



🕒 4 min. 👁️ 📌 21-11-2014

Sociale medier er ikke så farlige

Den tid er forbi, hvor man som leder i det offentlige kunne gemme sig bag et logo eller et byvåben. Med sociale medier rykker den direkte dialog med borgerne tættere på ledelsen, og en række ledere har forstået, hvad sociale medier kan give bidrage med. Få her konkrete råd om at finde vej i den sociale medieverden.

Skribentinfo



[Astrid Haug](#)

Digital rådgiver, bestyrelsesmedlem og forfatter

Digital rådgiver, bestyrelsesmedlem og forfatter

Som nyansat direktør i SKAT besluttede Jesper Rønnow Simonsen sig for, at slette alle sine private profiler og starte forfra som direktør i SKAT. Han var fascineret af Skats Twitterkonto Skattefars mange følgere, den gode tone og den invitation til at få et bedre overblik hos SKAT, som kontoen signalerer. Men det skulle sprede sig. Derfor iværksatte Jesper Rønnow Simonsen en tosporet strategi – én for SKAT og én for sig selv som direktør.

Han er i dag aktiv, som direktør for SKAT, på Twitter, LinkedIn, Instagram og Yammer, det interne sociale netværk i SKAT. Han har gjort sig overvejelser om risikoen ved at stille sig selv i forreste række på de sociale netværk: "Jeg var nervøs i starten, men her, et års tid efter og over 2.000 tweets senere, synes jeg det var en rigtig god beslutning." Han oplever en accept af den usynlige grænse om, hvad han ikke kan have en holdning til, som fx politiske beslutninger.

Råd nummer 1. Gør organisationen klogere ved at skrue op for den interne kommunikation om sociale medier. Sørg for, I har den nyeste viden, find de gode eksempler og hav en åben dialog med medarbejderne om, hvordan sociale medier kan styrke jeres organisation.

For en offentlig leder er der intet krav om, at man skal kommunikere offentligt hele tiden. Alligevel vælger

Jesper Rønnow Simonsen at bruge rundt regnet en time hver dag på at være i dialog med borgerne, medarbejderne, chefkolleger og journalister i sociale netværk. Hvorfor? Fordi det er et svar på det, han gerne vil som leder med sin organisation. Han vil gerne åbne organisationens kommunikation op og bringe den tættere på borgerne, virksomhederne og samarbejdspartnerne. Så nytter det ikke, at han selv gemmer sig på sit kontor og ikke deltager i den omstillingsproces. Hver gang han er på sociale netværk, bliver han klogere på, hvordan borgere og medarbejdere opfatter SKAT, hvilket gør ham i stand til at lede de forandringer, der skal ske i organisationen.

Råd nummer 2. Gør op med forestillingen om, at du kan være privat på sociale medier. Her er du leder 24/7. Men du kan stadig godt være personlig og menneskelig.

Jesper Simonsen Rønnow bruger sociale netværk, fordi han synes, det er sjovt, og fordi det giver ham værdi, både personligt og professionelt som leder. Han giver sit bud på, hvorfor der ikke er flere topchefer, som er aktive på sociale netværk:

”Det er vel, fordi de har det på samme måde, som jeg havde det i starten. Man er ikke hundrede procent klar over, hvad det er, man kaster sig ud i. Hvad sker der egentlig derude? Det er ikke risikofrit at kaste sig ind i den form for direkte samtale. Man giver slip på den kommunikationskontrol, man jo ofte tror, man har i et mere traditionelt setup. Men er man klar til at tage dialogen, så kan jeg kun anbefale, at man gør det.”

Råd nummer 3. Man er nødt til at kaste sig ud i det. Man lærer det ikke alene ved at tale om det. Heldigvis er det ikke så farligt. Andre har allerede vist vejen.

Der er en generel tendens til, at jo højere op man kommer i organisationshierarkiet, jo mindre berøring har man med sociale netværk. Det betyder, at chefer og ledere, som skal stå for at lede forandringen, gør det delvist i blinde, og det fører til passivitet og manglende risikovillighed. Som leder gør man derfor klogt i ikke at koble sig af det digitale tog, men i stedet vise medarbejderne vejen. Man kan spørge: Hvis lederen ikke kan stå i front for organisationen, hvem kan så? For man kan ikke analysere sig frem til at forstå sociale netværk. Det skal opleves.

Jesper Rønnow Simonsen bruger ca. en times hver aften på sociale netværk, hvor han går til og fra. I løbet af dagen har han dog i baghovedet, hvordan han kan koble hverdagen i SKAT med samtalerne på sociale netværk på en relevant måde. Det skete fx en lørdag aften i februar 2014, hvor der var Danmarksindsamling på tv. Fradragsreglerne var lige blevet lavet om, så man kan få fradrag for indbetaling til velgørende organisationer fra den første krone. Den nyhed lagde han på Twitter, en halv time før showet startede. Den gav 20 retweets i løbet af kort tid. Så ringede han til presseafdelingen og sagde, at de også skulle lægge den på Skats Twitter-konto Skattefar.

Råd nummer 4. Brug sociale medier som en aktiv del af din ledelse, både eksternt og internt. Hvad bliver der sagt om din organisation? Hvilke budskaber vil du gerne bringe i spil?

Jesper Rønnow Simonsen bruger Twitter til at hoppe ind i en aktuel dagsorden, hvor SKAT er involveret: ”Du kan bruge det til at lave din version af sandheden, man skal bare passe lidt på. Alt, jeg tweeter, ville jeg kunne sige til journalister, men det er mere personligt på sociale netværk, end hvis du bliver citeret af en journalist i en avis.”

Følg

Talrig SKAT

#åbenhed #øjenhøjde



Twitter

Skattefar

Vejledning og nyheder
fra SKAT



Facebook

SKATdanmark

Nyheder og viden
om SKAT



LinkedIn

SKAT

SKAT som arbejdsplads
og virksomhed



Instagram

Skattemor

Vores hverdag og liv
i SKAT



Pinterest

Toldskatmuseum

Vores historie i billeder

SKAT møder borgerne og virksomhederne, hvor de er



[Klik her for at se model i stor](#)

Strategien for sociale netværk i SKAT er hængt op som plakat på gangene i SKATs hovedkontor i København.

Også internt er en åben dialog en vigtig del af Rønnows ledelse. Da han startede, var der omkring 1.200 aktive på Yammer, og i dag er det oppe på cirka 1.700, altså en stigning på lidt over 40 procent. Her kan alle medarbejdere skrive opdateringer til hinanden, og man kan organisere sig i emnegrupper. Jesper Rønnow Simonsen fortæller, at han opdaterer eller kommenterer andres opslag som minimum et par gange om ugen. Her fortæller han om organisationen samt sine mål og ambitioner, ud fra hvad han som direktør oplever i hverdagen i SKAT. Jesper Rønnow Simonsen ser Yammer som en af måderne hvorpå han kan nå ud til SKATs knap 7.000 medarbejdere.

Råd nummer 5: Vær der, hvor borgerne er. Lyt med på samtalerne og find frem til, hvor I kan bidrage med relevant information og viden.

Grundlæggende ser Jesper Rønnow Simonsen det som en del af sin arbejdsbeskrivelse at kommunikere, hvad SKAT laver. SKAT er et eksempel på, at det bliver meget nemmere at arbejde med sociale netværk, hvis ledelsen bakker op om det og, som i SKATs tilfælde, er med til at drive udviklingen fremad ved at bruge sociale netværk i sit arbejde. Det bliver ikke overladt til kommunikationsafdelingen eller studentermødthjælpen alene, men bliver tænkt ind i forhold til organisationens samlede ambition om at åbne op og være i øjenhøjde med borgerne.

Artiklen er et redigeret uddrag af bogen *Sig du kan li' mig - indholdsstrategi for sociale medier*, som udkom oktober 2014 på Gyldendal Business. Læs mere om bogen [her](http://www.lederweb.dk/Strategi/Kommunikation/Bog/112685/Sig-du-kan-li-mig) (<http://www.lederweb.dk/Strategi/Kommunikation/Bog/112685/Sig-du-kan-li-mig>)

Læs mere:

[Synlig ledelse er langt fra nok – lær dine unge medarbejderes behov](http://www.lederweb.dk/Dig-Selv/Lederrollen/Artikel/111266/Synlig-ledelse-er-ikke-nok-for-dine-digitale-indfodte-medarbejdere) (<http://www.lederweb.dk/Dig-Selv/Lederrollen/Artikel/111266/Synlig-ledelse-er-ikke-nok-for-dine-digitale-indfodte-medarbejdere>)

[Facebook-generationen kræver ny ledelse](http://www.lederweb.dk/Strategi/Kommunikation/Artikel/100591/Facebook-generationen-kraver-ny-ledelse) (<http://www.lederweb.dk/Strategi/Kommunikation/Artikel/100591/Facebook-generationen-kraver-ny-ledelse>)