mere udefinerede opgave falder. Provision er et godt værktøj til produktion, men til salg, udvikling, innovation og vidensbaserede opgaver er den med til at skabe manglende fokus. Manglende fokus opstår som konse-



Handling

kvens af stagnation. Når vi mister udviklingsdrivet, forsøger vi at motivere os ud af det, men det vil aldrig virke, hvis ikke fokus er på plads. Vækstfase 1 hjælper os med at skabe det rette fokus.

Når vi spreder vores fokus, er vi ufokuserede. Når vi vil have Succes med ALT, skaber vi i virkeligheden grundlag for Fiasko. Succes skabes af helstøbte mennesker, men ikke af perfekte mennesker. At være helstøbt betyder, at vi rummer os selv kærligt, på godt og ondt. At vi er afklarede med prisen for "produktet". Det betyder ikke, at vi er kyniske eller lukkede omkring det. Det betyder, at vi er afklarede. Manglende fokus er ofte konsekvensen af ubalance. Lederen, der har et stort ansvar blandet med et ustabilt privatliv, krydrer dette med forklaringer, som indikerer, at han godt kan skille det professionelle og det personlige fra hinanden. Det er fint nok, men at vi kan skille ting fra hinanden, hjælper os ikke. Denne øvelse kræver rent faktisk fokus, som så går væk fra noget andet. At skille ting ad kræver energi, og vi har kun 100 % af den til vores rådighed. Ligeså snart behovet for at skille det private og professionelle fra hinanden opstår, er der grundlag for manglende fokus. Vores 16-18 bit knokler derudad, vi skal glemme skænderiet med konen og den manglende kontakt til børnene, og så er det tid til at lave den nye og banebrydende forretningsstrategi. Hvis vi gider tænke en lille smule over dette, er det ret logisk, at vi ikke kan kræve mere af computeren end dens kapacitet, og det samme gælder for os selv.

Når vi har investeret energi i at skille det ene fra det andet, altså gentaget denne øvelse flere gange, bliver det en vane. Når vi møder vores ansatte, skiller vi det ene fra det andet. Når vi møder vores kolleger, skiller vi det ene fra det andet. Når vi netværker, skiller vi det ene fra det andet, og sådan fortsætter det derudad. Vi tænker ikke længere over

det, det er hele hemmeligheden bag vores vaner, og vanen er bygget på, at der var behov for at ignorere det ene for at få lavet det andet. Og det er lige præcis den vane, vi har skabt. Den er bygget på manglende fokus. Det er nøjagtigt det samme, vi skiller fra hos de andre, når vi skiller det ene fra det andet. Vi skiller dét fra hos de andre, som er det vigtigste, for det var det, vi gjorde med os selv. Lederen mener, at de ansatte ikke skal lade privatlivet spille ind på deres salgsp performance, og det kan hun da have ret i, men det er ikke sådan, spillet virker. Fordi hun ignorerer egne private temaer, kan hun naturligvis ikke håndtere de ansattes. Så skyn-der vi os at sende vedkommende til psykolog, som så får den mest værdifulde viden om medarbejderens ressourcer, og den forsvinder sammen med, at "terapi-forløbet" afsluttes. Den hurtige læser vil mene, at lederen pga. temaer, som kunne fylde en bog alene, ikke skal blande sig i de ansattes privatliv. Det argument er validt, og argumentet her er ikke at blande sig, men at manglende fokus på de vigtige ting gør, at vi inviterer Fiakso inden for døren og skaber adfærd, der underminerer vores mål og ønsker.

HJERTET GIVER ADGANG

Stop den underminerende adfærd nu!

Doven improvisation og manglende fokus bringer mange konsekvenser med sig, men overordnet er det vigtigt at holde sig for øje, at de stabilt hver gang skaber handlinger, der direkte underminerer Succes – underminerer vores mål og ønsker. F.eks. er ledelsesbegrebet i Danmark desværre blevet snævret gevaldigt ind til et målbart resultat. Dette skaber forvirring, modstand, manglende resultater og de forkerte mennesker på de forkerte poster, og både den ufokuserede og dovne konsekvens heraf

er relativt nem at overskue. Den største udfordring er dog det tankesæt, der fører til underminerende adfærd og i sidste instans skaber super-ego-mennesker, hvis kendetegn er, at de lukker af for omverdenens input og agerer ud fra, at de alene ved bedre!

Uanset hvor kompetente vi er som ledere, lever vi i en verden, hvor det er gået op for både forbrugeren og medarbejderen, at det simpelthen ikke er rigtigt, når andre udgiver sig for at have alle de rigtige svar og den endegyldige kompetence – de "googler" fakta, og der falder den påståelige personlighed sammen. Vi kan ikke improvisere os frem længere, verden er bygget på viden, og vi kan ikke narre "fjenden". Vi skal også være opmærksomme på, at ledelsesbegrebet er udvidet. En leder er ikke længere en chef, som er ansat til at administrere en afdeling eller en produktion. Ledelse følger med de fleste jobs i dag, fordi ansvaret i hvert enkelt job er øget drastisk. Mit skrivebord kræver ledelse, og det er mig, der skal levere det. Det samme gælder for dig!

Et meget rammende eksempel tager udgangspunkt i, hvordan coaching-industrien og tankesættet bag den, kombineret med mange lederes dovne improvisation og manglende fokus har skabt underminerende adfærd rigtig mange steder. Stil 85 % af alle coaches et kritisk spørgsmål, og et hårdt, mentalt funderet og afvisende svar leveres prompte: "Jeg rådgiver ikke, jeg stiller bare spørgsmål!" Denne form er nu blandet sammen med distanceret ledelsesstil, hvilket skaber store huller i virksomheder – og ægteskaber for den sag skyld – rigtig mange steder. Ledere svine-fodres med coaching-værktøjer fra disse 85 % af industrien, og det bevirker i sidste ende, at denne hårde, mentale og afvisende kommunikationsform indoktrineres i den danske ledelsesstab. Det skaber manglende fokus på de vigtige ting, og medarbejderne begynder at

improvisere. Vores grundholdning er, at kunden er det vigtigste, men hvad er nu det for noget? Mennesker er det vigtigste, om de skal købe produktet, udvikle det eller sælge det. Hvis vi differentierer mennesker ud fra deres rolle og ikke ud fra deres evne til at påvirke, skyder vi os selv i foden. Denne form viser sig i dagligdagen ved, at der mange steder bruges mere tid på at skabe hån om andre end til selv at blive bedre. Den moderne leder ville gøre noget helt andet – bruge de andres kompetencer og tanker og lade dette virke som afsæt til selv at blive bedre – ikke spænde ben eller håne andre. Både den dovne improvisation og det manglende fokus skaber denne negativitet, og prøv bare at iagttage, hvad det gør ved dig at læse om det.

En måde at stoppe den underminerende adfærd på er ved at bruge hjertet. Ikke som noget blødt og udefinerbart, men som et værktøj til at bruge den del af vores ubevidste psyke, som har mange flere informationer til sin rådighed end vores begrænsede tankevirksomhed. Så når jeg taler om management med hjertet, om det er som leder eller som selvleder, mener jeg ikke med blødsødenhed og ubeslutsomhed, men derimod disse tre følgende ting:

- Hjertet (følelserne) ved ofte MEGET mere end hjernen, derfor er det et godt sted at søge optimering.
- Hjertet symboliserer de "finere" følelser (f.eks. mavefornemmelsen), og vi ved fra neuro-marketing, at mennesker tager langt flere følelsesmæssige beslutninger end mentale og fornuftige.
- Det er langt nemmere at skabe købe-relationer (enhver accept af et budskab) via følelser frem for tanker.



Lederens arbejde er at kende og aktivere disse "principper", langt mere end det er at dominere og styre andre mennesker eller markeder. Dominans skaber moddominans, og det kan aldrig blive det mest effektive for en organisation.

De gamle paradigmer falder

I løbet af 2010 var dagspressen optaget af Don Ø's rolle i Parken. Journalisterne kæmpede med det gamle verdensbillede, og jeg gætter på, at Parken Sport & Entertainment gjorde det samme. På det tidspunkt tog de dog et par skridt, som førte i det nye paradigmes fodspor og retning. Alt for ofte bliver "lederen" skudt med et gyldent håndtryk i baglommen, hvis resultaterne som forventet ikke lige indfandt sig. Det er for nemt for alle parter, og konsekvensen har været, at inkompetente mennesker har skjult sig i store topposter i alt for mange år. I Parken gjorde man lige først det omvendte. Problemmagerne, der har medvirket til at skabe problemet – Don Ø – skal også løse det igen. Jeg er sikker på, at den gode Einstein i tidernes morgen med sit berømte citat: "Problemer kan ikke blive løst af det samme niveau af bevidsthed, som skabte dem", ikke mente skyd de "forkerte", men derimod talte for transformation. Det er i mange tilfælde muligt at løse situationer ved at konvertere underminerende adfærd til understøttende adfærd, og ved at udvikle de mennesker, som trods alt kender virksomheden bedst. Det er da for nemt, set med leverage-princippets øjne, at vippe folk ud, når vi når begrænsningen. Dette er ikke almen-gyldigt, men en seriøs overvejelse værd. Den maskinelle ledelsesform, der holder fast i de samme principper, som virkede i starten af karrieren, er en saga blot. Historien om Don Ø udviklede sig dog i helt anden retning senere.

Looking good or doing good

Nogle gange er sandheden svær, og vores egen underminerende adfærd er en vigtig del af den. Det kan gøre ondt, være pinligt, overvældende eller dybt konfronterende. Det kan blive så ekstremt pinagtigt at skulle konfronteres med den, at vi ofte gør de mest "utrolige" ting for at undgå den. Vi lukker af for hjertet, moralen, endog sjælen for at undgå sandheden. Det er indiskutabelt, at uanset hvordan vi forholder os til sandheden, ja så er den sandheden. Måske kan jeg lægge en make-up, så scenariet ser ud som om, at løgnen er det rigtige, og at det er omstændighederne og ikke min adfærd, der er årsagen, men det bliver den ikke en mindre løgn af. Vi står som individer hver eneste dag med et valg: vil jeg holde mig til sandheden og gøre det rigtige, eller vil jeg bruge løgnen og fremstå rigtig? Hvis man tager et øjeblik og tænker over det, er det skræmmende, hvad vi udsætter andre for blot for at opretholde vores eget image – baseret på en løgn.

En fars datter tjekker ud

Et andet menneskes elskede bryder sammen, en fars datter tjekker ud, og en mors søn går bersærk. Alt er deres personlige valg, men det var deres valg i en ekstrem situation hvor løgn, hån og isolation var værktøjer i en smædekampagne imod sandheden – ikke dem personligt, de var "bare" krigens ofre. Det mest skræmmende er, at vi kan vænne os til løgnene og lære at acceptere følelsen heraf. Så snart vi gør det, overgiver vi os til vores underminerende adfærd og handlinger. Vi kan skubbe cool cash, magt eller begær ind foran os selv og andre og retfærdiggøre, at sandheden er værre end løgnen, og at løgn er okay, når JEG ønsker mig noget. Vores adfærd bærer præg af dette, og de personer, vi i virkeligheden ville have godt af at være sammen med, begynder at styre uden om os (isbjerget). Spørgsmålet er: Hvilke konsekvenser

har vores valg, når de bliver til adfærd, udover den påvirkning vores egen samvittighed "lider"? En ting er sikkert, vi efterlader alle et eftermæle, og uanset hvor glamourøst det fremstår, så er sandheden det eneste, der står tilbage, når asken fra ilden har lagt sig.

SAMLING

Det er tid!

For di doven improvisation og manglende fokus ofte ligger i vores røde zoner, vores misbrug, er det ofte super konfronterende at forholde sig til. Har du været igennem hele kapitlet indtil nu, vil jeg gerne anerkende dig. Du har gennemgået noget, som rigtig mange springer over: at se sig selv i øjnene. Det er ikke sikkert, at de nævnte eksempler lige har ramt dig specifikt, men vi kan ofte relatere til vores egne ting, når vi får eksempler, som understreger visse principper. At lyve for sig selv og andre. At lade som om vi kan ting, vi ikke kan. At pynte lidt på historien for at gøre den bedre og undgå at beskæftige sig med de temaer, som vi udmærket godt ved er vores blinde pletter. At forholde sig til hjertet, mavefølelsen og andre mere luftige emner kan virke frustrerende, indtil vi forstår, at de har med vores psykes opbygning at gøre. Når vi bevæger os igennem vores tanker, ord, følelser og handlinger, vil vi flere gange undervejs miste overblikket, fordi vi normalt ikke er vant til at arbejde systematisk og struktureret hermed. Samtidig kan hverken følelser eller ord forklares ud fra samme milepæle, som tankesæt og handlinger kan.

En erfaring, langt de fleste af os har, kan gøres tydelig med et klassisk eksempel. Ofte kan vi høre udtalelser, som alle beskæftiger sig med samme tema: "Der er nogen, der skal komme alvorligt til skade, før der bliver gjort noget ved det". Jeg

husker tydeligt, hvor jeg voksede op som barn. Langs vejene stod der lygtepæle, som var en miniature af højspændingsmaster. Vi kravlede op og ned ad dem hele tiden, og både vi og vores forældre sagde flere gange, at en dag er der en, der får rørt ved en strømførende ledning, men der skete intet, og intet blev gjort. En af min brors legekammerater så en dag Superman, og han gled på en bøjle ned ad en ledning, og det skulle han da ud og prøve. Sammen med et par venner tog han af sted, og slutningen på historien er tragisk. Derefter blev der sat hønsenethegn rundt om pælene, så vi ikke længere kunne kravle i dem. Historien er typisk for os mennesker: der skal gå noget galt, før vi reagerer. Dovenskab og det manglende fokus styrer, og vi skubber det, der skal gøres, i baggrunden og kommer på den måde til at gøre alt det, der ikke skal gøres.

Vent ikke med at stoppe din underminerende adfærd, til der går noget galt. Da er det for sent. Ja, selvfølgelig lærer vi noget af det, men skal det koste liv, før vi reagerer? Jeg håber, at teksten i transformation 9 har givet dig så meget kvalme, at du nu går ud og sætter billigt "hønsenethegn" om de "lygtepæle", som truer dit mål og dine ønsker. Vær ikke doven, improviser ikke for at springe over, hvor gærdet er lavest, og accepter ikke manglende fokus.



Handling

NØDSTOPGUIDE FOR UNDERMINERENDE ADFÆRD Plug out now!

- Planlæg ”i morgen” hver dag, inden du går i seng. Skriv din plan ned
- Overgiv dig ikke til at udskyde ting, som du kan nå i dag
- Stop dine tanker, når de fortæller dig, hvorfor du godt kan springe over
- Lad være med at multitaske
- Vent ikke til presset opstår. Du er ikke bedst under pres
- Pas på med at blive afhængig af kicket i stress
- Bliv aldrig selvfed. Find mennesker, der tør give dig ærlig feedback, og pas godt på relationen
- Brug ikke tid på at analysere omverdenen overdrevet
- Spørg ikke om råd, men om inspiration
- Forbered dig altid godt, når du arbejder med vigtige ting
- Lev ikke ensporet og ensformigt
- Improviser ikke din lykke
- Planlæg processen grundigere end målet
- Lyt til dit hjerte og din mavefornemmelse, og gør noget ved det, du mærker
- Når du opdager en fare, så gør noget ved den
- Hvis du opdager, du er blevet afhængig af noget, så gå øjeblikkeligt på ”afvænnning”
- Vær grundig og opsøg mennesker med andre tankemønstre end dig selv
- Se mulighederne i begrænsningerne
- Begræns aldrig mulighederne
- Se mulige begrænsninger
- Lyt mere end du taler, og reager på det du hører



LUK VÆKSTFASE 4

Konklusion på handling



I dette kapitel får du

HR-KAPITAL

Sammenhængen mellem personlige kompetencer og udbytte

Handlinger og adfærd har to former:

- En der understøtter vores ønsker og mål
- En der underminerer vores ønsker og mål

Den understøttende adfærd og handlinger kendetegnes ved:

- Systemer
- Nærvær

Den underminerende adfærd og handlinger kendetegnes ved:

- Doven improvisation
- Manglende fokus

Øvelsen i vækstfase 4 er at opbygge en branding behavior, der opsøger den understøttende adfærd og undgår den underminerende adfærd. Derefter implementerer vi leverage-princippet i vores adfærd og handlinger. Leverage betyder stadig, at vi arbejder på at starte en sneboldeffekt, der virker sådan, at vores indsats hele tiden genererer mere og mere udbytte. Leverage implementeres ved at træne vores tanker, ord, følelser og handlinger til at gå igennem leverage-niveauerne:

- Møde vores begrænsning
- Blive i spillet og opnå transformation
- Blive ved transformationen og fortsætte indtil gennembruddet slår igennem



Handling

Begrænsninger

genkendes på, at de får vores tanker til at galopere, vores kommunikation bliver uklar, og vores følelser er svære at styre. Fiasko forsøger at dække over vores begrænsninger. Succes erkender dem og lærer af dem.

Transformation

genkendes på, at tankerne igen bliver konstruktive, kommunikationen hjælper os med at fokusere, og følelserne finder ro. Vi har accepteret spillets regler, og indsatsens størrelse påvirker os ikke længere. Vi formår at holde fokus på opgaven.

Gennembrud

genkendes på, at vi ikke længere spiller spillet, men ER spillet. Vi har øvet os så meget og så intenst, at vi føler os mere hjemme i spillet end uden for det. Vores indsats er positivt afmålt, og det er naturligt for os at generere langt større udbytte ved vores handlinger, end da vi startede processen. Et gennembrud er blivende, og det, vi lærte, kan vi sprede til andre områder.



HR-kapital

1. Andres succes er din succes
2. Mennesker tænker, tjener og bruger penge
3. Hvad er penge for dig?
4. Hvad er du villig til at give for penge?
5. Sammenspillet mellem lykke og rigdom

Vi sikrer høsten

Vækstfasens overordnede formål er at så den "afgrøde", som vi ønsker at "høste". Vi arbejder ikke med held eller garantier, men med sandsynlighed. Skulle heldet smile til os, er det blot en kærkommen bonus. Vi accepterer, at den, der over sig, ser ud til at være mere heldig end den, der ikke gør. Men vores primære fokus er, at vores handlinger øger sandsynligheden for Succes.

HR-KAPITAL

Sammenhængen mellem personlige kompetencer og udbytte

Vores adfærd er direkte afhængig af, hvad vi tænker, siger og føler. Derfor er det vigtigt at have fuldstændig klarhed over, hvad vi har at tilbyde, og hvad vi gerne vil have for det. HR-Kapital er en fempunkts handlingsplan, som fokuserer på indsatsen, som det ønskede udbytte kræver. På den måde skaber vi overblik over, hvad "varen" koster, og hvad vi skal gøre for at nå få den.

Målet/ønsket, der er brugt som eksempel her, er økonomisk rigdom, men punkterne kan anvendes til hvad som helst, som der ønskes gennembrud indenfor.

• Andres succes er din succes.

- Det er vigtigt at levere en bevidst og målrettet indsats, som sigter efter at få egne evner og ressourcer til at medvirke til andres succes. Ved andre, at et samarbejde med os har en høj succes-sandsynlighed, er det langt nemmere at tiltrække mennesker, som kan være med i vores leverage-proces.

- Det er vigtigt, at det er Succes, der har teten. Fiasko tænker i udnyttelse, og vinder han, vil dette punkt ikke bidrage til vores gennembrud.
- I praksis betyder dette punkt, at når vi har et mål/ønske, investerer vi tid i at regne ud, hvordan dette mål kan blive en del af andres succes.
- Når vi har regnet "prisen" ud på noget, investerer vi tid i at nedbryde denne pris til noget, som kan bidrage til andres succes.


• Mennesker tænker, tjener og bruger penge.

- Penge har ingen værdi, uden at vi har et forhold til, hvilken værdi de repræsenterer for andre.
- Det er meningsløst at belønne andre med penge, hvis ikke vi reelt ved, hvad de tænker om dem.
 - Start med at afklare tankerne om penge:
 - Et nødvendigt onde?
 - Roden til alt ondt?
 - Frihed?
 - Muligheder?
- Det er meningsløst at belønne andre med penge, hvis ikke vi ved, hvad de har at tilbyde for dem.
 - Find ud af, hvad de har at byde på, som kunne være værdien af pengene værd.
 - Er penge frihed, så giv frihed (simplificeret).
 - Er din kundes måde at tjene penge på drevet af anerkendelse, så find måder, som det, du har at byde på, kan medvirke til at levere anerkendelse.
 - Fortabelse i penge frem for værdi er Fiaskoadfærd.



Handling

- Det er meningsløst at belønne andre med penge hvis ikke vi kender deres forbrugsadfærd omkring dem.
 - Tjek om andres adfærdsmønster omkring penge understøttes af det, de siger, penge er for dem.
 - En kunne påstå, at han vil være rig, og sælger sine valg på denne konto. Samtidig forbruger han mere, end han har. Det er vores evne til at se hans adfærd, som er nøglen til leverage.
 - Design en adfærd omkring penge, som du tror på vil skabe økonomiske gennembrud for dem, du henvender dig til.
 - Er du leder og vil bruge dette princip, skal du uddanne dine folk i at have en adfærd, der understøtter penge som målet til frihed.
 - Sælg mere er ikke nok som udmelding.
 - Vi skal lære dem den adfærd, som udløser et mersalg.
 - Hvis folk har en adfærd, som er afhængig af penge, men siger, de vil have frihed. Vær opmærksom her!
 - **Hvad er penge for dig?**
 - Dette punkt skal afklare dit eget forhold til penge.
 - Hvad er det, som du i virkeligheden gerne vil have, penge skal give dig?
 - Hvad tror du, denne værdi vil gøre ved dit liv/forretning?
 - Er dit forhold til penge dit eget, eller er det et, du har adopteret fra andre?
 - Hvordan kan du synkronisere og præcisere dette?
 - Skriv dine svar ned.
 - **Hvad er du villig til at give for penge?**
 - Når vi har fundet ad af, hvilken værdi penge rent faktisk har for os, er det vigtigt at finde ud af, hvad vi vil give for at få dette.
 - Tid?
 - Tanker?
 - Indsats?
 - Penge?
 - Forholdet til vores børn?
 - 4 ægteskaber?
 - Vores helbred?
 - Når indsatsen er klarlagt, er det om at komme i gang med at levere den.
 - **Samspelet mellem lykke og rigdom.**
 - Det er vigtigt at forstå, at sand rigdom er balancen mellem indsats og udbytte.
 - At betale med alle ressourcer, vi har tilgængelige, for at have en bugnende bankbog, er sjældent vejen til økonomisk gennembrud.
 - Det er vigtigt, at vi bygger opnåelsesplaner, som tager hensyn til vores menneskelighed.
 - Det er ligeså vigtigt at forstå, at vi er tættere på Succes, hvis vi gør det samme, når vi har andre med inde over vores planer.
 - Fokuser på lykke som nummer 1.
 - Fokuser på rigdommen som nummer 2.
- Disse fem punkter skal ses i sammenhæng med alle 9 transformationer og bruges som en ramme, hvor vi putter alle de klassiske målsætnings- og planlægningsværktøjer ind.

A circular frame containing two men in business suits. The man on the left is holding a folder and looking towards the right. The man on the right is sitting with a Dell laptop on his lap, looking down at the screen. The background is a light blue gradient.

**GENNEMBRUD.NU
SYSTEMET
OVERBLIK**



”Et gennembrud bygges ved at skabe synkronisitet i mellem vores tanker, ord, følelser og handlinger. Men måden vi håndterer processen på er, at vi ændrer vores adfærd omkring vores mål, hvilket påvirker vores følelser, der igen får os til at kommunikere noget nyt, der manifesterer et stærkere Mindset A/S”.



I dette kapitel får du

Et samlet resume af gennembrud.nu-systemet. Kapitlet bruges som et landkort, der hjælper os med at holde retningen i vores gennembrud. Det skal virke som vores kompas, så vi kan overskue den samlede proces.

Inspiration til dette kapitel

Det er vigtigt, at vi via vores adfærd og handlinger arbejder systematisk med gennembrud.nu-systemet. Følelserne vil stille og roligt finde ro og fokus, fordi vi vælger at handle systematisk og fokuseret. Vores kommunikation bliver naturligt mere gennembrydende, og vores indflydelse øges. Disse faktorer kreerer et succes-orienteret tankesæt, som sikkert synkroniserer vores tanker, ord, følelser og handlinger.



Overblik



VÆKSTFASE 1

Tanker

Essens

- Det er vores grundindstilling til vores mål og ønsker
- Vækstfase 1 afgør, hvor gode eller dårlige vi er til at skabe tillid

Princip – 180 grader

- Normalt tænker vi sort/hvid eller mand/kvinde, men det er to sider af samme tankesæt
- Vi ændrer matematikken og skifter fra sort/hvid = farver til f.eks. duft
- I hverdagen kan det være at vende krisetankegangen til innovationstankegangen

Indhold

- Transformation 1
- Transformation 2
- Transformation 3

Værktøj

- De 3 zoner

TRANSFORMATION 1

Fortiden

Tanker om fortiden, der omsættes til erfaringer, som i virkeligheden er vores personlige fortolkninger. Transformationen er fundamentet for vores gennembrud. Alt starter her, og det er vigtigt at komme godt fra start. Hver gang vi starter på noget som helst, søger vi efter information i vores mentale arkivskab, som i daglig tale er vores erfaringer. Transformationen handler altså om at sikre, at vi bruger vores erfaringer rigtigt i forhold til vores gennembrud.

180 grader på fortiden falder i to kategorier

- Konstruktivt
Konstruktivt betyder, at vores erfaringer hjælper os tættere på målet
- Destruktivt
Destruktivt betyder, at vores erfaringer fjerner os fra målet

Dette er udelukkende et spørgsmål om at gøre det arbejde, der kræves, for at lære nok af fortiden til at bruge den konstruktivt. Det er vigtigt ikke at være doven her.

TRANSFORMATION 2

Fremtiden

Tanker om fremtiden omsættes til inspiration, og inspiration er i virkeligheden vores evne til at skabe fantasier. Transformationen bærer fortiden ind i fremtiden. Vores arbejde med det konstruktive/destruktive viser sig i fremtiden. Det er vigtigt, at vi skaber en inspirerende vision for det der ligger foran os - fremtiden. Inspiration kendetegnes ved, at den ene idé tager den anden, energien forstærkes hurtigt, men vi er ikke begyndt at handle endnu. Transformationen handler altså om at sikre, at vi bruger vores fantasi rigtigt i forhold til vores gennembrud.

180 grader på fremtidsfantasier falder i to kategorier

- Håb
Håb skaber lys for enden af tunnelen
- Håbløshed
Håbløshed skaber mørke for fremtiden

Vi skal lære at træne vores fantasi til at skabe så stærke visioner for vores mål og ønsker, at der er et helt tydeligt lys for enden af tunnelen.

TRANSFORMATION 3

Mig selv/andre

Tanker om mig selv/andre omsættes til motivation, som i virkeligheden er vores dom/konklusion. Transformationen præsenterer det sidste, vi tænker, lige inden vi sætter en handling bag vores tanker. Transformationen manifesterer det tankesæt, som vi handler ud fra. Den opsummerer resultatet af transformation 1 og 2. Det er vigtigt, at vi skaber en stærk motivation. Transformationen handler altså om at sikre, at vi bruger vores tendens til at dømme os selv og andre rigtigt i forhold til vores gennembrud.

180 grader på mig selv/andre og motivation falder i to kategorier

- Succes
Succes skaber et mulighedsnettes tankesæt
- Fiasko
Fiasko skaber et begrænsningernes tankesæt

Vi skal lære at træne vores ”dømme-apparat” til at skabe så stærk en motivation for vores mål og ønsker, at det virker naturligt, at vi når frem.



Overblik



VÆKSTFASE 2

Ord

Essens

- Det er vores grundlæggende gennemslagskraft
- Vores evne til at præsentere vores budskaber

Princip – sprog skaber virkelighed

- De små ord gør den store forskel, når vi skal skabe gennembrud
- Det er vigtigt at øve sproglig præcision
- Der lyttes aktivt og læres løbende at sige de samme budskaber på mange forskellige måder

Indhold

- Transformation 4
- Transformation 5

Værktøj

- PowerKommunikation

TRANSFORMATION 4

Invitation

Når vi åbner munden, sender vi en invitation. Det er vigtigt, at vi begynder at kommunikere i overensstemmelse med det, som vores Mindset A/S står for. Derved inviterer vi andre og os selv til at støtte op om vores gennembrud. Det nytter ikke noget, hvis vi tænker gode tanker, men ikke formår at få andre til at forstå budskabet.

Sprog skaber virkelighed lander i to inviterende kategorier

- Det, vi ønsker
Det vi ønsker, inviteres ved at vi siger det, vi ønsker os, højt
- Det vi ikke ønsker
Det vi ikke ønsker at invitere, inviteres ved at vi siger det, vi ikke ønsker os, højt

Vi skal lære ikke at tale om det, vi ikke ønsker os og holde disciplinen på at tale om det, vi ønsker os. Ikke alt det andet.

TRANSFORMATION 5

Afvisning

Vi udrydder indirekte kommunikation og accepterer, at leveringen af den rette indpakning intet har med indirektehed at gøre. Vi kan ikke forvente, at andre forstår os, hvis vi ikke direkte siger, hvad vi mener. Identificer egen indirekte kommunikation og find andre veje. Det hjælper ikke at pakke vores ønsker ind i antydning og implicitte formodninger.

Sprog skaber virkelighed lander i to afvisende kategorier

- Det vi ønsker
Vi afviser det, vi ønsker os ved at sige, hvad vi ønsker, men pakke det ind i indirektehed
- Det, vi ikke ønsker
Vi afviser det, vi ikke ønsker os, ved at sige fra uden forklaringer, når det, vi ikke ønsker os, opstår. Det er vigtigt, at der er balance, og at det er noget, vi gør indimellem og ikke hele tiden

Vi skal lære at pakke vores budskaber ud og sige fra uden forklaringer, når det er nødvendigt. Vi siger ja til ting, der løfter vores gennembrud og nej til dem, der ikke gør.



Overblik



VÆKSTFASE 3

Følelser

Essens

- Sikrer vores integritet
- Er vores evne til at klarlægge og præsentere udbyttet

Princip – det, vi erkender, kan vi ændre

- En ting er, at vi kan se toppen af isbjerget!
Erkendelse får os til at indse alt det, der ligger under havoverfladen
- Følelser taler et sprog, som kun følelserne forstår – glem at *forstå* følelser
- Erkendelse kræver indsats

Indhold

- Transformation 6
- Transformation 7

Værktøj

- Indre & Ydre Engagement

TRANSFORMATION 6

Vi har følelserne

Når vi har følelserne, virker de som et kompas, der altid viser os retningen. Følelserne er et sammenkog af alle de informationer, som vi sorterer ubevidst. Når vi har følelserne, kan mavefornemmelsen og hovedet kommunikere med hinanden, og de står sammen i en unik alliance. Denne alliance skal vi lære at bruge til at løfte vores gennembrud til sit klimaks.

Det, vi erkender, kan vi ændre

– lander i to kategorier, når vi har følelserne!

- Mod
Mod er ikke fraværet af frygt, men evnen til at gøre det rigtige, selvom vi er bange
 - Beslutsomhed
Beslutsomhed skaber kontinuitet, som gør det muligt at integrere modets erfaringer
- Mod og beslutsomhed er følelser, vi genererer. De er et valg, som bringer os i kontakt med de muligheder, vi har og skaber her og nu – lige nu!

TRANSFORMATION 7

Følelserne har os!

Når følelserne har os, begynder vores kompas at snurre formålsløst rundt. Følelserne bliver en underlig størrelse, som vi ikke kan finde hverken hoved eller hale i, og denne tilstand hjælper ikke vores gennembrud. Vi mister kontakten til hovedet, og vi lukker ned for "rådgivning". Når følelserne har os, er vi fanget i vores vaners vold, og vi kan kun håbe på, at vores held redder os.

Det, vi erkender, kan vi ændre

– lander i to kategorier, når følelserne har os!

- Frygt
Frygt får os til at stivne og blive passive.
Vi flygter eller bliver apatiske
- Begær
Begær aktiverer vores misbrugskarakter, og vi ender op med at fixe på kemi frem for at dyrke vores gennembrud



Overblik



VÆKSTFASE 4 Handling

Essens

- Er vores manifesterende adfærd
- Er vores evne til afslutte det, vi starter

Princip – det, vi gør, er det, vi høster

- Når vi gør det rigtige, sker det rigtige
- Ingen handlinger, ingen succes
- Passiv er også en handling

Indhold

- Transformation 8
- Transformation 9

Værktøj

- HR-Kapital

TRANSFORMATION 8

Handlinger der understøtter vores mål/ønsker!

Det er vigtigt, at vores tanker, ord og følelser manifesterer sig i handling. Det er vigtigt, at de handlinger understøtter vores mål og ønsker. Dette er en disciplin, som vi via leverage-princippet implementerer i vores adfærd. Vi lader Succes flytte ind i vores hænder, og han er aktiv og bevægelig og opsøger mulighederne.

”Det, vi gør, er det, vi høster” lander i to kategorier, når vi har understøttende adfærd

- Systemer
Systemer søger hele tiden at frigive ressourcer, som bruges til at optimere yderligere
- Nærvær
Nærvær holder fokus og lader sig ikke forstyrre unødvendigt. Nærvær udnytter de muligheder, som er tilgængelige lige her og nu

Systemer og nærvær er sømmene, der negler vores gennembrud fast. Der er ikke meget at tage fejl af, når systemer og nærvær præger os. Vi lugter af vinderfilosofi og adfærd.

TRANSFORMATION 9

Handlinger der underminerer vores mål/ønsker!

Når vores tanker, ord, følelser og handlinger arbejder i flere retninger samtidig, er det altid i sin kerne konsekvensen af, at vi dyrker en underminerende adfærd. Dette skaber sammenbrud og ikke gennembrud, og det skal vi på ingen måde acceptere. "Det er meget godt"-mentaliteten sætter barren lavt, og vi bliver ynkeligt passive i forhold til vores drømme.

"Det, vi gør, er det, vi høster" lander i to kategorier, når vi har underminerende adfærd

- Doven improvisation
Doven improvisation bevirker, at vi undgår forberedelse. Vi tager udgangspunkt i, at vi skaber løsninger on-spot
- Manglende fokus
Manglende fokus får os til at sprede vores begrænsede bevidsthed over flere ting, og vi høster resultatet heraf

Doven improvisation og manglende fokus er termitterne, der æder grundpillerne i vores gennembrud, og effekten af vores tanker, ord og følelser styrter sammen. Vi stinker af forklaringer og mislykkede drømme.

www.gennembrud.nu
www.business-unusual.dk
www.christiancampbell.dk
www.youtube.com/ChristianCampbellDK

Business Unusual er udgivet af gennembrud.nu

TEKST	Christian Campbell
FOTO	Heidi Maxmiling
DESIGN	BGRAPHIC
TRYK	Lassen Offset
KORREKTUR	Hanne Rask

© 2011 gennembrud.nu

ISBN 978-87-994334-0-7

Ejer du evnen til at skabe gennembrud og succes? Hvordan vinder Succes over Fiasko? Hvilke naturlove skaber Succes i dit liv?

Svarene afsløres i Business Unusual – en af årets mest opsigtsvækkende fagbøger inden for infotainment-genren. Bogen er et direkte oprør mod søvndyssende vanetænkning, forretningsklicheer, slidte misforståelser om individets reelle potentialer og business as usual-tankegangen.

Succes Manager og forfatter Christian Campbell guider dig på en provokerende rejse gennem vækstfaserne Tanker, Ord, Følelser og Handlinger, hvor du møder 9 transformationer, som vil skabe gennembrud i dit liv. I bogen stifter du bekendtskab med de to kombattanter, Succes og Fiasko, som udkæmper en evig kamp i dit liv. Du bestemmer selv, hvem vinderen bliver.

Når vores tanker, ord, følelser og handlinger rammer målet samtidigt, skaber vi et gennembrud – det er uundgåeligt! Ganske som tyngdekraften er en naturlov, der virker, uanset hvor vi befinder os, er der naturlove, som aktiverer gennembruddets kraft og skaber succes i vores liv. I Business Unusual afsløres gennembruddets unikke naturlove med personlig udpakning som din guideline.

Lev succesen ud hver eneste dag året rundt – Business Unusual er fremtidens præmis, det er dit nye mindset.

ISBN 978-87-994334-0-7



9788799433407