**Sömnpiller eller idéförsäljning?**

För företag och organisationer är det i dagens samhälle av informationsöverskott, långa möten och distraktioner i form av mobiler, datorer och läsplattor viktigare än någonsin att medarbetare verkligen är effektiva kommunikatörer med förmågan att sälja in sitt budskap oavsett om det handlar om en produkt, en idé eller en strategi och oavsett om det är ett internt eller externt möte.

Konsten att vara en bra retoriker är viktigare än någonsin och det kräver inte bara en grundläggande kunskap utan också återkommande träning eftersom vi människor har en förmåga att fastna i beteenden och vanor som kanske inte alltid är så lyckade då vi står eller sitter inför en grupp.

Det finns några grundläggande saker att tänka på:

Du måste själv helhjärtat tro på ditt budskap – och lyckas förmedla den känslan.

Varje presentation – oavsett hur van du är – kräver förberedelse. Man brukar säga att det behövs en timmes förberedelse för en minuts presentation om du kan ditt ämne och då ska ungefär åttio procent av arbetet handla om HUR du ska få ditt budskap att landa i hjärtat på dina åhörare.

Hjärtat? Ja, för hos människan kommer alltid känslan före förnuftet och om du inte lyckas få ditt auditorium att ”känna för” ditt budskap kan dina siffror, grafer, hårdvara och tabeller aldrig övertyga. Desto mer du vet om gruppen du ska prata med, desto bättre kan dina förberedelser bli. Vad har de för förväntningar? Vilka kunskaper har de? Vad är viktigast för just dem, vad ska du trycka på?

Det är du själv och inte dina hjälpmedel som måste vara i fokus. Om du tror att du kan gömma dig bakom 100 Power Point bilder har du fel. Står du med ryggen mot publiken och läser före det som står på dina bilder är det faktiskt betydligt effektivare att skippa mötet helt och skicka bilderna per mail.

Du bör ha grepp om den icke-verbala kommunikationen för i varje mänsklig kommunikationsprocess pågår den ständigt, är mångtydig och påverkar vårt omedvetna. Dessutom är det så att ditt kroppsspråk står för 88 % av budskapet, din rösts kvalitet står för 33 % medan dina ord bara står för 12 %. Det betyder inte att orden är obetydliga men står du bara och muttrar kan du lika gärna låta bli.

När du startar ska du helst ha ett klart och tydligt mål. Vad vill jag att detta auditorium ska känna, göra, tycka, veta eller kunna efter min presentation? Ett av dina effektivaste verktyg i situationen oavsett om du talar inför åtta eller femhundra är din förmåga att involvera din åhörare, att skapa en känsla av ”här och nu” och att skapa en dialog med din publik.

Konsten att bli en idéförsäljare istället för ett sömnpiller är något som vi alla kan träna upp och bli bra på. Visst finns det människor som är födda till goda retoriker men alla vi andra kan lära oss att bli effektivare på att sälja vårt budskap. Att inte göra det och att bara mala på till en lång rad Power Point bilder är direkt kontraproduktivt och faktiskt ett område inom vilket företag och organisationer slösar bort stora summor pengar på varje år.

Därför har vi på Alfombra Roja anlitat Lead Com och påbörjat vår träning för att bli bättre på idéförsäljning. Vi har också försäkrat oss om möjligheten att använda oss av Lead Com för våra kunder inom hela det kommunikativa ledarskapet på kurser, seminarier, utbildningar och i samband med affärsmöten och studieresor. Vill du haka på så är det bara att kontakta oss på Alfombra Roja!

PB