

Overlad ikke kommunikationen til kommunikationsafdelingen!

Af: *Susanne Teglkamp, Ledelsesrådgiver i Teglkamp & Co. www.tegkamp.dk*



Et af dine vigtigste ledelsesredskaber har du lige ved hånden – eller rettere lige ved munden! Selvom kommunikation er tidkrævende og tid generelt ikke er noget lederen har for meget af, vil det være en rigtig dårlig prioritering ikke at afsætte tid til kommunikation. Står I i en forandringsproces bliver kommunikationen så meget desto mere vigtig.

Kommunikér troværdigt

Det er nemt nok at kommunikere de glade meddelelser, der handler om vækst, overskud, udvidelser og nye spændende tiltag. Men fortæller man kun de gode historier og forsøger at gemme problemerne, udfordringerne og de vanskelige beslutninger, kommer det til at gå ud over troværdigheden.

Hvis ikke du kan sige sandheden, så undlad at sige noget. Alternativt sig, at du ikke kan sige noget lige nu. Det værste du kan gøre er at forsøge at stikke en plade. Hvis det bliver opdaget og det gør det på et eller andet tidspunkt, så har du tabt din troværdighed. Har en leder først mistet troværdigheden blandt medarbejderne, er det op ad bakke for ikke at sige umuligt at komme tilbage igen

Kom ud og mød medarbejderne

Prioriter at komme ud og levere de centrale budskaber direkte til medarbejderne. Det personlige møde kan altså noget mere end samtlige andre kommunikationsmedier. Når vi både kan se, høre og mærke mennesket, der leverer budskabet, er sandsynligheden for at budskabet når igennem langt større end ved en mail eller et opslag på intranettet.



Når du kommer ud blandt medarbejderne får du også en mulighed for at komme i dialog med dem og høre, hvad der rør sig og hvad der bekymrer dem – signaler du aldrig får, hvis du udelukkende kommunikerer fra dit hjørnekontor.

Overlad ikke kommunikationen til kommunikationsafdelingen

Hvis I har en kommunikationsafdeling, så brug den alt det, I kan - men brug den begavet. Brug kommunikationsfolkernes ekspertise til at rådgive jer og til at skære budskabet til.

Lad være med at gemme jer bag kommunikationsfolkene – lad ikke dem aflevere jeres budskab. Medarbejderne vil høre de vigtige informationer fra lederens egen mund. De vil kunne stille spørgsmål og de vil kunne mærke mennesket bag kommunikationen. Jeres budskaber har langt større gennemslagskraft, når I selv leverer dem.

Lav en kommunikationsplan

En forandringsproces har forskellige faser og forskellige interessenter i de forskellige faser. De samme budskaber skal kommunikeres forskelligt og på forskellige måder og platforme - alt efter hvem der kommunikeres til. Man kan meget let løbe sur i kommunikationen og glemme nogen eller få informeret i forkert rækkefølge. Det behøver ikke at være en katastrofe, men det kan spænde ben i forandringsprocessen og give ekstra opgaver med at rede eventuelle misforståelser ud. Derfor bør I lave en kommunikationsplan, som dækker alle faser af processen.

Tag kommunikationsplanen frem med jævne mellemrum og vurder om der er noget der skal tilrettes. En forandringsproces er dynamisk og der vil som regel ske ændringer undervejs, som også kommer til at påvirke kommunikationsplanen.

Hent eventuelt hjælp eller sparring fra professionelle kommunikationsfolk, hvad enten I har dem i huset selv eller I skal ud i byen.

Sig det som det er!

Pak ikke de ubehagelige budskaber ind! Hvis der kommer til at ske afskedigelser, så sig det, som det er. Det er troværdig kommunikation og det giver folk mulighed for at handle. Derudover kan du risikere, at folk ikke forstår budskabet, hvis du pakker det alt for meget ind af frygt for at de bliver vrede eller kede af det.

Brug hele kommunikationspaletten

I dag har vi rigtig mange forskellige kommunikationsmuligheder, udover den klassiske "op på ølkassen og lever budskabet". For bare at nævne nogle muligheder som dialogmøder, intranettet, nyhedsmails, afdelingsmøder, pressemeddelelser, egen TV-kanal og så selvfølgelig alle de sociale medier som eksempelvis Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, som nogle af de kanaler, hvor man kommer bredest ud.



Kend mulighederne og vælg de kommunikationsmuligheder, som bedst kan få dit budskab ud over rampen. Ofte kan man ikke nøjes med at anvende én kommunikationsform. Effekten øges som regel betragteligt, hvis man bruger flere forskellige kommunikationsformer.

De 3 bedste råd

Kommunikér – kommuniker – kommuniker!

Artiklen er et bearbejdet uddrag af et kapitel fra Susanne Teglkamps bog: Fusioner og forandringsledelse i praksis. Bogen kan bestilles her:

<https://response.questback.com/teglkampco/fusioner>

Susanne Teglkamp er konsulent og direktør i Teglkamp & Co. Hun er uddannet jurist og reserveofficer og har suppleret med flere lederuddannelser senest Executive Board Programme på INSEAD. Susanne Teglkamp fik Ildsjælsprisen 2012 af DJØFs Brancheforening Selvstændige.

Susanne Teglkamp har tung ledelsesmæssig erfaring og har bl.a. været kommunaldirektør, HR-direktør i to forskellige it-virksomheder og udviklingschef. Hun har i mange år arbejdet som managementkonsulent, karriererådgiver og facilitator. Susanne Teglkamp sluttede sin karriere som reserveofficer som oberstløjtnant. Susanne Teglkamp er i 2015 blevet tilknyttet Forsvarsakademiets Censorkorps som censor i faget ledelse. Derudover har Susanne Teglkamp udgivet flere bøger, hvoraf den seneste 'Fusioner og forandringsledelse i praksis' udkom oktober 2016.

Se mere på www.tegkamp.dk

Skal du have læsestof med på ferien?

- få 15% på alle bøger i juni måned

Traditionen tro giver jeg rabat på alle mine bøger ved køb i juni måned. I år er der 4 bøger at vælge imellem:

1) Ledergruppen – det dynamiske omdrejningspunkt

2) Ledergruppen i udvikling

3) I den gode ledelses tjeneste

4) Fusioner og forandringsledelse i praksis

Jeg giver 15% på alle bøger ved bestilling inden udgangen af juni måned.

Gå ind og bestil her – rabatten på 15% bliver fratrukket beløbet:

www.tegkamp.dk/Boeger.htm

