

# Autentisk kommunikation

*Det er ikke kun i privatlivet, det er en god idé at "være sig selv" – det gælder også, når du som virksomhed kommunikerer med dine omgivelser. Det betaler sig, såvel forretningsmæssigt som personligt.*

Får jeg kunder ved at fortælle hvad jeg personligt brænder for? Svaret er ja. Og jeg har besluttet at tage min egen medicin.

Det gi'r pote at være tro mod sig selv i sine relationer til omgivelserne. Det kunne stå i enhver bog om personlig udvikling, men jeg tænker faktisk på livet som selvstændig og de signaler, vi udsender til omverdenen.

I erhvervslivet har man i mange år talt om autentisk ledelse, om kvaliteter som personligt potentiale, integritet og engagement. Men det gælder også det image, man viser udadtil, og er man en enkeltmandsvirksomhed, er det personlige image jo i sagens natur altafgørende.

Det kan lyde som meget idealistiske og bløde værdier, men mange i erhvervslivet mener, at autentisk kommunikation simpelthen er god forretning.

*"Hvis René Redzepi havde været styret af omdømme og meningsmålinger, da han skulle åbne en restaurant med fokus på nordisk mad, så var Noma ikke blevet kåret som verdens bedste restaurant for tredje år i træk. Ja, formodentlig havde restauranten slet ikke eksisteret i dag. Tilbage i 2006 spåede selv de bedste køkkenchefer i København ikke Noma mange chancer, men fordi projektet ikke er drevet af ordinær markedsanalyse, men af ægte passion, så lykkes det så eftertrykkeligt", siger Nikolaj Stagis, Stagis A/S, i en artikel på kommunikationsforening.dk.*



## Livskvalitet

Hvad betyder det for den lille virksomhed uden højt betalte HR- og kommunikationschefer? Det betyder, at du skal være dig selv, når du taler og skriver, at du skal tage begrebet *værdier* dybt alvorligt og ikke bare se det som et nødvendigt buzzword på hjemmesiden. Lykkes det, har det i øvrigt den ikke uvæsentlige sidegevinst, at din livskvalitet øges, fordi dit liv hænger mere sammen.

Lad os tage hjemmesiden som eksempel. Her vil du naturligvis tage udgangspunkt i kundernes situation og behov: Hvilke udfordringer har de, hvad har de brug for? Du vil også beskrive din faglighed og dine kompetencer, så de kender din værktøjskasse.

Lad os sige, at du er tømrer, og at du har stor erfaring. Det hele står beskrevet på din hjemmeside, i en flot og overskuelig form. Hvis vi går ud fra, at efterspørgslen efter tømrere ikke er større end udbuddet, vil kunderne kunne finde rigtig mange, der skriver det samme som dig.

HVEM er du? HVAD brænder du for? Det er det, der adskiller dig fra de andre, og det, der tiltrækker nogle bestemte kunder. Der vil også være nogle, der vælger dig fra – men det er der jo alligevel. Du er mere end din profession. Meld ud, hvad du har energi på!

”Min passion, og det der giver mig den største tilfredsstillelse i mit arbejde, er at lave lavenergihuse”, kunne du fx skrive.

”Åh nej, tænker du – så tror de måske, at jeg *kun* arbejder med lavenergihuse, og så får jeg ikke alle de andre kunder”. Nej! Den tanke er en klassiker hos alle selvstændige, og den bliver skudt ned af samtlige rådgivere. Jeg har selv været turen igennem.

### **Tiltræk de rigtige**

Hvis dine værktøjer, erfaringer og kompetencer er klart beskrevet, vil alle kunderne overveje at vælge dig. Men så er der dem, der lige præcis matcher dine kæpheste eller passioner: De siger simpelthen ”YES – det skal være ham!” (For de ved jo godt, at du har alle de generelle kvalifikationer). Tænk bare på jobsamtalen: De ved du er kvalificeret – de mangler bare at finde ud af hvem du er, og om kemien passer.

Og hvilke kunder vil du helst have – dem, der matcher dine værdier, eller dem, der valgte dig tilfældigt på en liste? Naturligvis skal man kende sit marked, men man bør ikke lade sig styre af det, hvis man vil være sin helt egen Noma.

A propos kemi: ”Mand, 37 år, Håndværker, søger kvinde”. Han forbliver single til han dør – for ham kan man fodre grise med! Chancerne er noget større med denne formulering: ”Mand, 37 år, håndværker, går meget op i politik, dyrker cykelferier i Skotland, elsker techno, vegetarmad og blid s/m.”

The bottom line: Vær dig selv 24/7. Du tiltrækker de rigtige ved at være autentisk – og du får et bedre liv, fordi det så hænger sammen.

### **Autentisk selfie:**

- Jeg hedder Jesper Odde Madsen og er journalist, forfatter, networker og kommunikationsrådgiver.
- Mit fokusområde er sundhed og alternativ behandling (forskning, politik, økonomi), og jeg har gennem årene arbejdet med mange andre emner, fx inden for IT og videnskab, samt kommunikation i EU-projekter.
- Jeg prioriterer god rådgivning højere end en hurtig, smart og bredspektret medieindsats.
- Mit hjerte brænder for det, der indebærer positive muligheder for menneskeheden, selv om det står i modsætning til holdningerne på bjerget.
- Min største passion er opgraderingen af vort verdensbillede – intet mindre. Vi er nødt til at genopdage koblingen mellem fysik og bevidsthed, men det er vigtigt at fastholde en videnskabelig tilgang. (Hvad det konkret betyder, [kan du læse her](#))
- Jeg vil kunne stå inde for det, jeg laver. Jeg har en etisk standard.
- Jeg gider ikke overflade og ligegyldigheder. Jeg har det bedst med at være grundig.
- Jeg lægger vægt på åbne og ærlige relationer – privat og professionelt.
- Jeg betragter mig selv som et spirituelt menneske.