



**Modtager** er dem, vi henvender os til. Men hvem er modtageren, og hvad karakteriserer modtageren, f.eks.:

- Arbejdspladsrepræsentanter
- Borgere

**Afsender:** Hvem er vi som organisation. Hvordan vil vi gerne fremstå, f.eks.:

- Troværdig og vidende
- Undersøgende og motiverende

**Formål:** Hvad er vores intention med kontakten? Hvad kan modtageren bruge os til? Er der skabt sammenfald mellem disse to formål, f.eks.:

- Skabe interesse for vores ydelse
- Informere, påvirke og formidle nye ideer
- Skabe det gode arbejdsliv

**Emne:** Hvad skal vi specifikt løse og hvordan skal vi tilrettelægge det rigtig indhold, f.eks.:

- Skriftlig orientering eller dialog
- Skal der appelleres til følelser og/eller fornuft

**Medie:** I hvilken ramme skal kontakten foregå - det samlede udtryk er vigtigt ift. målgruppen f.eks.:

- Skriftlig orientering skal være forståelig med klare budskaber
- Dialogen skal foregå i trygge ramme
- En webside skal kommunikere kort og præcist med indlysende mulighed for overblik, klarhed & fordybelse.

**Genre:** Det er indholdet der bestemmer genren i kontakten. Både sproget, normer og holdninger er her afgørende elementer. Modtagerne skal have det, de loves, og som de forventer. Det samlede udtryk er vigtigt ift. målgruppen eks:

- Ordvalg (fagord, fremmedord)
- Beskrivende, argumenterende
- Tydelige budskaber

**Forløb:** Hvordan bygges forløbet op – de enkelte indholdsdele supplerer og udbygger hinanden og kommer i den rigtige rækkefølge, f.eks.:

- forhandling, analyse, løsninger, opfølgning

**Fremstillingsform:** Sproget skal tilpasses modtageren. Det skal opleves som klart, korrekt og levende, f.eks.:

- Fokus & forståelighed
- Ordvalg
- Eksempler, citater, overraskelser

**Kontekst:** Den specifikke kontaktform er en del af organisationens samlede ydelse, så den skal afspejle den rigtige kontekst, f.eks.:

- Genkendelighed
- Image
- Værdier såsom troværdighed