



Kapitel 6 – Forberede klienten på forløbet hos dig.

Forberedelse af din klient til hypnose

Før i tiden troede man, at kun en lille procentdel af befolkningen kunne hypnotiseres. Men nyere erfaring viser, at det at præsentere hver klient for en god forklaring af hypnose udformet til at fjerne den mest almindelige frygt og misopfattelse af hypnose efterlader næsten enhver klient hypnotiserbar. **Er man tryk, kan man følge forslag.**

Opbygning af tillid fører til succes med dine hypnoterapi sessioner

Jeg nævnte tidligere, at den største kæp i hjulet mht. om klienten kan komme i hypnose, det er hvis der er frygt til stede. Opbygningen af tillid starter allerede tidligere, end du måske tror.

Jeg giver her nogle eksempler på, hvordan du kan opbygge et højt niveau af tillid, som dermed vil føre til succesfulde hypnose sessioner.

Vær konsekvent i, hvordan du præsenterer dig selv og din praksis

Mens du opbygger din praksis, bør du overveje, hvorledes du agter at præsentere det for dine mulige klienter og andre professioner.

Beslut dig for, hvordan du ønsker at præsentere dig selv for verden og vær herefter konsekvent overfor det tema gennem al din fremtoning og annoncering. Jeg anbefaler, at du præsenterer dig selv og din praksis så professionelt som muligt. Men når det så er sagt, er der plads til en blødere mere "hjemlig" indfaldsvinkel under særlige omstændigheder, så længe du har orden og renlighed.

Hypnoterapeuter, der vælger navne, der ikke er i overensstemmelse med hvad klienterne vil finde, når de kommer til deres kontorer, taber tillidskampen lige fra starten. De har mistet deres potentielle klients tillid, så snart de går gennem døren. Undlad f.eks. at kalde din praksis for "Hypnosecenter", hvis du blot har et lille, hyggeligt baglokale indrettet som klinik.

Beslut hvordan du ønsker at præsentere dig selv for verden og udform så dine annoncer, brevhoved, brochurer, visitkort og navn omkring det. Der er ikke noget galt med at præsentere dig selv som "Den hjemlige hypnoterapeut", hvis det er hvad dine potentielle kunder finder, når de går gennem døren. Du vil opdage, at de klienter, der går gennem din dør, vil være de personer, som ønsker at arbejde i hypnoterapeutens "hjemlige" omgivelser – det er derfor, at de svarede på dine annoncer. Det er en "win-win" situation. Det kan også være en meget nyttig måde at få klienter på, når alle de andre hypnoterapeuter i en stor by bruger "den professionelle indgangsvinkel." At arbejde i en niche kan være meget effektiv. Det lærer du på uddannelsen til Holistisk Mentor og Hypnoterapeut.

Første indtryk samt overensstemmelse i fremtoning

Den fremtoning, du viser for din klient, er virkelig en markedsførings beslutning. Der er adskillige måder at markedsføre dig selv. F.eks. kan du markedsføre dig selv som "Professional", "New Age" eller "Uformel" eller en kombination af alle tre. Uanset hvad du vælger, er det vigtigt, at der er overensstemmelse i det, du gør. F.eks. hvis du vælger



den "Professionelle" præsentation af din klinik/dit kontor, er det formentligt det mest optimale, at du fremtoner som professionel hele vejen i gennem. Det betyder professionel reklame, professionelt brevhoved, visitkort, lokaler, ventelokale, kontor, tøj, dankortterminal osv.

Hvis du vælger at være topprofessionel i dine reklamer, og du derefter møder dine klienter første gang i et par jeans og en T-shirt, vil de fleste klienter ikke komme igen.

Betyder det, at du ikke kan være professionel, hvis du har en uformel tøjstil? Ville uformel og afslappet tøjstil være skidt for forretningen? Ville det være skidt for branchen? Nogle ville sige det. Måske ville de have ret. Men jeg tror det ikke. Det handler mere om at tage et valg, og derefter gennemføre stilen hele vejen gennem.

Overensstemmelse i fremtoning skaber tillid og dermed tryghed, en vigtig faktor for enhver forretning, og det er ekstremt vigtigt indenfor hypnosefaget!

På den anden side set, lad os sige, at du vælger at præsentere din forretning med en mere afslappet og uformel atmosfære. Du kunne kalde din klinik noget i retning af "Det uformelle hypnosecenter". Jeg tror ikke, at denne tilgang henvender sig til samme brede kundekreds, som den mere professionelle tilgang. Men det er let at skabe sig sin egen niche, hvis kolleger i området optræder meget professionelt. Her kan du tilbyde et alternativ og hente klienter på det. Altså det modsatte af, hvad andre i dit område gør.

Reklamen for dette fiktive hypnosecenter bør følge dit tema. Du har måske endda et foto af dig selv, hvor du står i meget afslappet beklædning. De klienter, du tiltrækker med denne reklame, er netop de, som ønsker hypnoterapi i en afslappet atmosfære. De vil blive lykkelige over at se dig tage i mod dem i afslappet tøj. Måske fortæller den endda deres venner om, hvor godt tilpas de følte sig hos dig. På denne måde opbygger du måske en hel kundekreds, som elsker dine blå jeans 😊. Denne tilgang til din forretning er måske at foretrække, hvis du har klinikken derhjemme. (OBS: Du skal selvfølgelig altid optræde professionelt, uanset om du er "afslappet eller professionel". Men det formoder jeg er overflødig at nævne.)

Lad mig slå det fast endnu engang: Vær strømlinet i din fremtoning. Klienter er ofte nervøse, når de kommer til den første session, og overensstemmelse i fremtoningen reducerer overraskelser, skaber tryghed og tillid, og tiltrækker de klienter, som netop tildales af din forretning, og disse klienter er mere tilbøjelige til at komme igen og til at henvise sine venner og familie til dig.

Undgå at overdrive beskrivelsen af dig og din forretning. F.eks.: Jeg mener, at det er uklogt at kalde din forretning for "Akademi" eller "Institut", og når dine klienter ser din klinik, er det meget mindre end de havde forventet. De vil føle sig vildledt (hvilket de formentligt også er blevet).

Du får en dårlig start, hvis du giver indtryk af at have vildledt dine klienter. Husk på, at overensstemmelse i præsentationen gør dine klienter tillidsfulde, og når du møder deres forventninger, vil de føle sig tilfredse og dermed ønske at fuldføre forløbet hos dig.



© Hypnosekompagniet



Telefonkontakt og booking af foreløbige aftaler

Hvis det at modtage et telefonopkald ikke er din første kontakt med klienten, er det meget vigtigt, hvordan du håndterer de første kontakter. Mange behandlere kræver, at potentielle klienter kommer til en gratis indledende session, før de vil besvare spørgsmål. Det mener jeg, er en fejl! Regel nr.1 i forretningslivet: "Gør det let for kunden at indgå forretning med dig". Og det at undgå at besvare spørgsmål i telefonen skaber ikke ligefrem tillid. Med klienter, der stoler på dig, er der større sandsynlighed for, at de kommer tilbage, og henviser deres venner og familie til dig.

"Hvad koster det?"

De to spørgsmål, du vil møde i telefonen er: "Hvad koster det, og hvor mange sessioner?". Jeg vil ikke gå nærmere ind i, hvordan du besvarer det første spørgsmål, for det er mere en salgsteknik. (Men her er et hint: Undlad at fortælle dem prisen, før du har opmuntret dem til at gå ind i en dialog om problemet, som de ønsker at arbejde med, og det kan du gøre på følgende måde: "Hvilket problem ønsker du at arbejde med?" osv. Lad dem lære dig at kende, og først derefter besvare spørgsmålet. Ellers vil de blot gå videre til alle andre hypnoterapeuter for at sammenligne priser.

"Hvor mange sessioner?"

Det er vigtigt, hvordan du besvarer spørgsmålet: "Hvor mange sessioner?", for hvordan du svarer, kan få indflydelse på, om klienten comitter sig til et forløb, hvor klienten kommer helt i mål. Underdriv ikke antallet af sessioner blot for at få klienten til at komme. Det vil være uetisk – og rygter spredes! Hvis du underdriver, og det derefter viser sig, at det er nødvendigt med flere sessioner, vil klienten enten føle, at du har manipuleret med hende, eller måske endnu værre: at du ikke er kompetent, og at du ikke kunne udføre arbejdet på den tid, du havde forventet.

Jeg kan med en sidebemærkning nævne, at det er forunderligt, at psykoterapeuter og psykologer sjældent bliver spurgt om, hvor mange sessioner det vil tage. Det forventes, at terapien vil stoppe, når målet er nået. Men hypnoterapi-klienter spørger sjovt nok altid, hvor mange sessioner der skal til.

Dog kan du læne dig lidt op af, at rygeafvænnings som oftest er på én session. (Du lærer min metode til at få succes med rygeafvænninger på netop en session.) Ved fobier siger jeg altid, at de skal forvente 1-3 sessioner. Andre issues ligger gennemsnitligt på 3-5 sessioner, mens de tungere problemstillinger som f.eks. depression eller ekstremt lavt selvværd efter livslang undertrykkelse ofte vil tage flere end 5 sessioner fordelt over et 3-6 måneder.

Garantere bookinger

Du står stærkere, hvis du kun booker de klienter, der virkelig ønsker at committe sig på et forløb. Jeg har den afbudsregel, at afbud skal ske senest 24 timer inden aftalen, så jeg kan nå at booke en ny klient, hvis en klient melder afbud. Det har givet klienterne en følelse af ansvar, og jeg får yderst sjældent afbud.

Denne politik gælder alle bookinger – ikke kun den første. Laver jeg undtagelser? Det gør jeg, hvis det ikke er den første session. Men find dine egne "forretningsregler". De skal give dig energi frem for at dræne dig...!



Fastlæg mål og vurder antallet af sessioner

Under første session og under før-hypnose-interviewet er det hensigtsmæssigt at indsnævre målene, og igen diskutere forventning til antallet af sessioner. Måske har problemstillingen taget en drejning, siden de kontaktede dig første gang, og derfor kan forløbet være et andet. Uanset set hvad, er det en god ide at I er enige om, hvilke forventninger der er. Opmuntr dem til at have realistiske forventninger.

Det øger chancen for, at klienten vender tilbage til de sessioner, som er nødvendige.

Jeg giver altid klienten forskellige grunde til at fortsætte sit forløb. Her kommer et par hurtige fif. Jeg siger altid noget i retning af: *"Næste gang vi er sammen, vil vi snakke om..."* eller: *"arbejde med..."* Giv dem en grund til at de skal ønske at komme tilbage til den næste spændende session, og de kommer.

Sidst, men ikke mindst, bør hver session have gennemført noget, og efterlade klienten med en fantastisk følelse. Efterlad aldrig en klient der føler sig opdudnet efter sessionen. Hver session skal have en start, midte og afslutning, og sessionen skulle gerne ende med, at klienten føler sig opløftet/lettet, og med en følelse og tro på, at det her, det virker, og det vil skabe forandring.

Undlad at gøre tingene komplicerede ved at fortælle, hvad du vil gøre

Når du anvender terapeutiske teknikker som aldersregression, så lad være med at gøre tingene mere komplicerede ved at fortælle, hvad du nu vil gøre. Mange klienter vil ikke komme tilbage, hvis de tror, at de skal regrediere tilbage til en frygtelig og følelsesmæssig oplevelse. De vil begynde at bekymre sig, og det vil forstyrre muligheden for at udføre regression. **Spørger klienten, om de skal tilbage til en ubehagelig oplevelse tidligt i deres liv, så svarer jeg noget i retning af:** *"Det, vi arbejder med er, at vi guider dit sind til at finde de ressourcer, du har brug for, for at få den forandring, du ønsker dig. Vi kigger på, hvilket behov dit underbevidste sind forsøger at tilfredsstille for dig og så skaber vi en ny løsning."* Igen: Husk, at frygt forhindrer hypnose. Og frygter klienten tidligere oplevelser, så vil de flygte fra disse – også selvom de er i hypnose.

"Det, vi arbejder med er, at vi guider dit sind til at finde de ressourcer, du har brug for, for at få den forandring, du ønsker dig. Vi kigger på, hvilket behov dit underbevidste sind forsøger at tilfredsstille for dig og så skaber vi en ny løsning."

De fleste terapeuter (psykologer, psykiatere osv.) diskuterer aldrig hvilken slags terapi de vil anvende for at hjælpe klienten. De beslutter ganske simpelt, hvad der ifølge deres uddannelse og erfaring vil være det bedste at gøre for klienten. Fortæller du klienten (og her mener jeg hypnoterapi-teknikkerne i detaljer), hvad du har tænkt dig at gøre, gør for det meste processen mere kompliceret eller skaber nervøsitet. Hvis de ønsker at lære, hvordan man laver hypnoterapi, kan du opmuntre klienten til at tage en uddannelse i avanceret hypnoterapi.

Noget af den frygt, som kan blive forårsaget af en snak om terapiteknikkerne som f.eks. regression kan være noget i retning af: *"Hvad hvis jeg finder ud af noget, som jeg ikke ønsker at vide?"* eller: *"Hvad hvis jeg græder, og bliver flov?"* eller endda: *"Hvad hvis jeg slet ikke kan finde ud af regression, og jeg spilder mine penge?"*. Skån klienten for detaljerne, og fokuser på udbyttet. Hvis du føler, at du skal fortælle dine klienter, at du vil bruge regression osv., bør du i det mindste vente til næste gang I ses, så klienten ikke går og bekymrer sig unødigt i mellemtiden. Håndterer du det på denne måde, reducerer du klienter, som måske ikke dukker op til næste session.



Din praksis

Hypnoterapi-lokalet kan være et rum afsat dertil i dit hjem, eller kan f.eks. være en del af et behandlingshus, hvor der er andre hypnoterapeuter, psykologer, behandlere o.lign.

Nedenstående er der nogle ting, som du skulle tænke på, når du indretter din praksis:

Samlet udseende skal svare til forventningerne.

Lugt – Luft ud efter hver klient, og undlad at bruge duftlys, overdreven parfume, røgelse, meget duftende blomster osv.

Ventelokale – rart at have, hvis klienten har forældre el.lign. med, som skal vente, mens I laver hypnose. Det er dog ikke absolut nødvendigt. Bare du har oplyst om det på forhånd.

Belysning skal være tilstrækkelig... ikke for dyster...

Temperaturen skal være på den kolde side af det behagelige. Og tilbyd klienten et tæppe, når I skal lave hypnose.

Musik og andre baggrundslyde må ikke være distraherende. Spiller du musik, så spørg altid: "Er du okay med den baggrundslyd?"

At sidde ned, ligge ned eller stå op? Jeg anbefaler en god og bred chaiselong, hvor der er plads til klientens arme ned langs siden. Klienten må ikke ligge ned, så falder hun i søvn. Og skal hun sidde rimelig ret op og ned, så sørg for at have en fodskammel. Du kan også sagtens vælge at bruge en god lænestol, hvor ryglænet kan lægges lidt ned, og hvor der er gode armlæn, som støtter klientens arme. Det vigtigste er, at klienten sidder godt, og ikke skal bruge kræfter på at holde armene på plads osv. Eller hovedet for den sags skyld. Tæpper og puder er altid godt at kunne tilbyde som understøtte og som "formbar placeringsmulighed" ☺.

Hav hygiejnen i orden! Undlad os komme ud med morgenhår og søvn i øjenkrogene!

Her er nogle vigtige faktorer, der skal overvejes i forhold til din klient:

Din klients påklædning kan være nøjsom i sommervarmen. Tilbyd altid et tæppe, så klienten ikke skal sidde og blotte sig under hypnosens.

Nervøsitet skal være fjernet før sessionen. (Det klarer du i dit før-hypnose-interviewet og din pre-talk.)

Træthed kan forårsage, at din klient falder i søvn.

Smerte kan forstyrre hypnoterapien med mindre klienten netop kommer for at få løst problemer med psykosomatiske smerter som f.eks. hovedpine og piskesmæld.

Medicin kan forstyrre koncentration og evne til at bruge følelsesbroteknikken. (Regression), men kan omvendt også være gavnligt, hvis det lige tager toppen af nervøsitet. (Lykkepiller f.eks.) HUSK: Få altid en underskrift fra klientens læge, hvis de får medicin som f.eks. lykkepiller. (Giv klienten en skabelon, og bed dem få deres læge til at underskrive.)



Alkohol kan være et problem, men det er generelt ikke et problem, hvis hun ikke er beruset eller søvngig. Hos HypnoseKompagniet tager vi ikke klienter, som har drukket.

Stoffer er absolut ugunstigt.

Klientens opfattelse af hypnoterapeuten.

Hvordan din klient opfatter dig som en person eller som en professionel har en indvirkning på hypnoterapi sessionen. Måden du opfattes på kan afhænge af mange faktorer, som er opført nedenstående.

Tiltro og tillid – om du og dine lokaler lever op til forventningerne.

Prestige – eksamener, licenser, certificeringer, priser og rygte.

Omdømme – anbefalinger fra andre, priser og professionel ekspertise.

Kemi – kemien mellem klienten og dig.

Kemien mellem hypnoterapeut og klient er vigtig

Det sker sjældent, men hvis jeg ikke har ”kemi” med klienten, henviser jeg til en anden hypnoterapeut/terapeut. Det kan være en god ide, at du har både mandlige og kvindelige kolleger, du kan henvise til. Nogle klienter foretrækker et bestemt køn. Dårlig kemi skaber mistillid og frygt. Og frygt mindsker modtageligheden af hypnose.

