

15.00 – 15.30 Ingen succesfuld strategi uden strategisk kommunikation

V/ Alexandra Krautwald, Mindkey A/S

Mennesker gør det, der giver mening for dem. Og det der giver mest mening, gør de først. "Enkelt og sandt," siger de fleste ledere samstemmende. Med alligevel er det overraskende få ledere, der bruger strategisk kommunikation til at skabe mening for deres medarbejdere!



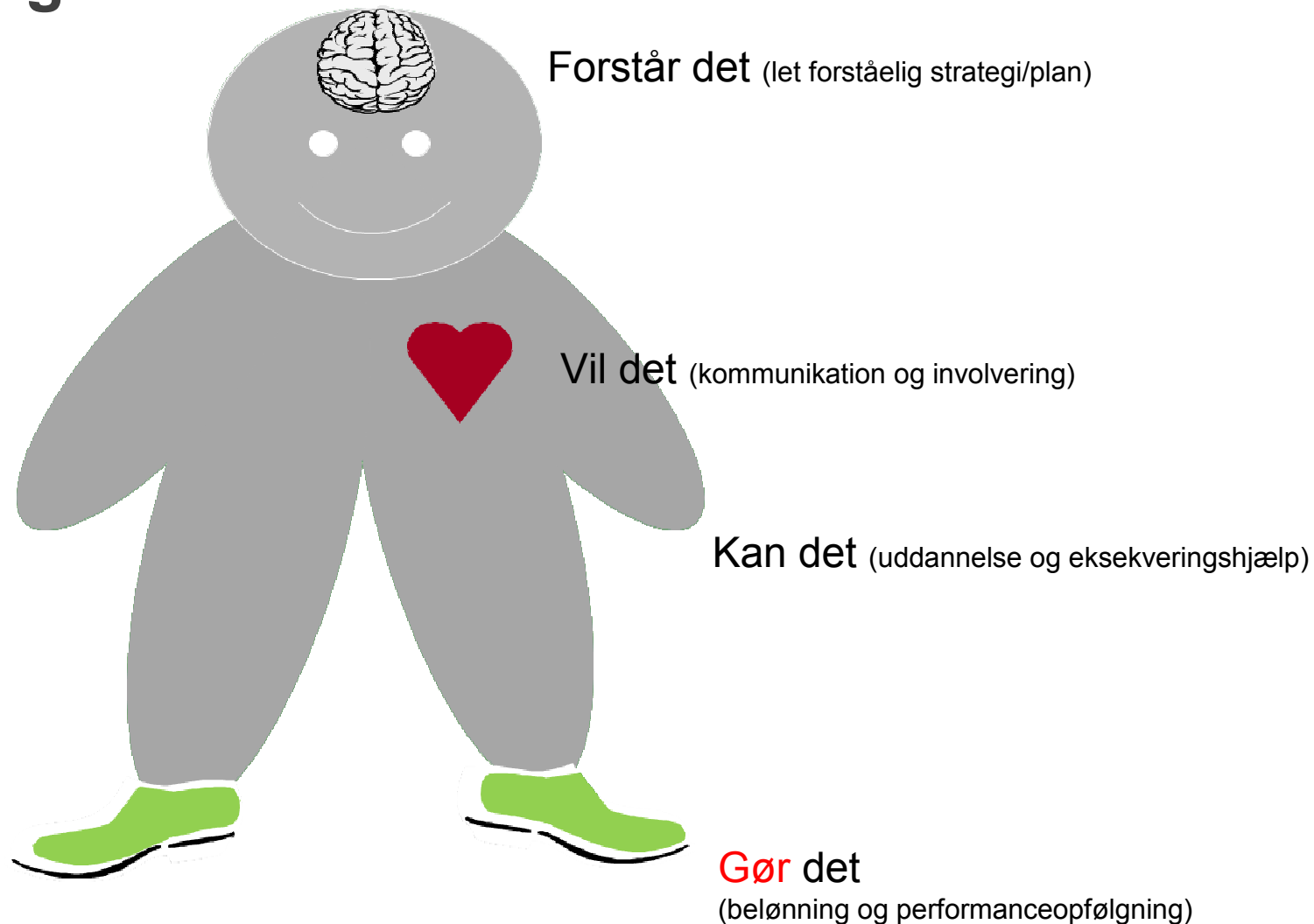
- Alexandra Krautwald, Direktør Composing A/S, Mindkey A/S
- www.dkcomposing.com og www.mindkey.dk

Hvorfor strategisk ledelses kommunikation?

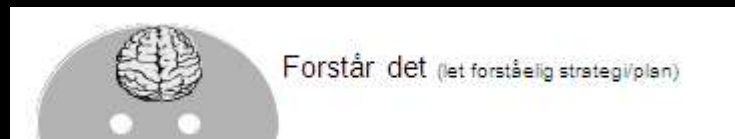
”Strategien var klar både klar, skarp og berettiget på markedet. Men projektet kom aldrig rigtig fra jorden og lever i dag en hensygnende tilværelse midt i den tredje skrivebordsskuffe. Den situation kender alt for mange ledere, der bidrager til den kedelige statistik, at kun 3 ud af 20 strategier fra danske lederes hænder giver det forventede resultat”.

Citat fra blog, Alexandra Krautwald, ErhvervsBladet.dk

Strategier ender hos mennesker, der skal gøre noget



De skal altså gøre noget. Men først skal de forstå hvorfor.



Her kommer strategisk ledelseskommunikation ind i billedet.

Men kommunikationsindsatsen bliver ofte nedprioriteret eller fejlvurderet.



Konsekvensen er...

- et hav af kuldsejlede planer og strategier
- et massivt spild af ressourcer
- manglende hjemtagelse af gevinst



På den baggrund, er det naturligt at
spørge:

...hvorfor virksomheder og ledere
så disponerer, som de gør?



Situationen er den, at ledelsen...

...oftest **tror**, at de kommunikerer,
både klart og effektivt.

Men at virkeligheden er en helt
anden.

For ellers var succesraten for
eksekverede planer større!

Enhver ny strategi eller plan kræver, at nogen skal ændre adfærd.



Og dem, der skal ændre mest adfærd, er ofte dem, der er længst væk fra beslutningen.



Mennesker ændrer ikke
adfærd, bare fordi de får besked
på det!



De skal ville det!



Vil det (kommunikation og involvering)

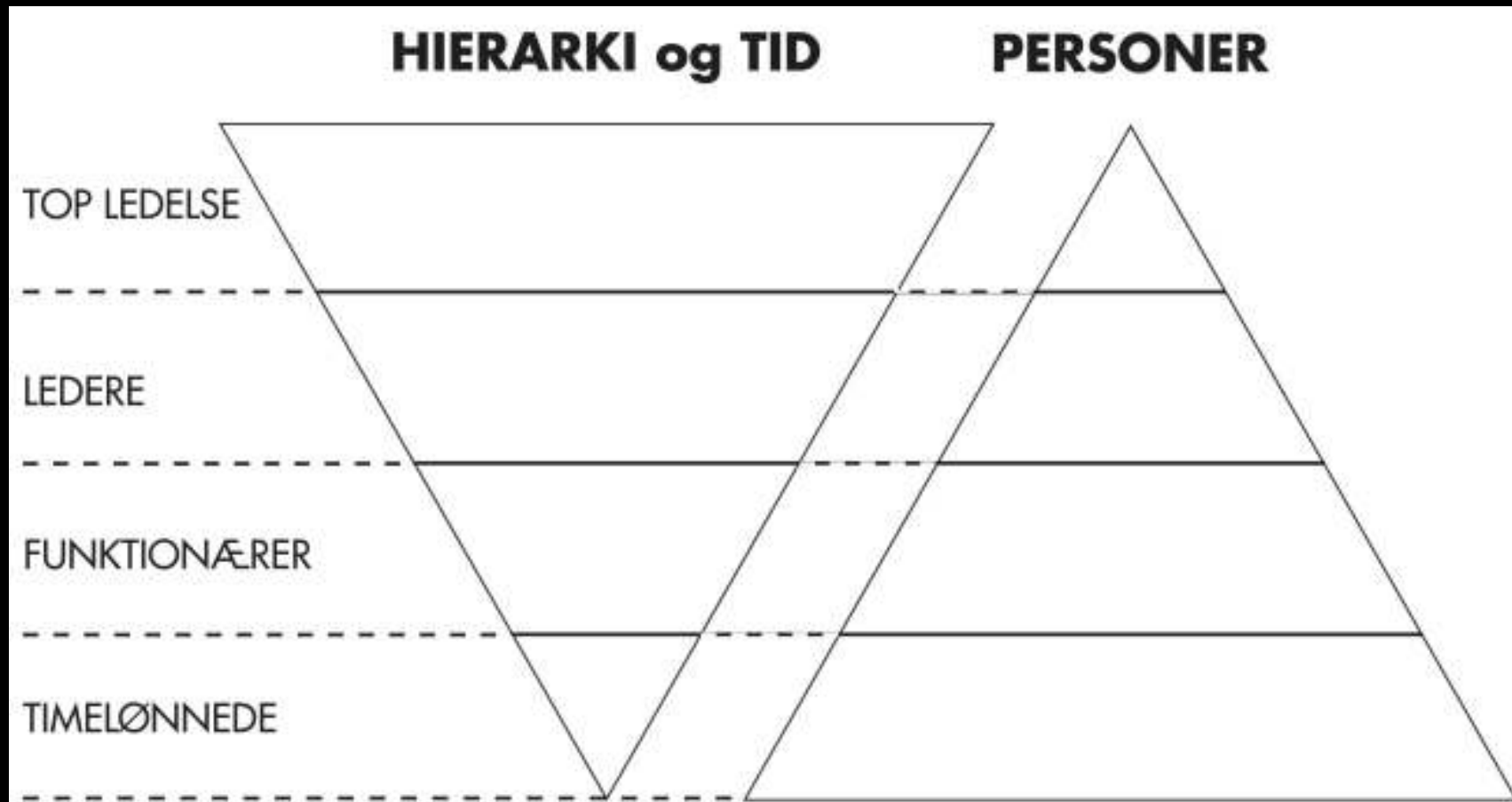
...og de vil det kun, hvis de kan
se en grund til at gøre det!



Den situation skabes ikke, fordi:

- Vi glemmer mellemregningerne
- Vi glemmer at skabe mening
- Vi glemmer, at mennesker forstår selv simple ord og budskaber forskelligt

Tid anvendt på beslutninger



Forskellige individer og grupper har forskellige forudsætninger for at afkode og forstå.

Hvis du beder alle om det samme, gør de noget **forskelligt!**

Vi manøvrer efter forskellige kort over verden og taler i forskellige sprog.

”Jamen, vi har jo sagt det...”

...gælder ganske enkelt ikke!

Kommunikation foregår på
modtagerens præmisser.

Hvis ikke budskabet er blevet
forstået og accepteret, er det
ligegyldigt, hvad I har sagt!



20.000.000.000,- kr.

Blev der i runde tal brugt på reklame i Danmark sidste år.

- og vel at mærke blot til udformning og indrykning af tv-, radio-, print- og netreklamer.

Div. brochurer, pamfletter, nyhedsbreve, kundemagasiner, kundearrangementer, PR-tiltag, events osv. skal lægges oveni.



De blev brugt, fordi vi godt ved, at vi bliver nødt til at fortælle de samme budskaber igen og igen og igen - og i forskellig udformning og ad forskellige kanaler, hvis vi skal have mennesker til at ændre blot simple adfærdsmønstre.



Hvad tror I så, der sker?

Når man holder en halv times
dundertale fra ølkassen i kantinen
eller sender en e-mail til
medarbejderne om den nye
strategi?



Og hvorfor tror ledere ofte, at deres medarbejdere er ens?

Kunder bliver segmenteret ned i atomer, mens medarbejdere i mange virksomheder betragtes som en og samme gruppe.



Strategien skal sælges til hver gruppe
hver dag

Vi bliver nødt til at skræddersy
vores kommunikation til de enkelte
grupper.

Og vi bliver nødt til at kommunikere
igen og igen, hvis vi skal have dem
til at gøre noget andet i morgen
end det, de gjorde i går.



Hvis ikke en beslutning kan
Kommunikerer overbevisende til alle
involverede,
er det som regel en dårlig
beslutning.



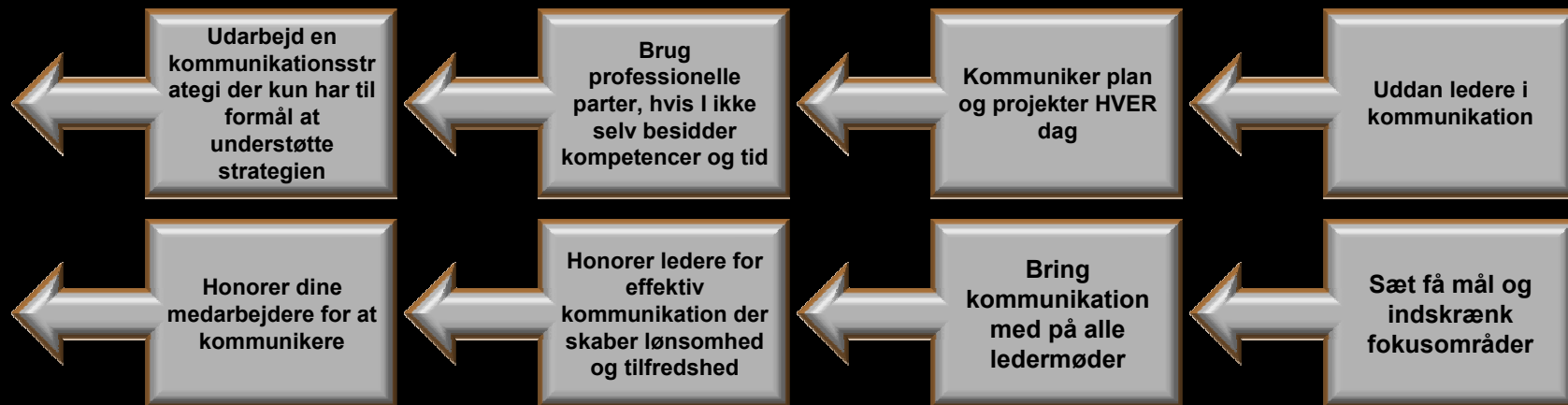
Enhver strategi og plan skal ledsages af en kommunikationsstrategi

Det skal defineres:

- hvem I taler til
- hvad I vil have dem til at gøre
- hvad der skal til for at ændre deres adfærd
- hvad I siger til dem
- hvordan I siger det
- hvem der siger det
- hvornår de siger det
- OSV. OSV. OSV.

Disciplintavle til jeres kommunikation

Gør kommunikation til en kultur, hvor high performance er standarden



Mennesker gør det, de bliver honoreret for, og det de bliver Honoreret mest for, gør de først



Alt er vigtigt og dermed er intet vigtigt



Ordet kommunikation kommer af det latinske ord "communicare", hvor betydningen er:

at gøre fælles / at dele med nogen / dele med fællesskabet.

Vi kender ordet fra "kommune", "kommunisme", "community" udover naturligvis ordene "kommunikation" og at "kommunikere".

Nogle er bedre end andre

Han er lydhør og har "antenne" ude, god til selv at tage prekære emner op og være den første til at åbne debatten. Er åben og troværdig i sin kommunikation: man kan stole på, at han mener det, han siger. Samtidig er han den første til at indrømme og undskylde, hvis han har taget fejl - også gerne foran alle medarbejdere. Det er med til at gøre kommunikationsmiljøet meget tillidsfuldt og trygt efter min mening.

'Nytårstalen' var et flot eksempel på god kommunikation af vores nuværende situation, fremlæggelse af budget, indfletning af hvordan eksterne forhold kunne påvirke os, og hvilke tiltag der var sat i gang/ville blive sat i gang for at bringe os videre.

Fantastisk "på ølkassen": evner at få komplicerede sammenhænge forklaret og tydeliggjort og at kommunikere vanskelige og alvorlige budskaber på en sober og forståelig måde. Har stor respekt for "folkeopinionens" styrke og er altid velforberedt, når han har indlæg på møder m.m.



Nogen gange kan han - især hvis han er presset/stresset - have en tendens til at lukke af for andres tale/skære dem fra lidt vel hurtigt. I disse situationer vil han med fordel kunne tage en dyb vejtrækning og lad folk tale lidt længere. Kan virke meget diktatorisk og hård.



Kunne godt øve sig lidt i at være lidt mere tålmodig, når man har noget at sige i stedet for haste videre, når han har forstået budskabet. Der er nogle gange lidt for meget handling og effektivitet over kommunikationen og for lidt plads til forståelse og den enkeltes følelser - men det ved han sikkert godt.

Lad være med bare at sige "fix it", når jeg kommer til dig med et problem. Jeg kommer til dig, fordi jeg har brug for sparring. Det kan godt være, du siger det, fordi du har tillid til mine evner. Men jeg kunne godt savne en lidt mere empatisk og støttende tilgang. Jeg kommer jo til dig, fordi jeg har brug for dit råd. Ellers ville jeg da bare selv have fixet det for længst.

Kommunikation er en powerfuld størrelse

”Tak for i dag. Jeg tror, I fik noget ud af min gennemgang”.

Sagt: *Endelig* er der måske noget, der er sevet ind Nord for øjenbrynene hos jer.

Hørt: Hun har tillid til os, hun tror på os. 😊



God fornøjelse!