

POSLOVNO KOMUNICIRANJE – KRATKA PONOVI TEV

1. PREPRIČLJIVA SPOROČILA

a. NAMEN

Osnovni namen prepričevanja je zavestno vplivanje na spremembo stališč in vedenjskega vzorca pri prejemnikih.

b. MODEL AIDA (attention – pozornost, interes – zanimanje, desire – želja, activity – aktivnost)

Za uspešno prepričevanje so potrebni štirje koraki, kar tudi označujejo črke v modelu AIDA. Pozornost (A) prejemnika našega sporočila moramo najprej pritegniti z nečim, nato mora prejemnik izkazati interes za naše sporočilo (I), sledi želja (D), da bi prejemnik informacije pridobil predmet, storitev ali veččino, katero oglašujemo, na koncu pa se mora prejemnik informacije seveda na naše prepričevanje odzvati z aktivnostjo (A).

c. VRSTE PREPRIČLJIVIH SPOROČIL oz. PREPRIČEVALNA SREDSTVA

Kot nas uči retorika, pri kateri je prepričljivost ključni element, obstajajo v osnovi trije dejavniki, ki vplivajo na prepričljivost (Zidar, 1996): etos (govornikova osebnost in njegov ugled), patos (način in oblika komunikacije) ter logos (razumsko dokazovanje).

2. SPOROČILA Z DOBRIMI NOVICAMI (namen, pristop, vrste)

Namen sporočil z dobrimi novicami je prejemniku informacije sporočiti neko zanj pozitivno informacijo. K temu lahko pristopimo tako, da mu to sporočimo ustno, pisno ali neverbalno (npr. mu pokažemo navzgor obrnjen palec), kar so hkrati tudi vrste sporočil z dobrimi novicami.

3. SPOROČILA S SLABIMI NOVICAMI (organizacija, pristop, uporaba blažilca, vrste)

Sporočilo s slabimi novicami moramo organizirati tako, da na koncu sporočila kljub slabi novici zaključimo pozitivno. K sporočanju pristopimo tako, da nekoliko ovinkarimo pri sporočanju slabe novice, in najprej poudarimo vse pozitivne vidike sporočene informacije. To je hkrati tudi blažilec negativnega sporočila. Sporočila s slabimi novicami delimo na ustna, pisna in neverbalna (npr. odkimavanje z glavo, navzdol obrnjen palec ipd.).

4. KRATKA SPOROČILA (organizacija, vrste)

Kratka sporočila so sporočila, katerih namen je v čim krajšem času in čim bolj učinkovito prenesti informacijo. Sporočilo organiziramo tako, da je iz njega jasno razvidno, kaj in komu želimo sporočiti. Vrste kratkih sporočil so ustna, pisna in neverbalna.

5. DOLGA SPOROČILA (priprava, vrste – poročilo)

Na dolga sporočila se pripravimo bolj temeljito, premislimo kdo so prejemniki sporočila, komu je sporočilo namenjeno in kaj želimo s sporočilom doseči. Vrste: Ustno, pisno, neverbalno (npr. znaki za gluhoneme).

6. V ČEM SO INFORMATIVNA POROČILA DRUGAČNA OD ANALITIČNIH?

Informativna sporočila imajo namen zgolj informirati oz. povzemati že obstoječe informacije, analitična poročila pa imajo namen podati na novo ustvarjene informacije.

7. V ČEM JE RAZLIKA MED ZAKLJUČKOM IN POVZETKOM?

V zaključku podamo bistvene ugotovitve sporočila, povzetek pa je skrajšan opis sporočila.