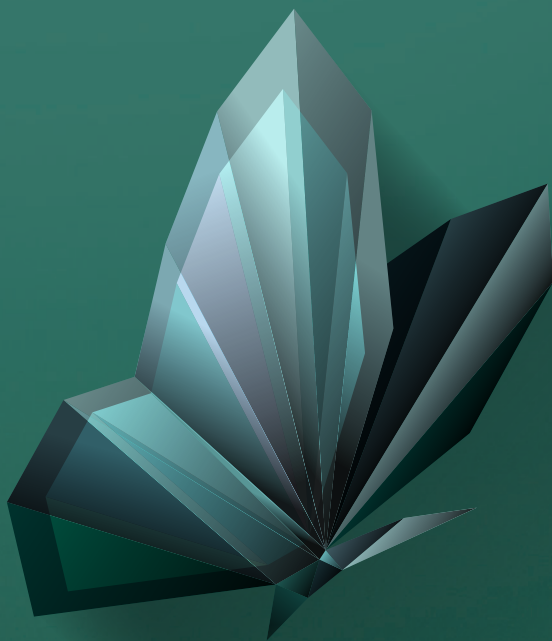


GENSTART DIT ARBEJDSLIV

Sådan designer du
dit ideelle arbejdsliv



Bangsgaard & Dam

Indholdfortegnelse:

FORORD	9
INTRODUKTION	11
Din indstilling er vigtig	12
Særligt hvis du er på vej gennem en krise	13
Særligt hvis du er blevet fyret	13
Bogens opbygning	14
Videnstragten	14
Fase 1: Map	15
Fase 2: Decide	15
Fase 3: Create	15
Fase 4: Test/repeat	15
Ikigai	16
Sådan bruges bogen	17
Vi tager udgangspunkt i <i>design thinking</i>	17
Hvad er <i>design thinking</i> ?	17
Det starter altid med et spørgsmål	17
Processen er en del af resultatet	18
Du skal tænke som en designer	18
Lav en mappe til dit materiale	18
<i>Inspiration</i>	19
KAPITEL 1: Generelle sandheder	20
Kortet er forskelligt fra landskabet	20
Vi gør det bedste, vi kan	20
Det handler om perspektiv	21
Meningen tillægger du selv	21
Verdens uretfærdighed	21
Vi kender ikke den overordnede plan	22
Opsamling	23
<i>Inspiration</i>	23
FASE 1: MAP	24
KAPITEL 2: Nulpunktsanalyse: Livshjulet	25
Øvelse: Livshjulet	25
Opsamling	27
<i>Inspiration</i>	27
KAPITEL 3: Dine værdier	28
Ambitioner udspringer af værdier	28
Dine værdier	28

Øvelse: Snapshot af værdier	29
Øvelse: Din nekrolog	30
Øvelse: Prioriterede værdier	33
Vision Board	35
Øvelse: Vision Board	35
Ikigai – FELT #1	37
Opsamling	37
Inspiration	38
KAPITEL 4: Kompetencer	39
Øvelse: Succeshistorier	39
Øvelse: Brutto-kompetenceliste	40
Øvelse: Dine kernekompetencer	43
Motivation	45
Øvelse: Motiverende faktorer	45
Ikigai – FELT #2	46
Opsamling	47
Inspiration	47
KAPITEL 5: Omverdens- og efterspørgselsanalyse	48
Nye kriser – nye dagsordener	48
Øvelse: PEST	49
Politiske og lovmæssige forhold	50
Sociale og kulturelle forhold	50
Økonomiske forhold	50
Teknologiske forhold	51
Eksempel på PEST-analyse	52
Efterspørgselsanalyse	53
Ikigai – FELT #3	54
Opsamling	55
Inspiration	55
KAPITEL 6: Kreativ workshop	56
Først lige et par ord om kreativitet	56
Øvelse: Den grønne mark: Dit vildeste arbejdsliv	57
Øvelse: Hvad nu hvis, så	58
Del 1: Hvad nu hvis.... ..	58
Del 2: ...så... ..	58
Øvelse: Crazy 8	60
Øvelse: Scenarier – de ideelle arbejdsliv, du kan blive betalt for	61
Ikigai – FELT #4	63
Opsamling	63
Inspiration	64

KAPITEL 7: Opsamling på din personlige ikigai	65
Ikigai-modellens elementer	65
Øvelse: Fællesmængderne	65
Øvelse: Din personlige ikigai-sætning	65
Opsamling	67
<i>Inspiration</i>	67
FASE 2: DECIDE	68
KAPITEL 8: Beslutning	69
Beslutninger, beslutninger...	69
Tænketyper og føletyper	69
Øvelse: Ti-metoden til vurdering af beslutningskriterier	70
Beslutningstræthed	71
Øvelse: Beslutningsmodel	72
Øvelse: WOOP	73
Opsamling	75
<i>Inspiration</i>	75
FASE 3: CREATE	76
KAPITEL 9: Design dit værditilbud	77
Hvad er et værditilbud?	77
Du er lige den, de står og mangler	77
Sæt kunden i centrum	78
Hvad vil det sige at skabe værdi?	78
Øvelse: Værdiskabelsesmodellen	78
Kortlægning af kundens profil	80
Kundens opgaver	80
Kundens <i>pain points</i>	80
Kundens efterspurgte gevinster	81
Samlet prioritering	81
Dit værditilbud	82
Dine relevante dokumenterede erfaringer og kompetencer	82
De gevinster du kan skabe	82
De <i>pain points</i> du kan afhjælpe	82
Øvelse: Formulering af din værditilbud one-liner	83
Opsamling	84
<i>Inspiration</i>	84

KAPITEL 10: Design din forretningsplan	85
Øvelse: Design din forretningsplan	86
1. Dine SMART-mål	86
2. Din værditilbud-oneliner	87
3. Din målgruppe	87
4. De opgaver, du vil løse	87
5. Dine kernekompetencer	87
6. Dine kommunikationskanaler- og materialer	87
7. Kommunikationsplan	88
8. Dit netværk	89
9. Dit budget	90
Opsamling	91
Inspiration	91
KAPITEL 11: Udvikling af dit kommunikationsmateriale	92
Begynd med begyndelsen: Lav en kommunikationsstrategi	92
Din kommunikationsstrategi	92
Målgruppeanalyse	93
Strømlin din kommunikation	93
Basal hygiejne	93
Brug din viden om dig selv	93
Jobansøgning	94
Research	94
Aldt målrettet ansøgning	96
Overskriften	96
Gør det nemt for dem	96
Skriv efter den omvendte nyhedstrekant	96
<i>Show it don't tell it</i>	97
Fokuser på det, der kendetegner dig	97
Mal et billede af jeres fælles fremtid ved hjælp af dit værditilbud	97
Grafisk og sproglig fremstilling	97
Uopfordret ansøgning	97
Curriculum Vitae	97
Lav et brutto-CV	98
Start med et resumé	98
Og så et vellignende billede	99
Omvendt kronologi	99
Punktform	99
Kvantificer dine resultater	99
Det løse	99
Jobsamtalen	100
Inden samtalen	100

<i>Power pose</i>	100
<i>Andre hygiejnefaktorer</i>	101
<i>Hvem deltager i jobsamtalen?</i>	102
<i>Selve samtalen</i>	102
<i>Typiske spørgsmål du bør forberede dig på</i>	102
<i>Tal om jeres fælles fremtid ved hjælp af dit værditilbud</i>	103
<i>Andre gode råd til samtalen</i>	103
<i>Video</i>	103
<i>Netværk</i>	104
<i>Kaffedate</i>	105
<i>LinkedIn netværk og andre sociale medier</i>	105
<i>Twitter og Instagram</i>	105
<i>Hjemmeside</i>	106
<i>Nyhedsbreve</i>	106
<i>Blog</i>	107
<i>Du skal vise dem, hvem du er og hvad, der driver dig</i>	107
<i>Du skal sætte dig i målgruppens sted</i>	108
<i>Visitkort</i>	108
<i>Opsamling</i>	109
<i>Inspiration</i>	109
FASE 4: TEST/REPEAT	111
KAPITEL 12: Test/repeat	112
Prototyping og testing	112
Opsøg feedback	112
Test dit materiale	113
Din indstilling er vigtig	113
Repeat!	113
Er dine værdier stadig i vatter?	114
Øvelse: Livshjulet – igen	114
Inspiration:	115
EFTERSKRIFT	116
OM FORFATTERNE	118

KAPITEL 1:

Generelle sandheder

Vi indleder med nogle generelle sandheder. Der er ting, vi tager for givet om mennesker, vores psykologi, og hvordan vi opfatter os selv og verden, som vi lige må have på plads. Det er viden, som er med til at bestyrke dig.

Kortet er forskelligt fra landskabet

Uanset hvor detaljeret og 3D-fancy Google Maps efterhånden kan få deres kort til at se ud, er kortet ikke det samme som landskabet. Kortet er blot en repræsentation af landskabet. Kortet viser nok afstande, vejnavne og afkørsler, men ude i selve landskabet ligger der en død kat ved skiltet, som markerer afkørsel 17, markerne dufter af raps, og det trækker op til regn over indre by.

Vi forenkler hele tiden – ubevidst og automatisk – verdens kompleksitet, og vi ser verden igennem hver vores filter. Vi oplever verden gennem vores sanser, som igen sendes gennem en linse, der består af overbevisninger, værdier, erfaringer, personlighed og temperament. Og vores linser er derfor givetvis forskellige. På den måde kan man sige, at der ikke findes nogen "sandhed" med stort s. Verden er til fortolkning. Det, du oplever, er alt sammen din fortolkning, set gennem dit filter – din personlige linse.

Ved at være opmærksomme på, at vi oplever verden gennem et filter, kan vi ændre den måde, vi tænker over tingene på. Nogle kort er bedre at navigere efter end andre. Denne indsigt giver os handlefrihed. Derfor er bevidsthed og selverkendelse bedre end ubevidsthed og ingen selverkendelse. Det er bedre at have et bevidst valg end ikke at have et valg.

Vi gør det bedste, vi kan

Hvad vælger vi så? Tjo, nogle gange er vi bare ikke de bedste versioner af os selv. Vi opfører os til tider destruktivt, dumt eller ondsksfuldt over for andre og os selv.

Hvis vi altid træffer det bedste valg, vi kan, på grundlag af vores kort over verden (læs: de ressourcer, vi har til rådighed), så vil et mere nuanceret landkort betyde, at vi kan træffe andre (og bedre) beslutninger. Vores forståelsesniveau afgør, hvad vi ser. Ligesom når voksne og børn ser tegnefilm sammen, så griner vi ofte på forskellige steder, eller når man genlæser en bog år senere og får noget helt andet ud af den.

Grundantagelsen er, at der er en positiv intention bag al adfærd. Selv når vi gør noget virkeligt dumt, gør vi det egentligt med en psykologisk uskyld og et ønske om, at der kommer noget godt ud af det. Vi vil i virkeligheden alle sammen bare gerne elske og elskes.

Bedre valgmuligheder fører til bedre valg. Princippet om, at vi alle sammen gør det bedste, vi kan, har vi taget med her, fordi det er et budskab, som er fyldt med kærlighed. Både selvkærlighed og kærlighed til andre. Og det har vi brug for. Vi er mennesker. Vi har menneskeligheden til fælles: At vi gør det så godt, vi kan. Selv når vores bedste ærlig talt ikke er særlig godt.

Når vi skærer helt ind til benet og følger tankerækken helt til ende, så ender vi altid med behovet

for at elske og at blive elsket som motivationen for alt, vi gør. Især det vi gør, som udspringer af frygt: Noget af det vi virkelig frygter, er at blive afvist, fordi en afvisning mest af alt føles, som om vi er uelskede. Det er også derfor, det gør så nas at blive fyret eller at skrive 117 ansøgninger uden at komme til samtale. Det føles som afvisning = ikke-elsket. Av!

Det handler om perspektiv

Betydningen af en begivenhed afhænger af indramningen. En mor reagerer forskelligt på teen-agerens mudrede fodspor gennem stuen, alt efter om han lige er kommet hjem fra en fodbold-kamp, eller om han har været forsvundet og internationalt efterlyst i en måned.

Det er de samme mudrede fodspor, men de betyder noget forskelligt. Er det hverdags-fodspor betyder det skæld-ud og *"kan du Så lige hente en støvsuger, unge mand!"* Er fodsporene bevis på det forsvundne barns tilbagekomst, betyder de lykkelige glædestårer og lange kram.

Fordi den menneskelige hjerne er indrettet til helt naturligt altid at skabe mønstre og tillægge tingene mening, kan du med andre ord ændre en given begivenheds betydning ved at placere den i en anden kontekst eller ramme. Fra mudder på gulvtæppet til glæden ved at have et barn, der spiller på førsteholdet.

Ved at ændre rammen ændrer vi betydningen – og med den vores reaktioner og adfærd. Det handler om at se "gaven" i en given situation.

Meningen tillægger du selv

Hvis du spørger en skakspiller, hvad det bedste træk i skak er, vil hun bare stirre forvirret på dig. Der er jo ikke ET bedste træk i skak. Der er et bedste træk i en bestemt konstellation af brikker på brættet. Der er et bedste træk i enhver situation, men der er ikke et generelt træk, som slår alle andre. Det er det samme med dit liv. Der er ingen overordnet mening med livet eller din konkrete situation. Det er altså ikke helt rigtigt, når man siger, at *"der er en mening med alting"*.

Meningen er det, du selv tillægger.

Det er vigtigt at vide, fordi det giver dig handlekraft.

At vi selv skal tillægge tingene mening skriver Esben Kjær meget fint om i bogen *"Min usynlige søn"*, om at miste 7-årige Sebastian til kræft.

Han skriver: *"Der er ingen mening med Sebastians død, og dermed skal jeg ikke bare bøje hovedet og acceptere den himmelråbende uretfærdighed som et udtryk for, at han var et nødvendigt offer i en eller anden højere, retfærdig orden. Men når han nu er død, kan jeg vælge at finde mening i hans død, som kan sætte en ny retning for mit liv. Og jeg vidste med det samme, at den mening, jeg ville vælge at finde i hans død, var, at jeg ville ære ham ved at bruge alt dét, hans død havde sat i gang inden i mig, til at foretage et menneskeligt kvantespring og blive den bedst mulige version af mig selv. Det er utroligt, hvad et lille forholdsord kan gøre."*

Verdens uretfærdighed

Der findes bare strukturer, som betyder, at visse individer, grupper eller fællesskaber står længere fremme i busen end andre i forhold til, hvordan ressourcer fordeles, hvordan mennesker forholder sig til hinanden, hvem der har magt samt, hvordan institutioner er organiseret. Der er systematiske og ofte ubevidste bias og mekanismer i spil, som f.eks. gør, at smukke mennesker får højere løn og bliver anset for mere kompetente end deres mindre attraktive kolleger.

De fleste -ismer, som har med køn, race, alder, seksualitet osv. at gøre, er eksempler på den slags strukturelle og systematiske forhindringer.

Samtidig kommer vi med hver vores familiebaggrund, erfaringer, temperament, intelligens samt kulturelle og sociale kapital såsom vores uddannelser, slægtsskab og netværk – og slet og ret vores evne til at begå os. Alle disse elementer betyder noget for vores individuelle rejser gennem verden, og hvor nemt eller trægt det hele glider. Det, der falder dig nemt, kan falde en anden svært. Du har dine talenter, tilbøjeligheder og præferencer, som er særegne for dig. Det, der er vigtigt et sted i livet, bliver fuldstændigt uvæsentligt på et andet tidspunkt. Omstændighederne kan forandre sig, og behovene med.

Med det sagt, vover vi alligevel at påstå, at når det kommer til vores individuelle mentale *set-up*, så er der mange af de forhindringer, som afholder os fra at nå vores mål og leve vores bedste liv, som i virkeligheden ikke er reelle. Og her bliver det en lille smule irriterende, for det næste naturlige spørgsmål er så:

Hvor meget VIL du det?

Hvis du er klar til at ofre din opmærksomhed, din energi og dine ressourcer for at nå et mål, så er der virkelig mange eksempler på, at de vildeste mål kan nås.

Du KAN faktisk godt gå fra svært overvægtig til at gennemføre en *ironman*; du KAN droppe dit job som revisor og få et liv som trapezkunstner i et omrejsende cirkus; eller hjælpe med at sikre rent vand i en hel delstat i Indien. Du KAN gøre det mest utrolige, hvis du blot bryder det ned i mindre dele og går til forhindringerne med nysgerrighed, fokus og krum hals.

Vi kender ikke den overordnede plan

Måske er der en overordnet plan med det hele, måske er der ikke. Vi ved det ikke. Vi kan vælge at tro det, og det får mange af os det bedre af. Vi kan dog være ret sikre på, at om 100 år er de fleste af de mennesker, der lever i dag, døde. Du og jeg. Donald Trump og Greta Thunberg. Din tandlæge, ham nede i Netto, ham med 400.000 følgere på Insta og vores børn (av).

Det er vildt at tænke på, næsten ubegribeligt, men et nyt hold har taget over. Vores vagt er endt.

Opsamling

Meningsløshed og død. Ja, undskyld. Det er tunge emner, vi er endt med her. Pointen er såmænd næsten banal: Livet er kort og dermed dyrebart. Bevidsthed og selverkendelse giver dig et valg.

*Inden for de rammer, der er udstukket dig, er der en version,
som er dit bedste, fedeste, mest autentiske og ideelle liv.
Den version kan du lige så godt leve.*

Nu går vi i gang.

Inspiration:

I dette kapitel trækker vi bl.a. på grundantagelser fra den psykologiske metode neurolingvistisk programmering (NLP), som er en tværfaglig videnskab om, hvordan vores nervesystem (neuro) har et komplekst sprog (lingvistisk), som det bearbejder (programmering) virkeligheden med – altså sprogets indflydelse på vores sind og efterfølgende adfærd.

Det kan du læse mere om i **Ole Vadum Dahls** danske bud på en *Grundbog i NLP Bind I & II: Kommunikation og terapi* (1993), udgivet af Paludan Bøger eller **Joseph O'Connors** *NLP i teori og praksis* (2001) udgivet af Aschehoug, som er mere amerikansk i sin skrivestil. Begge er gode.

Afhængig af ens udgangspunkt kunne en anden vej mod det ideelle arbejdsliv gå forbi **Søren Dybdal** og **Pia Ussings** *Vejen ud af arbejdsrelateret stress* (2018), som har en meget pragmatisk tilgang til at få styr på det hele. Udgivet af NYE visioner.

Du kan læse om sammenhængen mellem skønhed og højere løn i artiklen af **Mobius, Markus M. og Tanya S. Rosenblat**. 2006. *Why beauty matters. American Economic Review* 96, no. 1: 222-235. <http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:3043406>.

Hvis du har ambitioner om at gå fra svært overvægtig til at løbe en ironman, eller bare at få styr på din vægt og dit forhold til mad, så begynd med bogen *Bright Line Eating* af **Susan Pierce Thompson**, udgivet af Hay House. (En dansk oversættelse med titlen *Glad, sund og fri er efter sigende på vej!*) Hendes ugentlige vlogs kan også varmt anbefales. Se mere på www.brightlineeating.com.

Læs den kloge erkendelsesrejse om at leve videre trods et barns død i *Min usynlige søn* af **Esben Kjær**, udgivet af Gyldendal (2016).

Find alle links aktive på www.genstartditarbejdsliv.dk.

OM FORFATTERNE



Rolf Bangsgaard er HD(A) og har diplomuddannelser i ledelse og økonomi fra INSEAD og CBS SIMI.

Han er stifter af konsulentvirksomheden RåForm, hvor han hjælper ledere og virksomheder med at gennemføre personlige og organisatoriske forandringsprojekter samt outplacementforløb.

Rolf har arbejdet med ledelse, lederudvikling, innovation og forandringer i mere end 20 år hos bl.a. The Walt Disney Company, Egmont og Læger uden Grænser. Han har haft lederstillinger på forskellige niveauer og arbejdet som managementkonsulent en kort årrække.

Han er gift med Katrine, far til en elite-fodboldspiller og lever sit bedste liv som boglyttende pendler mellem Gilleleje og København.

Du kan kontakte Rolf på rolf@raform.dk, hvis du har brug for et outplacementforløb til en eller flere betroede medarbejdere, eller hvis du selv har brug for støtte til at forløse dit fulde potentiale i din egen ledergerning.

Se mere på www.raform.dk



Sophie Dam, cand. comm., er indehaver af Engage CPH, hvor hun arbejder som tekstforfatter og coach.

Hun har 20 års erfaring med HR og intern og ekstern kommunikation i både den private og kommunale sektor.

Da hun arbejdede inden for Life Sciences i den internationale konsulentbranche, tog hun en diplomuddannelse i Pharmaceutical Market Access ved Universitè de Lyon.

Sophie er certificeret NLP Practitioner og Business Coach og certificeret i personlighedstestene MBTI og OPQ32.

Hun er gift og mor til to sønner og lever sit bedste liv i New York, Paris, London og Vanløse. (Mest Vanløse).

Du kan kontakte Sophie på sophie@engagecph.dk, hvis du mangler en skrivetrold eller har brug for coaching og afklaring.

Se mere på www.engageCPH.dk

