

mag. Jana Žnidaršič

Poslovno komuniciranje

Ustno poslovno komuniciranje

predavanje: 22. oktober 2007

Stopnje prepričljivosti

1. Sogovornik razume sporočilo.



2. Sogovornik spremeni svoje ravnanje.

3. Dosežemo željeni cilj.



Sestavine prepričljivega komuniciranja



- Poznamo namen komunikacije.
- Poznamo vsebino, ki jo želimo sporočiti.
- Poznamo sebe (komunikacijske spretnosti, čustvene odzive ...)
- Poznamo sogovornika(e) (njihove informacije in zaznave, kulturo, komunikacijske spretnosti, čustvene odzive, potrebe, stališča...)
- Poznamo okoliščine, v katerih se odvija komunikacija.

Ustno poslovno komuniciranje

Ustno poslovno komuniciranje se v poslovnem svetu najpogosteje uporablja.

Prednosti:

- hitrost komuniciranja (hitre so povratne informacije),
- celovitost sporočanja pomena (vključuje neverbalno komunikacijo)
- omogoča presojanje skladnosti (verbalno:neverbalno)
- neposredno preverjanje razumevanja sporočila
- večja zasebnost sporočanja (manjša je možnost, da sporočilo pride v roke tistega, ki mu ni bilo namenjeno)

Pomanjkljivosti:

- ni dokumentirano,
- manjša dokazna vrednost,
- manjša natančnost

SPLOŠNA PRAVILA POGOVARJANJA

Grajenje kooperativnega duha

- **Ne uporabljajmo** govornih aktivnosti kot: obtoževati, kritizirati, zavrniti, izzivati, prekiniti besedo, neaktivno poslušati, pozabiti ime sogovornika, izolirati enega od poslušalcev itd.
- **Uporabljajmo** govorne aktivnosti: nakazovanje skupnih ciljev, kazanje simpatije, spoštovanja, uporaba prijateljskega jezika itd.

Odgovor

Odgovori so različni:

- **Zaželeni** (ustreza začetnemu nagovoru, vprašanju...)
- **Nezaželeni** (bolj sestavljena izjava, vsebuje kratke pavze, oklevanje, pojasnjevanje, opravičevanje, zahvala za uvodni nagovor, “se strinjam, toda...”)
- **Tišina** kot odgovor

Uporaba humorja

UČINKI:

- ljudje se bolje počutimo (spremeni se razpoloženje),
- se sprostim,
- humor olajšuje pogovor,
- boljša je zapomnitev – poudarimo vsebino,
- zmanjšuje stres in
- pripomore k lažjemu reševanju problemov.

Oblike govornega delovanja

- **Diskutiranje** (razmišljanje o zadevi z argumenti podprtim pogovarjanjem, izmenjava mnenj in razvijanje idej; med.zaupanje !),
- **Dokazovanje** (navajanje razlogov za in proti; problematika ugleda udeležениh – če zmagujejo argumenti drugih),
- **Grajanje** (upravičenost in dokazi; graja avtoriteta, ki ima moralno pravico, naj bo sorazmerna s prekrškom, izrečena v primernem času, neosebno, ne javno,),
- **Informiranje** (kot podlaga za odločanje, priprave na poslovna pogajanja: vsebina, podatki, pozor pri ljudeh iz različnih kulturnih okolij...),
- **Obljubljanje**
- **Obdolževanje** (različna jakost - glede na koga je izrečena),
- **Spraševanje** (odprta, zaprta, retorična, sugestivna – ponujajo odg. vprašanja)
- **Odgovarjanje, opravičevanje, poročanje, potrjevanje, pritoževanje, sklicevanje, sprejemanje, svetovanje, usmerjanje, zagovarjanje, zavračanje itd.**

ZVRSTI USTNE POSLOVNE KOMUNIKACIJE

- Neposredni poslovni razgovor (knj.: str. 159)
- Telefonski pogovor (knjiga)
- Poslovna predstavitev (posebno predavanje)
- Poslovni sestanek (posebno predavanje)
- Intervju (posebno predavanje)
- Novinarska konferenca

a) Neposredni poslovni razgovor

Fizična prisotnost najmanj dveh udeležencev
(prodajalec-kupec, naročnik-dobavitelj, proizvajalec-kupec).

Obsega:

- **Pripravo na razgovor** (določitev vsebine, udeležencev, kraja in časa, strategije, zbiranje informacij)
- **Sporočanje** (uvod, jedro, zaključek;
do izraza pride osebni stil komuniciranja –besedno, glasovno, vidno)
- **Poslušanje – sprejemanje zvočnih signalov**
(dve sestavini: besede in način, kako so povedane; posledice slabega poslušanja: napake, slabi odnosi...)

b) Telefonski pogovor

Pomeni posredno ustno komuniciranje dveh oseb, kjer se uporablja in sprejema le zvočne signale.

- PREDNOSTI: hitrost, priročnost, hitra povratna informacija, neposrednost, relativna zasebnost.
- POMANJKLJUVOSTI: omejenost na besedne in zvočne signale, omejena zasebnost, nedokumentiranost.

e) Intervju

Je formalni in vnaprej organizirani pogovor med dvema (spraševalec in vprašani) ali več osebami.

Uporaben je za več **namenov**:

- zaposlovanje,
- odpuščanje,
- svetovanje,
- ocenjevanje,
- obveščanje,
- zbiranje informacij itd.,

ki jih lahko združimo v tri skupine, in sicer:

izmenjava informacij, vplivanje, poučevanje - dajanje navodil.

f) Novinarska konferenca

Je eden od načinov komunikacije organizacije z javnimi mediji.

Razlog za sklic je dogodek posebnega pomena za organizacijo, ki želi o tem obvestiti širšo javnost:

- založba izda novo knjigo,
- podjetje podpiše pomembno pogodbo,
- otvoritev nove tovarne,
- krizna situacija,
- združitev podjetij itd.)

Razčistimo vprašanja: ali je dogodek dovolj pomemben, ali bo imela javnost koristi od predstavitve, koliko se že javnost spozna na zadevo, znane osebe itd

Opredelimo: temeljna sporočila, predvidimo vprašanja, prisotne – kdo bo odgovarjal, določimo scenarij, pošljemo vabila, pripravimo prostor, gradiva itd.

mag. Jana Žnidaršič

Poslovno komuniciranje

*Aassertivnost in neverbalna
komunikacija*

predavanje: 05. november 2007

Kaj je asertivnost

- **Temelji na filozofiji osebne odgovornosti in spoštovanja pravic drugih ljudi,**
- **poštenost do sebe in do drugih,**
- **sposobnost naravnost povedati, kaj želimo, potrebujemo ali občutimo, vendar ne na škodo ostalih ljudi,**
- **samozaupanje in pozitivna naravnost ter hkrati razumevanje stališč ostalih ljudi,**
- **odgovorno in odraslo ravnanje,**
- **sposobnost pogajanja in doseganja sprejemljivih rešitev,**
- **spoštovanje sebe in drugih.**

Metoda asertivnosti

1. aktivno poslušajte sogovornika in mu pokažite, da slišite in razumete, kaj govori

*** razumem, da ...**

2. povejte, kaj vi mislite ali občutite

*** vendar jaz mislim ...**

3. povejte, kaj želite, da se zgodi

*** zato predlagam ...**

Tehnike asertivnosti

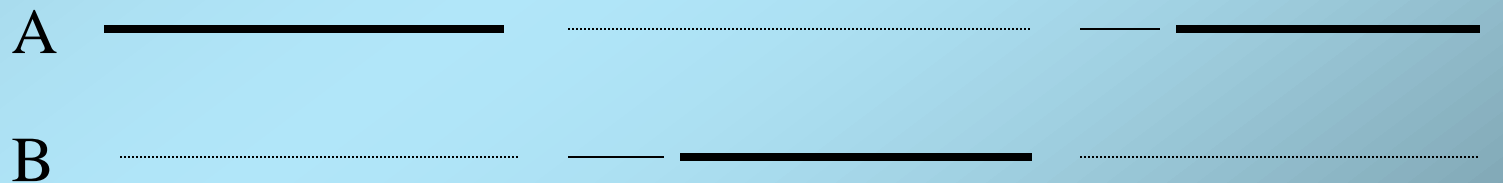
- **govorica telesa:**
- **pokvarjena plošča:**
- **reči ne:**
- **izvedljiv kompromis**
- **notranji dialog**
- **Zameglitev**
- **izpoved občutkov**
- **nasprotje trditev**

Aktivno poslušanje

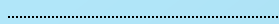
NAPAČNO



PRAVILNO



Govorjenje



Poslušanje



Priprava na govorjenje

Nebesedno komuniciranje

Predstavlja vse načine komuniciranja, pri katerem za prenos sporočila **niso** uporabljene besede (neverbalno).

- Zahteva **neposredno komunikacijo** (bližino oseb)
- Uporabljamo **več kanalov** hkrati (drža telesa, izraz obraza...)
- Sporočanje pomena je **bolj celovito**, zanesljivo
- Usmerjeno je na **vsa čutila** (skladnost med različnimi kanali ?)

Nebesedno komuniciranje

- **Pred začetkom pogovora**

- govornica telesa (gibanje, stisk roke, očesni stik)
- osebni videz (podoba, obleka, lasje, nakit, ličila ...)
- položaj sogovornikov:
 - pomen razdalje med sogovornikoma:
 - intimno območje (do 0,4 m)
 - osebno območje (0,4 do 1,5 m)
 - družabno območje (1,5 do 4 m)
 - javno območje (4 do 8 m)



Nebesedno komuniciranje

- **Med pogovorom - vrste neverbalnega k.**
 - parajezik - glasnost, ton, hitrost govora, poudarki (služi kot sredstvo za sporočanje čustev)
 - očesni stik
 - obrazna mimika
 - položaj telesa (drža)
 - gibanje, gibi in kretnje
 - prostor, čas...
 - nosilci pomena so lahko še: pojava, obleka, barve, starost, višina...

