



Illustrasjon: Colourbox

# En kamp å nå igjennom til andre

I dag holder det ikke å komme med budskapet sitt bare én gang. Det samme gjelder for mailer og meldinger. På grunn av informasjonsstøy og konkurranse om tiden, har det nesten blitt

# legitimt å ikke svare på henvendelser fra andre.

PUBLISERT Mandag 03. juni 2024 - 09:16



Det er ikke uvanlig at folk argumenterer med at siden de får flere hundre mail per dag, er det helt greit å ikke svare på alle. Dette gjør det vanskelig å være avsender. For å få gjennomslag for det man ønsker, må man tenke og handle på en annerledes måte enn før. Bli med videre så får du noen tips på hvordan du kan få sterkere gjennomslag hos andre.

## Vi må vite at det ikke blir lett

Det viktigste å ta innover seg er at avsender har fått mye større ansvar enn før. Nå er det plutselig avsenderens ansvar å få mottakeren til å gjøre jobben sin. Det er ikke mange år siden mottakeren hadde hele ansvaret. Avsender skulle bare sende beskjeden, så var stafettpinnen overlevert til mottaker, og dermed var jobben gjort. Nå må avsender bruke forskjellige kommunikasjonsteknikker for å nå igjennom. Det handler om å være bevisst og presis, og forstå sin besøkestid. Dersom det blir for mye mas, kommer man i hvert fall ikke igjennom.

Kommunikasjonen vår bør planlegges *før* vi begynner på den. Vi må tenke over hva vi egentlig ønsker å oppnå og hva som er det viktigste. Deretter legge til rette for at mottakeren skal kunne møte oss uten at det blir for krevende. For lange samtaler eller mailer er dessverre historie. Vi må heller dele opp budskapet i flere deler over tid. Husk at vi som avsendere må tenke på hvordan mottakeren skal greie å svare oss på en god måte. Vi som avsendere bør forsøke å avklare forventninger og finne gode avgrensninger sammen med mottakeren *før* vi sender ut forespørselen. Da blir veien kortere til et godt resultat.

## Presisjon, ikke perfeksjon

La meg si det med en gang, jobben vi må gjøre trenger ikke være perfekt. Det blir for ressurskrevende, det handler mer om presisjon. At vi har en plan, har tenkt over hva mottakeren trenger og har planlagt en gjennomførbar solid oppfølging. Vi kan heller ikke ta oss selv for høytidelig. Å følge opp flere ganger er ikke negativt. Det viser at vi tar oss selv og jobben alvorlig, og det gir respekt hos mottaker. Gjør det enkelt for mottakeren slik at de kan svare raskt. Avsenderen trenger ikke eie hele prosessen, men bør sørge for å komme godt i gang. Det aller viktigste er å holde en god og positiv tone som motiverer mottakeren til å svare.

## Påvirkning

Påvirkning handler om å bevege mennesker i den retningen vi selv ønsker. Jeg sier bevege fordi det er ambisiøst å få folk til å endre mening om noe. Det kan i hvert fall ta tid. Mer realistiske mål kan være å få mottakerne til å se nye perspektiver, få ny kunnskap og kanskje endre noen holdninger. Eller kanskje bli mer positiv til oss eller produktet, bedriften eller bransjen.

Det viktigste i påvirkning er å kommunisere på en måte som unngår at mottakerne låser seg. La dem ha sin sannhet selv om det kanskje ikke alltid er korrekt. Forsøk heller å gi dem ny informasjon eller vinklinger som gjør at de selv oppdager noe nytt. I denne fasen har jeg erfart at det lønner seg å unngå ordet nei, fordi du da som oftest får motstand. Den andre aktiviseres, og du ender opp med å bruke tid på å kommunisere noe du ikke er interessert i eller har tid til.

Når vi forsøker oss på overbevisning, går vi enda litt sterkere til verks. Da vet vi at de argumentene vi har, er riktige for mottakerne. Det har vi sjekket. Vi bør også vite om vi har tillit hos mottakerne. Vi bør ha god oversikt og kjenne til detaljene. På denne måten kan vi være sterkere og tydeligere. Det kan være lurt å kjenne til forventningene mottakerne vil ha til saken dersom de skal bli overbevist. Vi bør ha gjort et godt forarbeid i forhold til rolleavklaring og mål slik at vi vet at mottakerne er de som faktisk skal gjøre jobben. Vi må vite hva vi snakker om og kunne svare på spørsmål på en grundig og troverdig måte.

## Vær tydelig på hva mottaker skal gjøre

Avsenderen må være tydelig på hvem som skal gjøre hva, når det skal gjøres, hvordan det skal gjøres og hva som forventes. Det er like viktig å være tydelig på hvem som ikke skal gjøre noe. Ofte får flere mottakere samme mail uten at det er spesifisert hvem som skal gjøre hva. Vær derfor tydelig på hvem som kun skal

informeres, hvem som er mentorer og hvem som beslutningstagere. Når dette er i fokus, kan avsender sløyfe masse egen-informasjon.

## Fordeler

Når vi er i konkurranse med andre kan det være smart å tenke på å gi mottaker fordeler av å svare raskt og bra. Dette er for mange en underlig og uvanlig ting å gjøre, men det fungerer. Tenk over hva du selv ville ønsket fra de som sender deg mailer og forespørsler. De mest effektive avsenderne er positive og realistiske som gir støtte og hjelp tilbake. I denne utvekslingen bygger vi solide og gode relasjoner. De som ikke fokuserer på dette vil gjerne komme lengre bak i køen. Sjarm virker gjerne en stund, men sjelden over tid uten tillit og troverdighet.

## Oppfølging

Oppfølging, purring og påminnelser bør være høflige og oppmuntrende slik at mottaker får lyst til å svare. Fortell hvorfor ting er viktig og gjør det så enkelt som mulig for mottakeren. I forkant kan vi selv sjekke at mailene våre har blitt lest og åpnet. Vi kan også be mottakerne bekrefte at de har lest og forstått mailene våre med en gang de har åpnet de. Videre gi dem litt tid til å komme med tilbakemeldingen sin. Vi kan gå enda lengre ved å følge opp mottakerne gjennom spørsmål. Da kvalitetssikrer vi at de har forstått hva saken dreier seg om og hvilken rolle de har i den.

Når vi må purre noen som ikke har svart, bør vi sende hovedpunktene i korthet. Oppfølgingen må ikke være for lang. Still spesifikke spørsmål relatert til det du tidligere har ønsket svar på. Dette hjelper til å oppmuntre til handling og gjør det enkelt for mottakeren å svare. Vær også tydelig på å gi mottakeren litt tid til å svare selv når du purrer. Å pushe for mye her kan gjøre det vondt verre, slik at mottakeren gir opp og slipper taket.

Avslutt med en høflig takk for mottakerens tid og oppmerksomhet, og vær tilgjengelig for å legge mest mulig til rette for at mottaker skal kunne få det til. Kom gjerne med egne forslag til hvordan mottakeren kan gjøre sin jobb i forhold til deg på en enklere måte. Jobben kan for eksempel deles opp i biter slik at mottaker ikke må gjøre hele jobben selv.

Lag en oppfølgingsplan for deg selv med tidspunkter og innhold hvor du kan notere ned det som ble sagt og gjort. Tenk at du selv skal være i forkant av prosessen. Ta gjerne en telefon også i blant for å kjenne på stemningen hos mottakeren.