



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN

Tone, takt og tekst

Anne Marie Bülow-Møller
Center for Kommunikation
CBS Dalgas Have
amb.kom@cbs.dk



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN

Tone vs. Register

- Formalitetsniveau
- Nærhed og distance
- Personligt engagement



Det formelle

- Passiver:
- De bedes henvende Dem..
- Nominaliseringer:
 - henvendelse bedes foretaget til..
- Tungt forfejt:
 - al henvendelse i forbindelse med registreringen bedes..



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN

Men alligevel

- konsolidering og fokusering af aktiviteterne
afstedkom en omsætningstilbagegang



- ”Ideland” er stedet, hvor ideerne til nye koncepter og nye produkter undfanges. Oppe under taget, i den gamle genopbyggede Fabrik 1, arbejder konceptudviklerne tæt sammen med både eksterne designere og med ingeniører og teknikere i udviklingsafdelingen for at håndgribelig- og virkeliggøre ideerne.(B&O)



Ikke relateret til formalitet:

■ Fagsprog:

- Jeg kom hjem fra skitur med en fraktur i femur

■ Holdningsprægning:

- Nu skal vi fandengaleme have styr på perioperationelle stafylokokforekomster, er I med?!
- Det har virkelig været mig en meget stor fornøjelse at gøre Deres bekendtskab



Konnotationer

- Kan ikke samles op fra fx ordklasser
- Julestjerner i mørkerødt, rosa og laksefarvet
- ..mørkerødt, rosa og kødpølsefarvet



**Copenhagen
Business School**
HANDELSHØJSKOLEN

Troværdighed

- Pålidelig
- Sanddru
- Vidende

- Socialt attraktiv
- Træk til fælles
- Ikke noget i klemme!



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN

Kompetence

- Præcise udtryk
- Varieret ordforråd
- Hørbar planlægning – syntaks, underopdeling
- Ingen dømt usikkerhed



Samhørighed

- Selvåbning, egne eksempler
- Engagement, intensitet, livlighed
- Humor, social appel
- Tilgængelighed, åbning for kontakt
- Sympati, brug af navn, ros, respekt
- 'Membershiping'



Hvad modtagere hader

- Når de tilsyneladende ikke kender én
- Når de lader som de kender én

- At blive talt hen over hovedet på
- At blive talt ned til

- Upersonlige, ufølsomme breve
- Personlig begejstring og bekymring



Visions and missions

- Johnson & Johnson:
 - We are here to heal and assuage pain

- Philip Morris:
 - We believe in freedom and choice



Værdibaseret kommunikation!!

- Fra nu af skal vi være –
 - Ordentlige
 - Kompetente
 - Ansvarlige
 - Tilgængelige
 - En troværdig partner
 - En god arbejdsplads



Showing and telling

- Friske, ungdommelige, uhøjtidelige
- Umiddelbart forståelige

- Psssst - Er du klar over hvad de store banker scorer på gebyrer fra private?



Ansvarlighed

Undskyldning

- Jeg er ked af det, den rødvin var alt for dyr

Forklaring

- Jeg havde jo ikke noget at sammenligne med

Retfærdiggørelse

- Sku' man ikke ku' spise frokost, det er ren jantelov

Afvisning

- De beskyldninger er helt gakkak, det er slet ikke mine bilag – så var jeg død for længe siden



**Copenhagen
Business School**
HANDELSHØJSKOLEN

Årsrapporter

Fra regnskab til platform

- Information
- Fortolkning
- Feel-good materiale
- Interaktivt materiale



**Copenhagen
Business School**
HANDELSHØJSKOLEN

Brevet: Afsender

Ordførende direktør

Direktionen og bestyrelsen

Virksomheden



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN

Modtager

Aktionærer, investorer

Kreditorer, leverandører

Offentligheden, kunderne

Medarbejderne



Copenhagen
Bu
HAI

Det personlige brev

Signatur, billede, genremarkører

Godt år: klar stil,

korte sætninger, høj transitivitet

Dårligt år: tåget,

længere sætninger, lav transitivitet



Aktører

- Ledelsens aktivitet, R&D anstrengelse
 - Stabile, kontrollerbare faktorer (dygtighed)

- Markedet, priskontrol, dårligt vejr
 - Eksterne, ustabile, ukontrollerbare omstændigheder

- Fagforeninger, miljø/køn/risiko



Copenhagen
Bu
HAI

Det virkelig gode år

Marshall & Ilsley (bank holding company based in Milwaukee): CEO JA Puelicher's complete letter:

“Your company had a very good year in 1982. Some of it was due to luck; some of it was due to good planning and management. We hope you enjoy the numbers and the pictures”



Det gode år

“Chrysler Corporation had another solid year in 1988. We accomplished all three of our key objectives for the year without losing sight of our continuing goal: customer satisfaction.

First, we completed a smooth integration of the AMC operation. Second, we increased both our car and truck market share. Finally, and perhaps most importantly, we finished the year on a strong earnings note.”



Det dårlige år

“Glass container division sales increased modestly, but profits declined due to adverse market and weather conditions which were not offset fully by improved prices” – Owens –Illinois



Det dårlige år: stil

“While substantial progress has been made by Eastern’s management to make the operation viable on a long term basis, the various programs undertaken by the company’s labor unions to disrupt the operations of the company particularly in the second half of the year had their unfortunate impact on the company’s financial results”



Copenhagen
Bu
HAI

Det dårlige år: forklaring

“During the past year, we have managed the Fund conservatively. This can be an advantage in declining markets, but has a price during a bull market. Unlike the S&P 500, American Mutual Fund is actively managed for the balanced accomplishment of three objectives – current income, capital growth, and conservation of principal.”



..Samtidig valgte vi, på grund af usikkerhed på flere vigtige markeder, at holde igen og indrette vores omkostningsniveau på en moderat omsætningsvækst. Herudover iværksatte vi en række aktiviteter og projekter med det formål at øge vores bruttoavance



**Copenhagen
Business School**
HANDELSHØJSKOLEN

Regnskabsåret 2002/03 har været præget af modvind i samfundsøkonomien, og vores strategi om konsolidering og tilbageholdenhed...har vist sit værd



Markedssituationen kombineret med konsolidering og fokusering af aktiviteterne afstedkom en omsætningstilbagegang på 6 procent, men alligevel lykkedes det os at øge vores indtjening med hele 27 procent



Copenhagen
Bu
HAI

Det dårlige år : panache

“Most of Teradyne’s 26 years have been very good, and many of them have been spectacular. A small number – five to be exact – have been bad, if you define bad as meaning a year of no growth. 1986 was definitely one of the bad ones. [...] overall, our sales were down about 9 percent, which doesn’t sound so bad when you say it fast, except that it followed a 14 percent drop in 1985, for our first two-year decline ever.



Copenhagen
Bu
HAI

Fortsat...

The fact that most of our competition did even worse is some consolation. But not much, frankly. [...] It's hard to put a bright face on a year in which net profits fell 99 percent; a P&L [profit and loss] statement with no P is lamentable, but it is certainly survivable.”



Copenhagen
Business School
HANDELSHØJSKOLEN

Udfordringen

Er afsenderen virkelig den samme over for mange modtagergrupper?

Kan virksomheden virkelig klare sig med ét sprog, én tone?

Kan man isolere syntaktiske og semantiske træk som kun præger tonen i en bestemt retning?

Kan man give anbefalinger til tekstforfattere som gælder alle genrer?

- eller må man stole på deres takt?



Copenhagen
Business School
HANDLSHØJSKOLEN

Kilder

- Der er en artikel over dette emne, med flere eksempler og kildehenvisninger, I “Når virksomheden åbner sit vindue – kommunikation og formidling i et corporate perspektiv”, red Jørn Helder og Bodil Kragh. Samfundslitteratur 2003.