

SKRIFTLIG KOMMUNIKASJON I SALG

MUNTLLIG:

Når man snakker er ordvalget som regel enklere og grammatiske regler ikke like viktig som ved skriftlig språk.

SKRIFTLIG

Ved skriftlig språk er teksten som regel gjennomgått flere ganger. Innholdet har også en annen informasjonstetthet da leseren kan ta til seg informasjonen på sine egen premisser. Sammenhengen i teksten er bevisst.

Man er nødt til å være nøye med grammatiske regler og tegnsetting. Skriftlig språk blir dermed mye mer gjennomtenkt enn tale.

Det vi sier eller skriver må altså stå i forhold til den sammenhengen det blir sagt i. Først da kan vi regne med at mottakeren forstår formålet med teksten.

MOTTAKERFOKUS

Sammenhengen er særlig viktig å tenke på når du er avsenderen av en tekst. Du må kanskje vite hvor mye mottakeren vet, hvilke erfaringer han har, hvilket språk han snakker, hvor gammel han er og så videre. Først da har du et grunnlag for å sende fra deg en tekst som kommuniserer.

Når vi vil oppnå sammenheng i en tekst, er det altså viktig å ha et mottakerfokus. Vi må se for oss hvem som skal bruke teksten, og vi må tilpasse teksten til ham.

UTVIKLING/ENDRINGER:

Språkbruken utvikler og endrer seg hurtigere enn tidligere. Yngre generasjoner påvirker mer enn før da de er tilgjengelig over alt hele tiden via internett.

Ord og uttrykk endres, nye skrivemåter oppdateres oftere og raskere enn tidligere. Ord forkortes, vi sier mer med færre bokstaver, og uttrykker oss mer visuelt.

Visuelle uttrykk dekker mange ulike metoder og materialer: fotografier, grafer, tabeller, tegninger, emoji.

Emoji er nok en uttrykksform som har tatt over «masse»-kommunikasjon. Gjennom emoji uttrykker vi også mer følelser i det vi formilder. Unge i dag kommuniserer heller skriftlig enn muntlig, da dette er enklere, og har blitt en form de er vant til.

Samtidig er emoji på vei ut for de yngste i generasjon Y som mener de ikke blir oppfattet seriøst da.

Oppgave:

Hvilke medier bruker du/dere skriftlig kommunikasjon på arbeidsplassen?

Hvem kommuniserer du med, og formulerer du deg forskjellig til dem?

Hvor ofte bruker du emoji, og bruker du dem i all skriftlig kommunikasjon?

Skriv en SMS til kursholder hvor du skal informere butikkleder om hva du skal gjøre på kurs neste gang/hva dere har gjennomgått i dag.

Hvordan bruke digital kommunikasjon i en salgsprosess?

SKRIFTLIG KOMMUNIKASJON I SALG

EMOJIER

Emojier spiller en stor rolle i forhold til hvordan venner, familie og kollegaer oppfatter oss og de kan brukes til å forme vårt image positivt. Men som med andre uttrykksformer er det viktig at mottakeren også godtar måten emojier brukes på.

Selv om emojier både kan virke som morsomme og annerledes uttrykksformer, endrer de også måten mennesker opplever og forstår hverandre.

Spesielt på arbeidsplassen kan emojier ha større betydning enn man kanskje skulle tro.

Forskning viser at 61 % bruker emojier i jobbsammenheng. Noen mener det ikke tar seg bra ut å bruke emojier i jobbrelatert kommunikasjon – meningene spriker litt her. Det kan derfor være lurt med en «vær» forsiktig holdning. Vit hvem du sender til, slik at du sikrer deg mest mulig for at mottakeren tolker og forstår hvilket budskap du mener å sende.

E-post

E-post er fortsatt det mest brukte skriftlige kommunikasjonsmidlet innenfor arbeidslivet.

Ca. 300 milliarder e-poster sendes hver dag. E-poster brukes også til hacking og useriøse poster - 4 av 5 mailer som sendes er SPAM. Her gjelder det å være obs og sørge for at sikkerheten ivaretas.

Vil du skrive e-poster som blir lest og svart på?

- Bruk emnefeltet rett
- Begynn med en hilsen, og bruk gjerne navn
Det er alltid hyggeligere å motta en e-post som henvende seg direkte til deg
- Hold deg til ett tema
Send heller flere e-poster for hvert tema med hvert sitt emnefelt som forklarer hva det gjelder. Da får du mer fornuftige «tråder».
- Kom til poenget og vær strukturert
Ikke kjed mottakeren med en lang forhistorie eller irrelevant info. Finn først ut hva du vil si, og kutt ut alt unødvendig.
- Skriv i korte avsnitt
Ble e-posten lang? Rediger den kortere. Veldig ofte kan du si det samme med langt færre ord.
Må e-posten inneholde mye informasjon, kan du bruke uthevede undertitler for å raskt gi leseren oversikt over innholdet. Det gjør teksten mer angripelig.
- Ikke la e-posten bli for kort

Notater:

SKRIFTLIG KOMMUNIKASJON I SALG

Notater:

- Ikke svar med enstavelsesord – legg heller til et par ord som understreker svaret.
- formell eller uformell tone i e-posten?
Forsøk å legge deg på samme nivå, så mottaker opplever at dere er på nett.
- Avslutt på vennlig vis i en god tone
- Bruk en passende signatur
Signaturen bør inneholde all relevant kontaktinfo som e-post, telefon, nettsadresse, lenke til LinkedIn-profil, eventuelt også postadresse
- Tilpass deg og responder i samme stil. Forholder du deg til en formell eller uformell tone i e-posten?
Forsøk å legge deg på samme nivå, så mottaker opplever at dere er på nett.
- Avslutt på vennlig vis i en god tone
- Bruk en passende signatur
Signaturen bør inneholde all relevant kontaktinfo som e-post, telefon, nettsadresse, lenke til LinkedIn-profil, eventuelt også postadresse.

Dette bør du unngå når du sender e-post:

- Vær forsiktig med capslock og utropstegn
Bruk heller fet skrift om du vil understreke noe
- Begrens antall spørsmål
Hva trenger du svar på nå? Kan noe vente?
- Send aldri e-post i affekt
Er du irritert eller misfornøyd, vær forsiktig med hva du sender.
Husk det blir stående der.
- Ikke sett for mange på kopi
Mange har på ytterst ydmykende vis har erfart forskjellen på «Svar» og «Svar alle», og latt alle på kopilista lese det som bare var myntet på avsender.
Gjør det tydelig at det er en felles e-post i introen.
Er det bare en e-post med opplysninger til info, som du ikke trenger eller ønsker svar på, la det komme frem i emnefeltet eller innledning.
- Unngå sarkasme og ironi
Det slår fort feil, og blir sjelden oppfattet på en god måte.
- Les gjennom før du sender

E-post er en kjapp og ofte uformell måte å kommunisere på, men folk tar deg mindre på alvor dersom den har skrivefeil og virker lite gjennomtenkt.

[Dette er lenke til Outlook filmer](#)