



#### MODEL FOR LOYALITETS-KOMMUNIKATION

- kan du bruge, når du er i den situation, at du er blevet bedt om at formidle en beslutning, du ikke nødvendigvis er enig i. Du må balancere mellem at være loyal overfor den virksomhed, du arbejder for, og samtidig vise forståelse for, at dine folk kan have svært ved at tage imod eller acceptere beslutningen.

Dit fokus for kommunikation bør være at skabe klarhed, og at du kan adskille dig selv som formidler fra afsenderen af budskabet. Beslutningen kan ikke ændres, men du kan fortælle fakta, samle op og formidle konsekvensen for dem.

## BUDSKABSGUIDE

Situation: Hovedkvarteret har besluttet at sælge virksomheden til en køber, der er kendt for helt andre værdier end dem, jeres organisation arbejder efter.

**FAKTA:** Beskriv situationen helt faktuel: Hvem har overtaget. Hvornår sker det. Hvorfor er det sket. Fakta må ikke blandes med holdninger her. Giv dig tid til, at det synker ind hos dine tilhørere, inden du går videre.

**KONSEKVENNS:** Beskriv den faktuelle konsekvens, det har: nye ejere og farvel til den gamle ledelse. Ingen planer om at ændre organisationen lige nu. Sig det, du tror kunne være indre tanker hos dine tilhørere: både det, du kan tilbagevise, og det, der vil ske = Tilliden til dig vil vokse, når de hører dig sige det, de tænker lige nu. Brug sætninger som *det l måske står og overvejer... hvis l lige nu føler, at det bliver... så kan jeg godt forstå...*

**BETYDNING:** Fortæl dine overvejelser om, hvilken betydning beslutningen kan få for de værdier, I nu efterlever. Opstil realistiske scenarier for de forandringer, du forudser Fx: Det kan få betydning for, hvordan vi skal have med hinanden og omverdenen at gøre, fordi de nye ejere har andre værdier for kundeservice og ledelse. Det, jeg ved om de værdier, er... = Formidling af den viden, du måtte have om den konkrete situation.

**AFSENDER:** Fortæl, hvor budskabet har sin rod: Meddelelsen kommer fra din leder, som har det fra den øverste ledelse. Alle ledere på dit niveau er blevet bedt om, orientere jeres teams samtidig. Du fortæller, hvad HQ konkret har bedt om, at I formidler, og hvordan du selv oversætter det budskab til dine tilhørere = Adskil budskabets afsender og formidler. Dermed adskiller du også dig selv fra at have truffet beslutningen, men du viser ansvaret for at formidle den.

**FORMIDLER:** Du fortæller, hvordan du selv har reageret: Hvordan det berører dig. Du anerkender den stemning, du mærker i rummet, eller spørger til deres følelse lige nu.

**RETNING:** Du samler de vigtigste pointer op til slut og anviser, hvordan de bedst agerer i den nye situation. Du giver en tidsansvisning på, hvornår du vender tilbage med mere viden, som kan hjælpe dem til at håndtere den nye situation. Du anviser også en tid for, hvornår du vil involvere eller skabe rum for, at de kan ytre sig.