**Vikten av kommunikation**

*Ingress*

**Samtidigt som nya, snabbare och effektivare kommunikationskanaler har blivit var mans egendom har den mänskliga kommunikationen förfallit.**

*Bild*

Maribel

*Brödtext*

Med hjälp av smarta mobiler kan vi vara ständigt uppkopplade och tillgängliga, de sociala medierna har gett vänner möjlighet att hålla reda på varandra och twittrandet för ut åsikter av alla de slag. Vi är nåbara, mätbara och synliga.

Det sägs att den vanligaste frågan på mobilen är; var är du? Svarar vi inte utan vill sitta under korkeken och vara ifred kan Apple snabbt via GPS fastställa att vi är i dagdrömmarnas rike och omedelbart ska återföras till den mätbara verkligheten. Google levererar snabbt fakta, åsikter och omdömen om oss som vi vill eller inte vill kännas vid.

Samtidigt kan det ta timmar av väntan att nå fram. Problem med den så livsviktiga uppkopplingen? ”Tryck sju för… tryck två för… tryck nu in ditt kundnummer… tryck tre för... var god vänta… ”

Till slut en levande person som börjar med att fråga om vi satt in kontakten och sedan rabblar sju ”gå in på” i rad samtidigt som frustrationen i bägge ändar av luren övergår i desperation…

Du försöker ringa en handläggare, tjänsteman, ansvarig, chef, kollega, affärskontakt?

”Nej, tyvärr. VAB, tjänstledig, sitter i möte, gått för dagen, sjuk, på konferens, slutat, omlokaliserats, semester, tjänsteresa, vem är det?”

Du ringer mobilnumret och får en inspelad röst. ”Var god lämna meddelande.” Ringer han/hon tillbaka? Sällan.

Du skickar ett SMS, ett mail eller använder dig av snigelpost – fax finns väl knappast längre. Får du svar? En gång på tio. Om det är någon du känner. Annars en gång på trettio.

Du skriver en jobbansökan, en kommentar, en protest, en faktura, en inlaga, en önskan om utbyte. Det är tyst, helt tyst. Du vet inte ens om det kommit fram.

Enligt hävd – och i en den del fall till och med enligt lag – ska svenska myndigheter besvara all kommunikation. Gör de det? Nej. God affärssed säger samma sak. Ett företag skall besvara inkommande post. Gör de det? Nej. I åtta fall av tio gör de det inte.

Och vem förlorar? Jo. Myndigheterna. Företagen. Den negativa PR som skapas av alla frustrerade kontaktförsök kostar stora pengar och mycket tid att mota. Det finns många exempel på företag som gått under p.g.a. dålig kontakt med sina kunder och sin omvärld.

De som söker kontakt förlorar också förstås. De som spenderar frustrerade minuter, timmar, dagar, veckor och ja, månader, på att försöka få kontakt eller förgäves väntar på ett svar. Varje obesvarat samtal, mail, brev, Twitterpost är inte bara en irritation utan också förlorad tid och kraft. Vi talar idag gärna om effektivitet men talar tyst om den ineffektivitet och de stora kostnader som det svarslösa samhället skapar.

Företag och myndigheter behöver förbättra sin kommunikation på många plan. De behöver vässa sina strategier. Det räcker inte med att synas på FB utan de måste också kunna konsten att svara, och svara snabbt och korrekt. Ofta räcker det med ett ”ja” eller ett ”nej”. Att det ska vara så svårt!

En annan sida av kommunikation i den allt mera globala verkligheten är behovet av att skapa nya kontakter, samarbeten, marknader… Många företag har inte de resurser och kunskaper som behövs. Många förhoppningsfulla möten leder inte till någonting trots att idéerna är bra, ambitionerna riktiga och viljan finns. Det är annat som kommer emellan. Såsom kulturkrockar, okunskap eller språkliga begränsningar. Det gäller att inte hamna i den återvändsgränden och i förväg skaffa sig den kompetens som behövs.

Idag finns det en växande flora av företag som är specialiserade på att hjälpa till. Ett exempel är Alfombra Roja baserat i Stockholm men med kontor också i Valencia och med ett stort kontaktnät över hela Europa. Alfombra Roja, vilket betyder Röda Mattan på spanska, startades för sju år sedan av Maribel Alvarez. Hon är född, uppvuxen och utbildad (internationell rätt) i Valencia men flyttade till Stockholm för nio år sedan med drömmen och visionen att utöka affärskontakterna mellan Spanien och Sverige.

Alfombra Roja hjälper företag, myndigheter och organisationer att skapa kontakter, att göra studiebesök, att hitta nya marknader och inte minst att överbrygga de språkliga och andra kulturella svårigheter som annars kan ställa till med så stora problem.

Alfombra Roja skapar events, mässor, program och öppnar för en direkt kommunikation mellan verksamheter som tidigare aldrig ens tänkt tanken att de kan ha glädje av varandra. Idag har företagets medarbetare kunskaper och erfarenheter inte bara från Sverige och Spanien utan de jobbar också med de andra skandinaviska länderna, med Latinamerika och med andra europeiska länder. Det kan handla om allt från att vara med om att introducera en produkt på en ny marknad till att organisera en studieresa för en myndighet som vill lära sig att hantera utbildning, sjukvård, ekologiskt bostadsbyggande eller kollektivtrafik.

Maribel berättar att hon nästan dagligen och åtminstone varje vecka ställs inför nya utmaningar. Hur kan man kombinera en ledarskapsutbildning med att skapa nya affärskontakter samtidigt? Vilka företag i Spanien ska vi vända oss till för att göra en stor investering i ett nytt byggnadsmaterial som är både ekonomiskt och ekologiskt men som också kräver en lokal fabrik där råvaran är tillgänglig? Hur ska en svensk platt organisation möta den hierarkiskt uppbyggda spanska motsvarigheten så att resultatet blir kreativt?

I den alltmer globala marknaden blir kommunikation, i stort och i smått, alltmer viktigt. Framtiden för ett företag kan finnas långt borta i en helt annan kultur. (Se bara hur Saab sökt sig till Holland, Ryssland och Kina!) Men det handlar lika mycket om den vardagliga kommunikationen; att kunna besvara frågor, ansökningar och åsikter snabbt och öppet. Oavsett vad man tillverkar eller vilka tjänster man tillhandahåller är det företag som inte på ett effektivt, humant och respektfullt sätt klarar sin kommunikation dödsdömt! För att avslutningsvis citera Maribel Alvarez:

”Kommunikation på alla nivåer, är ett företags blodomlopp. Försök och föreställ dig en arbetsdag utan någon kommunikation överhuvudtaget. Inga mobilsamtal, inga SMS, inga mail, ingen internet, inga möten, inga samtal. Hur mycket pengar skulle företaget tjäna den dagen?”

PB