

Näringslivets relationista

# ANNMARIE PALM

*Vägen till toppen via universitet eller livets hårda skola avgör inte möjligheterna för affär. Men med rätt vett och etikett kan både du och företaget hamna i en klass för sig. Just den som kunden väljer som samarbetspartner eller leverantör.*

ANNMARIE PALM RELATIONISTA

TEXT &amp; FOTO KRISTINA FRÖLING







**T**iteln på hennes bok *Business Behavior* är lika tydlig som rak: Uppför dig – eller tappa affären! Eller som Magdalena Ribbing en gång i en text valde att säga för underkänt i ämnet vett och etikett: Vet hut!

Jämförelsen Annmarie Palm och Magdalena Ribbing är i högsta grad relevant. Grunden i de bådas budskap är den samma, för det som i stort sett är det samma i relationer med vänner, släkt, bekanta och nya kontakter gäller också i affärlivet. Med vissa tillägg som är långt ifrån att se som överkurs.

– Business behavior handlar om att visa respekt och bygga förtroende. Både internt på arbetsplatsen, och i förhållande till omvärlden. Den som blir medveten om det egna och andras business behavior kommer att märka vilket skillnad det gör i arbetslivet.

Sitt eget arbetsliv började Annmarie som utbildad journalist. Vanan och lusten att undersöka, ställa frågor och söka svar ledde vidare till det egna företaget Relationista AB.

Relationista! Ett nytt ord och begrepp, till och med när hon hörde sig själv säga det första gången. Totalt spontant.

– Jag var på en affärlunch där någon frågade vad jag gör och vad jag är. Jag svarade att jag är hela näringslivets relationista. Och det är helt rätt.

Ända sedan starten av Relationista föreläser hon över hela landet, hon leder workshops, gör intervjuer på temat business behavior hos svenska företag, myndigheter, landsting och kommuner. Allt för att främja goda och hållbara arbetsrelationer och lönsamma affärer med ett i alla lägen affärsmässigt uppförande.

Till sin stora glädje ser Annmarie ett ökat intresse för ämnet affärsmannaskap hos landsbygdens kommuner.

– Allt fler inser möjligheterna och betydelsen av att hålla goda relationer med sina invånare och det lokala näringslivet. Det är verkligen ett gott tecken, och jag ser absolut en tendens att företag utanför storstäderna är bättre på att kommunicera. Och det gäller både internt och externt.

Själv fördelar Annmarie sin tid mellan hektiskt liv i Stockholm och huset på Österlen. En skillnad

som gör gott i både kropp och själ, och som hon beskriver lika tydlig som hon själv i sin person.

– I Stockholm möter jag andra. Här på Österlen möter jag mig själv, och här känner jag mig som den människa jag är.

Livet i Stockholm har förstås sina fördelar. Men som Orup säger i en av sina texter: Stockholm har blivit kallt.

– Det var bättre förr! Klimatet i offentliga rum är hårt. Man trängs och ber sällan om ursäkt för någonting. Allt fler blir allt mer stressade, och en stressad människa uppför sig sämre. Man blundar för allt man inte vill se, och att hälsa med en nick eller ögonkontakt när det skulle vara på sin plats, det händer inte.

Själv lever hon som hon lär, och vänlighet – lik som ärlighet – varar längst.

– Jag ger inte pengar till de som tigger i tunnelbanan, men jag viker inte undan med blicken. Att bli sedd är en slags rättighet och ett mått av

respekt. Så ser jag det som den humanist jag är. Och det kan vi alla vara, trots att vi lever i en marknadsökonomi.

En optimal mix med många möjligheter, enligt Annmarie. Men de måste tas tillvara, och grunden i det är den affärsmässiga omtanken där det handlar om respekt, integritet och ansvar. Samt mod.

– Vi behöver våga se brister och ha mod

att rätta till och utveckla. Relationer i affärlivet skiljer sig inte så mycket från det sociala livet. Men ett företag har ansvar gentemot sina anställda, leverantörer och samarbetspartners.

Därför ser Annmarie Business Behavior som en utbildning, lika aktuell som viktig för alla i företaget. En gemensam policy för business behavior rekommenderar hon alla företag, organisationer och förvaltningar. Men hur svårt kan det vara?

– Det finns de som tror att det bara handlar om några enkla regler som att svara på tilltal, mejl, sms och meddelanden. Men det är mycket större än så, och konsekvenserna av brist på business behavior kan bli stora och rent av förödande. Det finns många exempel på miljonaffärer som är missade just på grund av att man inte förstår att uppföra sig rätt. Och det kan hända redan i en första kontakt som i det avgörande slutskedet när det bara är en underskrift som återstår innan det

”I Stockholm möter jag andra. Här på Österlen möter jag mig själv”



hela är i hamn.

Grunden i det hela är tillit. Ingen slump att ordet är ett palindrom som går att läsa från båda håll.

– Det är långt ifrån alltid som det är priset på en produkt eller tjänst som avgör om det blir affär eller inte. Som kund måste man känna tillit för de personer man ska ha att göra med. Och det är ömsesidigt, om relationen inte fungerar med en kund kan det vara bättre att tacka för sig och avstå. Tydlighet kan ibland kräva mod, men det är ett bra val. Tydlighet är trygghet, och det är alltid bra att veta vad som gäller.

Kommunikation är en konst, och den som bemästrar den har en enorm fördel. Eller som varumär-

kesstrategen John Mellkvist uttrycker det:

”Någon har sagt att receptet för framgång idag är fem procent akademiska meriter, 15 procent arbetslivserfarenhet och resterande 80 procent kommunikativ förmåga. Även om procentsatserna inte är vetenskapligt prövade ligger det mycket sanning i påståendet – så avgörande har förmågan att kommunicera blivit. Ditt affärsmässiga uppträdande är en viktig del av detta.”

En käpphäst i kommunikationsläran är att sändaren är ansvarig för hur budskapet tas emot.

– Använd ditt ansvar, och påverka det du kan påverka. Ta reda på så mycket som möjligt om den per-

son du ska jobba med, och använd informationen på ett sätt så att den du pratar med känner sig sedd och lyssnad på.

Men att se andra, att lyssna och visa intresse tycker Annmarie att svenskarna blir allt sämre på. Nonchalans och fixering vid det egna jaget tar allt större plats. Vad om händer på skärmen på iphonen är oftast viktigare än vad de som sitter

”Business behavior handlar om att inse konsekvensen av varje handlande i stort som i smått. Varje medarbetare representerar företaget, och alla har ett ansvar för kvaliteten i kommunikationen med kund och omvärld.”





runt konferens- eller middagsbordet har att säga.

– Det borde vara självklart att det inte är ok att sitta och pilla på laptop eller telefonen under ett möte. Men det är tyvärr så vanligt att det måste hanteras som en punkt i business behavior. Och när det gäller telefon: stäng av i stället för att svara och fräsa att du minsann inte kan prata nu för du sitter i möte!

Samma sak gäller tillgänglighet, återkoppling och inte minst att hålla vad man lovar. Digitaliseringen har för-

ändrat och förbättrat mycket, och radikalt ökat möjligheten att kommunicera. Mängden information ökar, och uppfattas gärna som ett problem och en ursäkt för att inte svara.

Det duger inte!

– Det går utmärkt bra att skapa system och policy för informationshantering. Och en annan viktig sak: kom ihåg att säga tack. Varje företag bör ha en ansvarig som ser till att det man bestämt för business behavior gäller, och som också lyfter fram goda exempel.

I små som stora företag, i butiker som i e-handel.

Sist men inte minst: förväntningar är bättre än krav och förebilder bättre än argument.

Säger Annmarie Palm, författare, föreläsare och världens första relationista. Som hjälper allt fler smarta företag satsar på vett och etikett för att ta hem, och behålla, affären.

[www.relationista.se](http://www.relationista.se)



# SWEDISH NINJA



Diagonal väggförvaring är en innovativ och dekorativ förvaring för hallen, badrummet eller sovrummet. Hyllan är formgiven av Andréason & Leibel för Malmöbaserade Swedish Ninja och är lika fin tom som fylld. Finns i olika storlekar och färger. Tillverkad av pulverlackat stål.

[www.designtorget.se](http://www.designtorget.se)

