

Boksammanfattning

Ditt professionella rykte - Upptäck DIN främsta tillgång.

av Per Frykman & Karin Sandin

Företag över hela världen lägger ner enorma summor på att vårda och stärka sitt varumärke, rykte och image. Men det kan raseras snabbt om inte medarbetarna lever upp till det. Det är inte företagets varumärke som är avgörande, utan det är människorna inom bolaget som gör skillnad. Vad vore framgångsrika företag som Apple, Virgin och IKEA utan Steve Jobs, Richard Branson, Ingvar Kamprad och duktiga medarbetare? Det är personerna inom företaget som får kundernas förtroende och gör skillnad.



Genom att satsa på individerna kan företag utvecklas i sin helhet. Om företagsledaren har intresset och förmågan att göra medarbetarna kraftfulla, och förmå dem att hitta engagemang och viljan att göra det lilla extra. Då stärks företagets kultur och potential och företagets värde ökar markant.

Som man uppfattar medarbetaren – så uppfattar man också företaget.

”Mitt professionella rykte är allt jag har – det är min i särklass viktigaste tillgång. Det är något jag måste kämpa för att bevara.”

Richard Branson

Det spelar inte längre så stor roll vilka utbildningar du gått, utan avgörande är att du är rätt person med rätt ambition, passion och vilja. Ditt professionella rykte är vad andra säger om dig, inte vad du säger om dig själv. Det avgör din framgång på jobbet, i karriären och hur du lyckas som chef, medarbetare eller entreprenör. Det har en avgörande betydelse för vem kunder lyssnar på och får förtroende för. Ditt professionella rykte går alltid före dig och avgör vem man rekommenderar och väljer.

Om författarna

Per Frykman räknas som en av pionjärerna inom området personal branding, som han tagit till en ny dimension med tankesättet bakom "Ditt professionella rykte". Detta är något som enligt Per är ovärderligt.

Karin Sandin är entreprenören som efter att ha drivit café i flera år sadlat om till att inspirera människor att leva livet fullt ut, där arbetet med individers professionella rykte genomsyrar alla delar av livet.

Tillsammans har de skapat och utvecklat ett tankesätt och ett konkret verktyg där de tar fram och analyserar människors professionella rykte.

Per Frykman har skrivit "Myten om den effektiva rekryteringen" som nominerades till bästa personal- och ledarskapsbok 2005. Tillsammans med Karin Sandin har han tidigare skrivit "Du – ett varumärke" 2010.

Ditt personliga varumärke

I vår transparenta värld där allt vi gör syns och bedöms i sociala medier på nätet, pratas det alltmer om det personliga varumärket. Men det personliga varumärket handlar bara till viss del om yta, image och att sälja sig själv. Arbetet med en persons professionella rykte handlar om livskvalitet och om att göra det du har passion för och är bra på. När du får syssla med det du brinner för blir du effektiv, vilket är bra både för dig och för företaget du jobbar för.

Reklammannen Richard Saint John har länge studerat vad det är som skapar framgång och menar att helt avgörande är passion för det man gör i jobbet. Människor som har roligt när de jobbar kallar Saint John "workofrolic".

Ditt professionella rykte

Det personliga varumärket och det professionella ryktet är två sidor av samma mynt. Om varumärket är vad du berättar om dig själv, är ryktet hur andra uppfattar dig. Det finns inget statistiskt förhållande mellan de båda, utan ett företag eller en människa kan ha ett bra varumärke men samtidigt ett dåligt rykte. Det kan ändras mycket

snabbt och du kan själv vara omedveten om det.

Sanningen om dig som individ uppstår alltid i betraktarens öga, och det är bra att ta reda på hur den ser ut. Vad utmärker dig och vad säger andra människor om dig? Känner de förtroende för dig och vill de ha mer yrkesmässig kontakt med dig? Vad är det som skapar en bild av dig hos andra?

Fundera över vilka starka sidor du har och förstärk dem så att du blir riktigt bra inom ditt område. På så sätt gör du avtryck hos andra människor - du blir trovärdig.

För att andra ska välja just dig finns sex nyckelfaktorer:

1. Expertis

Att vara bra på något är själva grunden. Det du är bra på och dessutom tycker är roligt ska du utveckla och göra mer av. Men det räcker inte.

2. Passion

Det viktigaste är att tycka om det du gör. Med passion och intresse kan du bli extremt bra på något. Du får kul på jobbet. Passionerade människor skapar uppmärksamhet och positiv energi, vilket attraherar andra. Många människor tillbringar åttio procent av vår vakna tid på jobbet, så att gå till ett jobb man inte trivs och känner passion för, är förödande.

3. Ambition

Talang är bra, men det som tar dig hela vägen är din ambition. Att ständigt vilja utvecklas och putsa på detaljer. När ambitionen kommer inifrån och passar din passion kan du nå hur långt som helst. Ambitionen är unik för varje människa. Vi kan ha samma mål i sikte och vilja uppfattas på samma sätt, men vi har olika ambitioner att nå dit.

4. Förmåga att inspirera

Inspiration är oerhört effektivt och företag som växer kraftigt gör det genom att inspirera sina kunder och medarbetare. De lyckas förmedla de känslor som får kunden att faktiskt köpa. Med inspiration skapas förväntan och då den införlivas växer förtroendet.

5. Entreprenörstänkande

Man behöver inte äga ett företag för att vara problemlösare, utan de finns överallt i samhället. Karaktäristiskt för en entreprenör är ansvar, mod, nyfikenhet att testa nya vägar och uthållighet att genomföra projektet fullt ut. Att våga utmana sig själv och sin omgivning – men framför allt att vara sig själv. Att vara kreativ och skapa något nytt och meningsfullt, inte bara annorlunda. Att välja att göra det man är passionerat intresserad av.

6. Trovärdighet

Vad är det som skapar trovärdighet? Detta är en viktig nyckelfaktor. Kunder litar idag inte på företag, man litar på personer i företaget.

Rätt person

När företag ska tillsätta en ledig tjänst söker de ofta efter rätt person. Men vad menar de då? Rätt personer behöver inte motiveras, de har egen drivkraft och ambition att göra något bra av jobbet. De har kul på jobbet och vill utveckla sitt professionella rykte.

Rekryterare är inte längre lika intresserade av en persons CV, utan istället är det passionen och förmågan att inspirera och skapa förtroende som är avgörande. Ditt CV berättar din historia, men det som är intressant är vad du kan göra för företaget nu och framåt.

Rätt personer som får utlopp för sin passion på jobbet trivs och stannar kvar och i det här finns mycket pengar att tjäna för företag. På Apple anställs bara passionerade och kreativa personer, och Steve Jobs insåg vikten av att inte försöka styra dem:

”Det är ingen vits med att anställa smarta människor och sedan säga åt dem vad de ska göra. Vi anställde smarta människor för att de skulle säga åt oss vad vi skulle göra.”

Steve Jobs

Framgångsfaktor

Vad det handlar om är att ta reda på, utveckla och leva upp till sitt professionella rykte. Det handlar inte om vad du säger om dig själv eller din titel, utan om vad andra säger om dig. När du vet det, vet du också vad du ska förstärka och vad du ska sluta att göra. Det är inte permanent och kan snabbt förändras utifrån vad du presterar dagligen, i varje uppdrag och kundmöte. Det handlar om vem du är och hur du vill uppfattas.

Metod

Per Frykmans och Karin Sandins metod att identifiera en persons professionella rykte inleds med att sju beskrivande frågor ställs till ett tiotal människor i personens professionella omgivning.

De besvaras anonymt och sammanställs i en analys av personens professionella rykte, en presentation och en tagline – personens professionella rykte i en mening.

Ofta inser personen vad han eller hon är bra på och vad som skiljer dem från andra. Nästa steg är att bestämma vad personen ska satsa på för att utvecklas vidare. Det professionella ryktet innebär ofta skillnaden mellan framgång och motgång.

Arbetsmetoden har tre vinnare i fokus: företaget, kunderna och medarbetarna. Att få en anställd som med passion och ambition inspirerar sina kunder är en ovärderlig investering för företaget.

”När vi drömmer ensamma så är det bara en dröm. När vi drömmer tillsammans med andra är det inte längre en dröm utan början på en utveckling.”

Ingebrigt Steen Jensen

Boken är utgiven av Roos & Tegnér förlag.