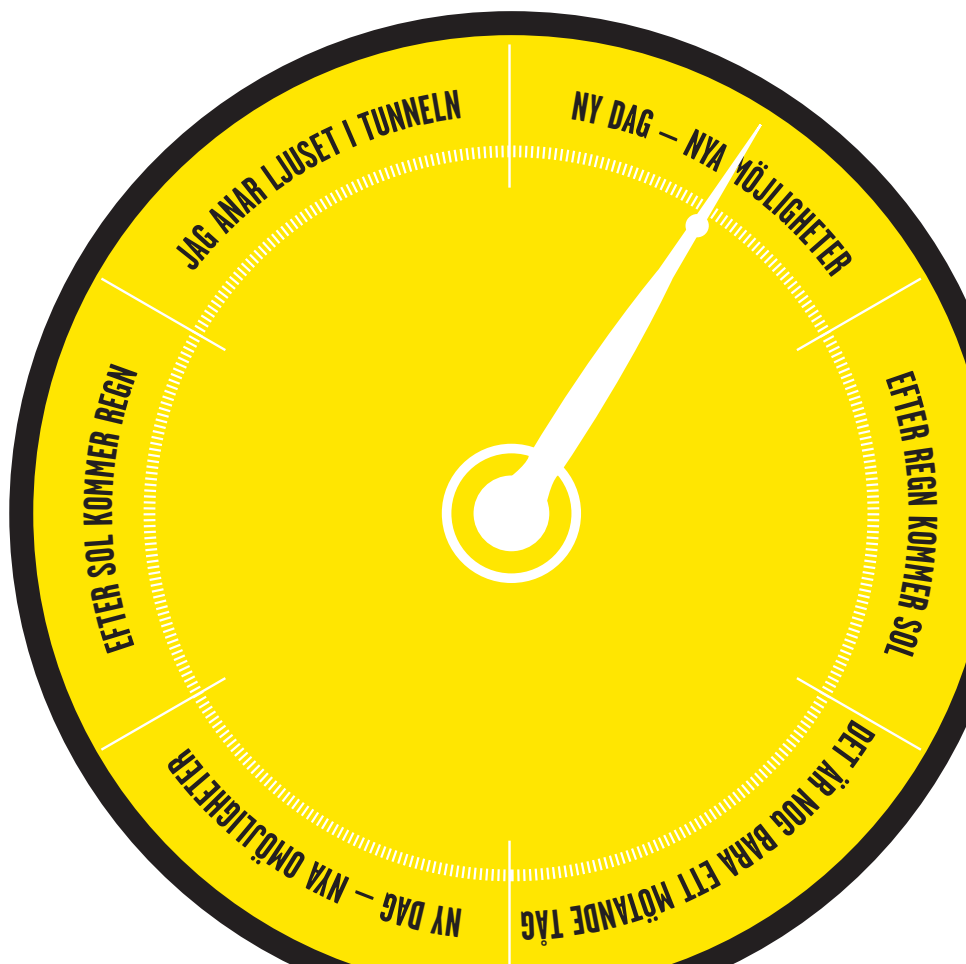


# ATTITYDBAROMETERN

21 DAGAR SOM FÅR ERT FÖRETAG ATT BLOMSTRA!

*Öka trivsel, omsättning och resultat  
på ert företag med hjälp av Attitydbarometern*



Vi på Popretorik har utvecklat en modell – Attitydbarometern. Modellen låter er företagsattityd blomstra på ett positivt sätt. Varje medarbetares attityd kommunicerar, den kan locka kunder, likväl som den kan skrämma iväg dem. Vi på Popretorik är övertygade om att varumärkeskommunikation år 2014 handlar mer om vad vi gör än vad vi säger. Att träna attityden under 21 dagar anser vi vara lika effektivt som vilken fysisk träning som helst. Det gäller bara att komma igång. Vi lär er hur med Attitydbarometern.

## UR INNEHÅLLET:

- Inspirationsföreläsningen "Attitydbarometern – Hur du attitydboostar dig själv och andra!"
- Workshop i grupp kring attityd och dess påverkan på individen och dess omgivning
- Målsättning i egen Attitydbarometer (ifylls individuellt av varje deltagare)
- Material för de kommande 21 dagarna: SMS alternativt mejl (varannan dag) med uppmuntran, "hemläxor", påminnelser etc.
- Kylskåpsmagneter (till hemmet och arbetsplatsen för att påminna och få föreläsningens andemening att leva kvar under 21 dagar)
- Posters (för fikarum och korridorer)
- Varje deltagare får varsitt exemplar av boken *Attitydbarometern*



” Attitydbarometern handlar om insikten att det vi i framtiden säljer inte är tjänster, det är känslor! ”

**BARBRO RONNEDAHL,  
MANAGER CUSTOMER SALES, LENSWAY**

” Ska du bara lyssna på en föreläsare 1 år, lyssna då för Guds skull på Kjell Dahlin! ”

**CHRISTER JOHNSON,  
INTRUM JUSTITIA**

” Kjell har hjälpt oss på ett enkelt och humoristiskt sätt förstå att mycket av varumärkesbyggande sker genom handling i vardagen. ”

**B-G PERLSTRÖM,  
VD KNOW IT DALARNA**

## MÅL & SYFTE:

Deltagarna ska efter genomfört program förstå vikten av att bemöta andra med positiv attityd. Att det finns affärsnytta i arbetet med en gemensam företagsattityd. Att varje individ bygger varumärket genom sitt sätt att vara, sin inställning och attityd till kollegor och kunder. Målet är att samtliga ska höja sig 5–10 % på sin egen Attitydbarometer. Att utbildningen ligger på 21 dagar är för att det är den vedertagna tiden det tar för en beteendeförändring att bli en vana.

## OM KJELL:

Kjell Dahlin är fil kand. i retorik, författare och föreläsare. Han har sedan 20 år arbetat med kommunikations- och attitydfrågor inom näringslivet. Med en bred bakgrund från områdena service, försäljning, marknadsföring och HR har Kjell Dahlin många erfarenheter att ösa ur. Sedan hans bok ”Popretorik-upplevelsekommunikation som övertygar” vann ett hedersomnämmande i tävlingen ”Årets Ledarbok” har hans dagar alltmer fyllts av föreläsningar och workshops inom de ämnen som ligger honom varmast om hjärtat; kundbemötande, Storytelling, attityder, service och upplevelsekommunikation.

**KJELL DAHLIN KOMMUNIKATION AB** erbjuder utbildningar inom; *Attitydbarometern, Retorik, Presentationsteknik, Talcoach* samt *Storytelling*. Vår ambition är att alltid hålla toppkvalité. Därför har vi valt att koncentrera oss på våra expertisområden.

Kjell Dahlin Kommunikation AB anser att det viktigaste inte är teori, utan praktik. Utbildningarna ska snabbt ge resultat i den dagliga verksamheten. Vi tror mixen god agenda med värdefullt innehåll, bra föreläsningar och kraftfulla moderna verktyg är det som verkligen borgar för ett gott resultat.

Tillsammans med Kjell jobbar även Camilla Filipsson på företaget. Hon har 20 års erfarenhet av strategisk kommunikation och PR. Hon kommer närmast från en mångårig tjänst på TV4. Några av företagets nöjda kunder är NCC, Systembolaget, Know IT, Ryds Glas, Posten AB, Preem AB, Länsförsäkringar, Cisco med flera.

Läs gärna mer på [popretorik.se](http://popretorik.se)



telefon 070-631 11 11 | [kjell.dahlin@popretorik.se](mailto:kjell.dahlin@popretorik.se) | [www.popretorik.se](http://www.popretorik.se)