

BÝT - ZNAMENÁ BÝT VNÍMÁN

UMĚNÍ EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE

Časy se mění. Rychlost informací je fenomenální. Odborníci někdy mluví o "tsunami informací". Také už si všimli toho, že mediální realita je nesrovnatelně barevnější a bohatší než skutečnost, která nás obklopuje. Jakoby už neplatilo, co se opravdu stalo, vlastně se stalo to, co bylo v médiích. A hlavně v televizi.

Média mají v současném světě moc. Kvalita a rychlost komunikace v širším smyslu mají rozhodující vliv na postavení jednotlivých subjektů politiky či ekonomiky a schopnost prezentovat své postoje či produkty podmiňuje postavení firem a úřadů, politických stran a jejich osobností. Nejenom komerční firmy a velké obchodní společnosti, ale i státní zaměstnanci, veřejní činitelé a nadační pracovníci pochopili, že profesionální komunikace je PR nástrojem, jehož význam stále vzrůstá.

Ovládat komunikační schopnosti není jednoduché. Profesionální komunikátor dokáže sklízet plody své práce a přesvědčit okolí o své dokonalosti a vysoké kvalifikovanosti. Naopak špatně komunikující odborník lehce zmaří dopad své vysoce odborné a profesionální práce. Při krizové komunikaci je v sázce osud firmy i instituce, jejich prestiž i důvěryhodnost. Vyhrává ten, kdo je připraven, má zkušenosti a trénink.

Jak jste na tom s vašimi komunikačními schopnostmi? Jste schopní komunikátoři? Zkuste se s námi podělit o své zkušenosti a čerpat ze zkušeností těch druhých. V rámci semináře, který připravuje společnost Centrum andragogiky spolu s Českou televizí v termínu **19. - 20. března v Praze.**

První den proběhne v hotelu Step konference na téma Mediální komunikace, druhý den pak účastníci za vedení redaktorky ČT navštíví studia České televize a bude pokračovat odborná debata. Diskusi bude moderovat Martin Krafl. S příspěvky vystoupí představitelé firem TPCA, České dráhy, Česká spořitelna, tiskový mluvčí České televize, Ministerstva zdravotnictví, Ministerstva spravedlnosti.

Akce se uskuteční pod záštitou senátora Parlamentu ČR Doc. MUDr. Karel Bartáka, CSc., předsedy Výboru pro vzdělávání, vědu, kulturu, lidská práva a petice a členky Rady Pardubického kraje pro rozvoj lidských zdrojů, celoživotní vzdělání a zaměstnanost Mgr. Bc. Jany Smetanové.

ZÁKLADNÍ VLASTNOSTI VHODNÉHO KANDIDÁTA NA POZICI OBCHODNÍKA

Motto:

Řeč není jen nástroj. Daleko spíše ovlivňuje myšlení.

(Shalom Ben Chorin)

Řeč je definována jako komunikační prostředek člověka. Je charakteristická používáním vyslovených nebo psaných symbolů se stanoveným významem. Dochází tedy k předávání a přijímání myšlenek, informací a zpráv s různými tématy a nejrůznějšího obsahu.

Řeč a komunikace mají úzkou spojitost s myšlením a chápáním. Jsou neodmyslitelné jako faktor inteligence a vyjadřovací prostředek.

Dá se však říci, že bohatý slovník přispívá k inteligenci?

Lidé s vysokým IQ mívají zpravidla i zvláštní znalost jazyka. Setkáme-li se s neobvyklým slovem, měli bychom zalistovat při nejbližší příležitosti ve slovníku. Kdo má dobré základy, poradí si s neznámými pojmy lépe. S velkou aktivní slovní zásobou se také umíme lépe vyjadřovat. Stále bychom však měli rozlišovat, zda se takové znalosti vztahují k jednomu nebo několika odborným okruhům, či zda se jedná o přirozenou schopnost.

Cílem komunikace je tedy vyjadřovat se jednoduše a konkrétně. Ověřit si, zda si rozumíme, potvrdit si, že posluchač ví, o čem

hovoříme. V našich kurzech, kde se zabýváme komunikačními dovednostmi, se soustředíme na nácvik konkrétního, jasného vyjadřování.

Kromě slovní zásoby existuje ještě další faktor: schopnost komunikace. Nejde pouze o to, používat slova, jež jsou známá oběma hovořícími. Důležité je vyjadřovat se srozumitelně. K tomu je velmi důležité umět se vžít do způsobu myšlení a cítění našeho protějšku, což je okamžik, na kterém mnozí ztroskotají.

Různé pojmy vyvolávají v různých lidech různé asociace. Prostředí, ve kterém se pohybujeme, má v tomto směru výrazný vliv na náš vývoj. Často se i přistihneme při tom, že opakujeme něco, co jsme krátce před tím slyšeli od někoho jiného.

Ovšem správným výběrem slov můžeme svůj vliv a svoji úroveň hodně snížit, stejně tak, jako ji můžeme vybudovat. Nevynechejme tedy ani jednu jedinou příležitost k navázání kontaktu a budujme síť našich kontaktů - přátel, blízkých, kolegů, klientů. Docílíme tím rozvoj myšlení, výměnu a "čerstvost" aktivitu našeho mozku.

Naše úspěchy v komunikaci jsou podpořeny pozitivním myšlením a sebedůvěrou. Působíme-li jako otevření a sebevědomí lidé, náš obraz dobrého komunikátora bývá podpořen okolím příjemnými poznámkami na

adresu naší osoby. Ovšem úspěch není nic objektivního. To, co se může jevit jako plusový bod, má právo jiná osoba odsoudit. Každý máme své hranice a žebříček hodnot. Je tedy velmi důležité si uvědomit, jakého partnera máme proti sobě a jak dalece chceme a můžeme posunovat své hranice hodnot ve vyjadřování. V tu chvíli se oprostíme od vnímání jeho pozice, výše slibované provize či jeho slovníku, jsme schopni vnímat sebe jako člověka, který komunikuje s partnerem. Účastníci našich seminářů velmi pozitivně hodnotí především možnost ověřit si, zda obraz vnímání sebe sama, jako dobrého komunikátora, je okolím skutečně akceptován a přijímán. Zdokonalením reálného vidění situace pomáháme účastníkům zdokonalit nejen své komunikační schopnosti, ale i zhodnotit své možnosti, slabiny a prostor ke zdokonalení.

Mezi základní dovednosti obchodníka patří schopnost přizpůsobit se prostředí a komunikovat s partnery tak, aby se necítili ohroženi a manipulováni. Jedině tak najdou důvěru v obchody, které s nimi uzavíráme. Přitom k těm primárním prvkům dobrého obchodu patří pocit otevřenosti a přirozenosti. Naším vyjadřováním - komunikací - můžeme tyto prvky velmi podpořit...

Radka Ehrenbergerová, obchodní ředitelka Centrum andragogiky, s.r.o.