

Finn din rolle,  
og inspirer de  
rundt deg

Visste du at din  
påvirkningskraft som leder  
er mye større når du klarer  
å inspirere dine ansatte?

TEKST: KRISTIN SKOLEM  
[ FOTO: MARTE GARMANN JOHNSEN  
OG ISTOCK.COM ]



“

**Det å inspirere er en muskel som må trenes, og ikke noe du er født med. Og det nytter ikke å bare «være seg selv», for hvem er man egentlig?**

**FOR Å YTE DITT BESTE I HVERDAGEN,** og inspirere de rundt deg, er du nødt til å være inspirert selv. Dette gjelder også dine medarbeidere. Som leder kreves det i dag at du begeistrer, skaper samhold, støtter medarbeiderne, og får dem til å gi full gass når det trengs. Tiden da man kunne styre med kunnskap og makt er forbi, da det meste av kunnskapen finnes kun et tastetrykk unna. Heller ikke å lukke kontordøren, og håpe på at medarbeiderne gjør som de skal.

Skal du skape gode resultater, må du inspirere dem til å yte sitt beste. Og det starter med deg.

#### Skap ditt rollerepertoar

– Det å inspirere andre krever hardt arbeid, og kommer ikke av seg selv, sier prestasjonsrådgiver Annette Sjursen i Mental Power.

Det å inspirere er en muskel som må trenes, og ikke noe du er født med. Og det nytter ikke å bare «være seg selv», for hvem er man egentlig?

Dette gjør du ved å ta på deg ulike roller, avhengig av hvem du forholder deg til, og hvilken situasjon du befinner deg i.

– Du inspirerer ikke bare ved å «være deg selv». De vitene du selv ler av er ikke nødvendigvis de som fungerer på scenen. Det handler om å være i den rollen som de foran deg responderer på, sier hun.

For du har faktisk et større rollerepertoar enn du tror. Rollene kommer fra din personlighet og den du er, og for finne disse må du lære å kjenne deg selv på nytt. Dette krever hardt arbeid.

– Det er viktig å være bevisst rundt hvilke roller du skal bruke i ulike situasjoner. Du kan gå på fem ulike møter gjennom dagen, som krever forskjellige sider av deg,

og med forskjellige typer mennesker. Da trenger du også å tre inn i ulike roller, sier Sjursen.

Grunnarbeidet med å skape deg et rollerepertoar må du gjøre med deg selv. Etterpå vil det bli lettere å se hvilken rolle du skal ta frem for ulike grupper mennesker og situasjoner.

Deretter må du vurdere hvem du snakker til.

– Hvem er publikum? Det viktigste mennesket i rommet er ikke deg selv, men de som lytter. Kommunikasjonen og dermed inspirasjonen blir best når du opparbeider et bevisst forhold til de mange ulike situasjonene du er i, i løpet av en dag. Og er bevisst på å samle informasjon og kunnskap om hvem du møter, sier Sjursen.

Siste steg er å knytte rollene til emosjonelle knagger, slik at du vet hvordan du trer inn i den rollen du har bruk for. Disse knappene kan være knyttet til farger, hendelser, opplevelser, tilstander, dyr, elementer eller andre ting du identifiserer rollen med. De varierer avhengig av hvem du snakker med og hva du gjør.

– Er du for eksempel en næringslivsleder, som skal presentere noe, trenger du tyngde. Da må du finne et stikkord som passer, slik at du kan innta rollen som sterk og selvsikker. La oss si at du tidligere følte mestingsfølelse ved å gå til Galdhøpiggen. Da kan Galdhøpiggen være ditt stikkord, og på den måten kan du bruke den følelsen til å oppnå tyngden du trenger i møtet, sier Sjursen.

– Marit Bjørgen er et annet eksempel. Hun går på «tigeren» når det virkelig gjelder.

Er du trygg i hvilken rolle du skal ta på deg til enhver tid, står du sterkere når det blåser som verst. Du har ikke

tid til å tenke når alt plutselig skjer, og du blir stilt opp til veggen med spørsmål og krav fra ansatte og kunder. Derfor er det viktig at du har stikkordene, og rollene klare på forhånd.

– Stikkordet skal trigge emosjonene dine, og du må vite hva de betyr. Da vet du også hva du skal si, svare og gjøre i flere situasjoner. For at følelsene skal triggere, må stikkordet være familiært. Det skal være ditt stikkord, ingen andres, forteller Sjursen.

Når du lager ditt rollerepertoar, legger du grunnlaget for det som kommer etterpå. Da vil du lettere kunne beregne ditt publikum, og hvilken holdning du skal kommunisere ut fra. Sjursen forteller at selv om en leder har lært seg ulike presentasjonsteknikker, kan han eller hun fremstå uinspirerende, nettopp fordi rollen er udefinert.

– Derfor må vi legge til riktig indre holdning, som motiverer riktig rolle, fremkaller din egen karisma, som igjen fremmer begeistring.

– Enhver arena, medieplattform og medarbeider krever ulike valg av roller. Uten denne bevisstgjøringen er det lett å skyte rett forbi målet, sier hun.

#### 6 gode inspirasjonsverktøy

Når du har utformet ditt rollerepertoar, er du klar for å ta i bruk konkrete inspirasjonsverktøy. Sjursen forklarer hvilke seks punkter hun mener er viktigst for å påvirke dine medarbeidere med inspirasjonens kraft.

##### 1. Vis tydelig engasjement for dine medarbeidere

Alle inspireres og begeistres ved å bli sett, og få anerkjennelse. Det beste er ansikt til ansikt, enten direkte til



Annette Sjursen, 52  
Gründer av firmaet  
Mental Power  
Tidligere journalist  
og spillefilmregissør

“  
**Alle har noe unikt ved seg som kan tydeliggjøres og brukes som døråpner for god kommunikasjon og troverdighet.**

Prestasjonsrådgiver Annette Sjursen i Mental Power.

den enkelte, eller fra en talerstol eller scene. Tilstedeværelse er nøkkelord, og grundig kunnskap om både organisasjonen din, og medarbeiderne i den.

– Hvis du ikke vet hva som foregår utenfor kontordøren, er det vanskelig å være inspirerende, og du kommer ikke lang vei, forteller hun.

## 2. Definer visjonen sammen

Hva er selskapets felles visjon? Jobb frem visjonen i en workshop, slik at alle blir involvert i å skape den. Da får du ikke bare begeistrede medarbeidere, men også samhold innad i bedriften. Gjennomfører dere noe uten en felles visjon, kan dette være forvirrende, og sjelden gi resultatene du ønsker.

– Ikke vær redd for å stille høye krav til dine medarbeidere. Dersom de opplever at du legger til rette og stoler på dem, kan de bli inspirert til å strekke seg lengre.

## 3. Dra frem dine menneskelige og unike sider

Alle kan ikke være like gode i merkevarebygging som Petter Stordalen, men det er heldigvis heller ikke nødvendig for å inspirere de rundt deg. Du trenger heller ikke være klovn, Zen Buddhist eller gå en årlig tur på Kilimanjaro. Alle har noe unikt ved seg som kan tydeliggjøres og brukes som døråpner for god kommunikasjon og troverdighet. Om du så er en såkalt dørgende kjedelig person, som bare er opptatt av tall, så sier Sjørnsen: Bruk det!

– Arbeiderpartiets Jonas Gahr Støre gikk opp på scenen og sang på Landsmøtet, noe som skapte begeistring, humør og pågangsmot. Det er bra å være ærlig og feilbarlig, men husk at du som merkevare skal tåle dagens lys også ved dårlige kvartalstall eller det som verre er, sier Sjørnsen.

## 4. Lær å fortelle en historie

For at medarbeiderne dine skal tyte det lille ekstra og gi full gass når det trengs, må visjonen formidles godt. Den beste måten er i følge Sjørnsen å bruke historier som vi-



sualiserer og poengterer det du vil fortelle.

– Fortell om verdien av det dere gjør i en større skala. Historier og visualiseringer blir husket fordi de engasjerer mer enn intellektet.

## 5. Firmakultur

Bygg firmaets kultur. Holdninger og verdier innad og utad er viktig for samhold, helhet og verdighet. Føler du at du er en verdig representant for noe du tror på, vil du jobbe for å være den beste utgaven av deg selv.

## 6. Overrask med noe helt annet

Det gjelder å overraske på en positiv måte, for å bygge samhold og inspirasjon hos medarbeiderne.

– Jeg glemmer aldri læreren på barneskolen som en dag sa «nei nå gidder vi ikke dette her, vi går i kiosken og kjøper godteri». Vi barna måpte. Vi trodde hun spøkte – inntil hun begynte å gå ut av klasserommet. Hun kunne få oss til hva som helst de årene, forteller Sjørnsen.

Å være en inspirasjon for de rundt deg krever hard og målrettet jobbing. For at medarbeiderne skal ønske å utrette resultater til bedriftens beste, må de være inspirert til å være en del av et større hele.

– Det handler om å være med på å virkeliggjøre en visjon. Og det er din oppgave som leder å skape den visjonen. Involver de ansatte i bedriften. Ovenfra og ned lederskap er ut, involvering er in, sier Sjørnsen. \*