



GRETHE HOLTAN er utdannet MBM fra Handelshøyskolen BI i Oslo og har lang erfaring fra både inn- og utland innen salg, markedsføring, ledelse og strategi. De siste 10 årene har hun fordypet seg som coach og kursleder både for firma og privatpersoner. [www.sinius.no](http://www.sinius.no)

Å være leder kan til tider både være omfattende og krevende. Å få tilgang til ressurser og hjelp kan derfor være helt avgjørende for den enkelte leder og de medarbeiderne det gjelder. En samtale med en ledercoach trenger ikke ta lang tid, og kan utgjøre store forskjeller. Alle kan lære å bli en bedre leder, og ledelse kan hjelpe deg til å oppnå bedre resultater.

TEKST: GRETHE HOLTAN

# Ledercoaching

## – støtte og faghjelp når det trengs

Ledercoaching går ut på å diskutere, lytte og tenke ut ulike løsninger og konsekvenser på de utfordringene lederen eller bedriften står overfor. Dette i lys av bedriftens strategi og målsetninger, samt lovverk og etiske retningslinjer. Målet med ledercoaching er å løse utfordringer og forebygge mulige fremtidige knuter som kan forhindre bedriften i å nå sine mål. Dette kan være alt fra tidstyveri til sykefravær.

### Ledercoaching – oljen som smører maskineriet

Mange ledere opplever å være alene med utfordringene sine. Det er ikke uvanlig å kjenne på forventninger både oven- og nedenfra. Ofte er det ikke så mange tilgjengelige personer internt man kan diskutere med, og som også kan identifisere seg med rollen til lederen. Nettopp derfor finnes det et behov for ledercoaching. Hele poenget med ledercoaching er at lederen skal oppleve å kunne snakke åpent og konfidensielt om sine utfordringer uten at det får uønskede interne eller eksterne konsekvenser. På denne måten blir ledercoaching alt fra ventilerende av frustrasjon, konkret problemløsning til strategisk ledelse. Lederen selv styrer prosessen ved å bestemme når han/hun skal gå fra diskusjon til handling.

Ved å spille lederen god på denne måten, vil han/hun fungere smidigere og mer effektivt i bedriften, samt sørge for at det som utføres av utfordringer er godt bearbeidet før det settes ut i praksis.

Mange ledercoacher tilbyr nå også «drop-in» ledercoaching, og korte konsultasjoner per telefon for å effektivt rydde opp i problemer på kort tid.

### Viktige elementer i ledercoaching:

1. Nytteverdi
2. Kompetanse
3. Tillit, kjemi og åpenhet
4. Positiv energi
5. Fokus på løsninger og konsekvenser
6. Gjennomføring og oppfølging

### Nytteverdi

Lederen må personlig oppleve at coachingen er verdifull og nyttig for den jobben han/hun skal gjøre. Koseprat har de færreste tid til, og det løser få problemer. Lederen må være villig til å forplikte seg til handling og videre oppfølging. Dersom leder ikke opplever noen nytteverdi av coachingen, bør han/hun enten bytte ledercoach, eller finne andre metoder som kan fungere bedre. Dette er det bare lederen selv som kan finne ut av, og det er det viktig å være bevisst. Det er mange elementer som skal passe for at nytteverdien blir bra nok.

### Kompetanse

Det finnes utallige typer ledercoacher idag, og det gjelder å finne en coach som har akkurat den bakgrunnen som er avgjørende for å få et godt resultat. Noen mener at coachen bør ha erfaring fra samme bransje som lederen, mens andre er mer opptatt av generell erfaring, resultatoppnåelse eller selve coaching-metodikken. Man må på en eller annen måte ►

COACHING ER EN SAMTALE- OG HANDLINGSTEKNIKK SOM HAR TIL HENSIKT Å BEVISSTGJØRE, INSPIRERE OG MOTIVERE INDIVIDET TIL Å NÅ MÅL, SE NYE MULIGHETER OG FORPLIKTE SEG TIL HANDLING UT FRA EGNE PREMISER.

LEDERCOACHING KAN DEFINERES SOM EN PROSESS DER LEDEREN FÅR TILGANG TIL VERKTØY, KUNNSKAP OG MULIGHET TIL Å LEDE BEDRE OG MER EFFEKTIVT INNENFOR BEDRIFTENS RAMMER OG MÅL.

### Eksempler på hva en ledercoach kan hjelpe deg med:

- Skape engasjement
- Kommunisere bedre med teamet ditt
- Løse konflikter og personalproblemer
- Bevisstgjøre deg om dine sterke lederegenskaper
- Bruke lederevnenes dine mer optimalt
- Få dine ansatte til å trives bedre på jobben
- Snu vanskelige medarbeidere/avdelinger
- Lære å oppmuntre og motivere andre
- Få dine ansatte til å yte mer
- Få deg til å trives bedre som leder
- Få deg som leder til å yte mer
- Få overblikk og egen arbeidsglede
- Skape mer moro for alle på jobben

◀ finne en felles plattform for forståelse og kommunikasjon. Begge parter må være i stand til å levere ut fra nødvendige krav eller forventninger.

#### Tillit, kjemi og åpenhet

I all kommunikasjon og samarbeid er tillit, kjemi og åpenhet viktig. Ansvar for dette er helt klart ledercoachens. Dersom man ikke får dette på plass, bør man enten vurdere å bytte ledercoach, eller rett og slett bruke mer tid på hvordan coaching-prosessen fungerer. Mange ledere er ukjent med hva coaching går på, og trenger innføring og informasjon i hvordan det fungerer, før man kan oppnå personlig kontakt med ledercoachen. Dette er de fleste coacher kjent med, og de har som regel ingen problemer med at de byttes ut. Det er viktig at også lederne vet at dette ikke er problematisk. I tillegg er det viktig å vite at dette kan være helt avgjørende for å få et godt resultat.

#### Positiv energi

Ledercoachen skal være i stand til å skape positiv energi i samtalen med lederen. Det vil si: Være i stand til å manøvrere positiv energi til utfordringene, ved å fokusere på motivasjon, inspirasjon og alternative mulige løsninger på problemet. Lederen og coachen begynner ved å se på problemet sammen, og så diskutere mulige utveier og løsninger. Ledercoachen har ansvaret for å sortere og strukturere prosessen slik at utfordringene blir lettere å jobbe med. Man kan for eksempel dele inn utfordringene inn i viktig, ikke-viktig, lang og kort sikt, hva som er enklest å gjøre noe med osv.

#### Fokus på løsninger og konsekvenser

Det er lett å gå seg bort og miste oversikten. Hvem har vel ikke sett skogen for bare trær? Styrkene til en ledercoach er evnen til å se ting utenfra, å kjenne til ulike teknikker for å løse problemer og å sette

igang lederen til å manøvrere energi til å ta i et tak.

I løsningsprosessen snakker man mye om mulige konsekvenser. De fleste løsninger på et problem vil gi en eller annen konsekvens. Denne må man ha vurdert og analysert, slik at man ikke får overraskelser i etterkant man ikke var klar over.

#### Gjennomføring og oppfølging

Ledercoachen skal følge opp og coache både i gjennomførings- og oppfølgingsfasen. Evaluering av resultatet og konsekvensene er viktig. Dette er en viktig lære-fase, og erfaringene herfra brukes videre i coachingprosessen. Bevisstgjøringen for lederen er kanskje det aller viktigste. Hva skjedde og hvorfor skjedde det? ❖

# Pipeline Marketing

## MARKEDSFØRING SOM PÅVIRKER UTFALLET AV DINE PÅGÅENDE SALGSPROSESSER

Når store potensielle avtaler går i lås markerer det ofte slutten på et langvarig salgsarbeide. Hva koster det egentlig å tape en slik salgsprosess? Og hva mer kan du gjøre når selve beslutningen drar ut i tid?

De fleste mennesker tror at beslutningstakere i store bedrifter tar rasjonelle beslutninger basert på fakta når de velger en partner. Men jo mer kompleks avtalen er, desto vanskelig er det å velge. Det finns rett og slett for mange detaljer å sette seg inn i og avtalen er ofte for omfattende for at kunden enkelt skal kunne avgjøre hvilken leverandør som er best for dem. Istedet grunnes ofte beslutningen på magefølelsen og andre subjektive faktorer som referanser og hvem som er markedsleder når en beslutning skal tas. En annen stor utfordring for mange B2B selskap er at deres selgere ikke har effektive verktøy nok for å kunne påvirke alle relevante beslutningstakere. Dette fenomenet gjør det ofte vanskeligere å føre avtalen fremover, ettersom kundens organisasjon ikke opplever avtaleforslaget høyt nok prioritert når det slåss om budsjett mot en rekke andre interne initiativ.

Vendemore er verdensledende på å rette online annonser på internett mot spesifikke arbeidsplasser. Konseptet kalles for Pipeline Marketing og hjelper bedrifter å nå ut til og påvirke flere beslutningstakere inne hos en kunde for å støtte deres pågående salgsprosesser.

Med relevante budskap styrkes den selgende bedrifts posisjon, varemerke og tilbud når det vurderes opp mot andre alternativ og prioriteringer. Dette hjelper deg å både forkorte salgsprosessen og øke avslutningsfrekvensen på dine avtaler.

Vendemore har siden oppstart hatt en tillvekst på 50% per år og er leverandør til noen hundre selskaper som Siemens, Microsoft, ABB, SAP, Oracle, IBM, Tieto och IFS, i tillegg til mange mellomstore bedrifter.

Gjør som noen av verdens største selskap, utnytt ny teknikk og øk kontaktflaten hos kunden.

# vendemore

The Pipeline Marketing Company

Vil du vite mer? Kontakt Pål Lind | tlf: 40 76 85 34 | e-post: paal.lind@vendemore.com

## DEN PERFEKTE JULEGAVE

### FORDELER MED SUPERGAVEKORTET SOM JULEGAVE

- Valgfri verdi. (Skattevesenets grense for julegaver: 1000,-)
- Gaven **gir frihet og passer til alle** – den vil bli høyt verdsatt av alle medarbeidere!
- **Bedriftslogo** trykt på SuperGavekortet og fakuraservice – **Gratis**
- Legg ved en **personlig hilsen** med tekst & bilde – **Gratis**
- Vi skreddersyr og håndterer all administrasjon.

Ring **22 33 05 00** eller mail oss på [info@gavekorttorget.no](mailto:info@gavekorttorget.no) og hør hvordan du kan skreddersy ditt eget SuperGavekort!

Bestill SuperGavekort innen **30 november**.  
Få **fri frakt** og **gratis konvolutter** med på kjøpet.  
Kontakt oss for informasjon!



  
GavekortTorget.no   
- Norges Gavekortportal

[www.gavekorttorget.no](http://www.gavekorttorget.no) | Tlf. 22 33 05 00 | [info@gavekorttorget.no](mailto:info@gavekorttorget.no)