

Дистанционные технологии
в развитии социального
партнерства

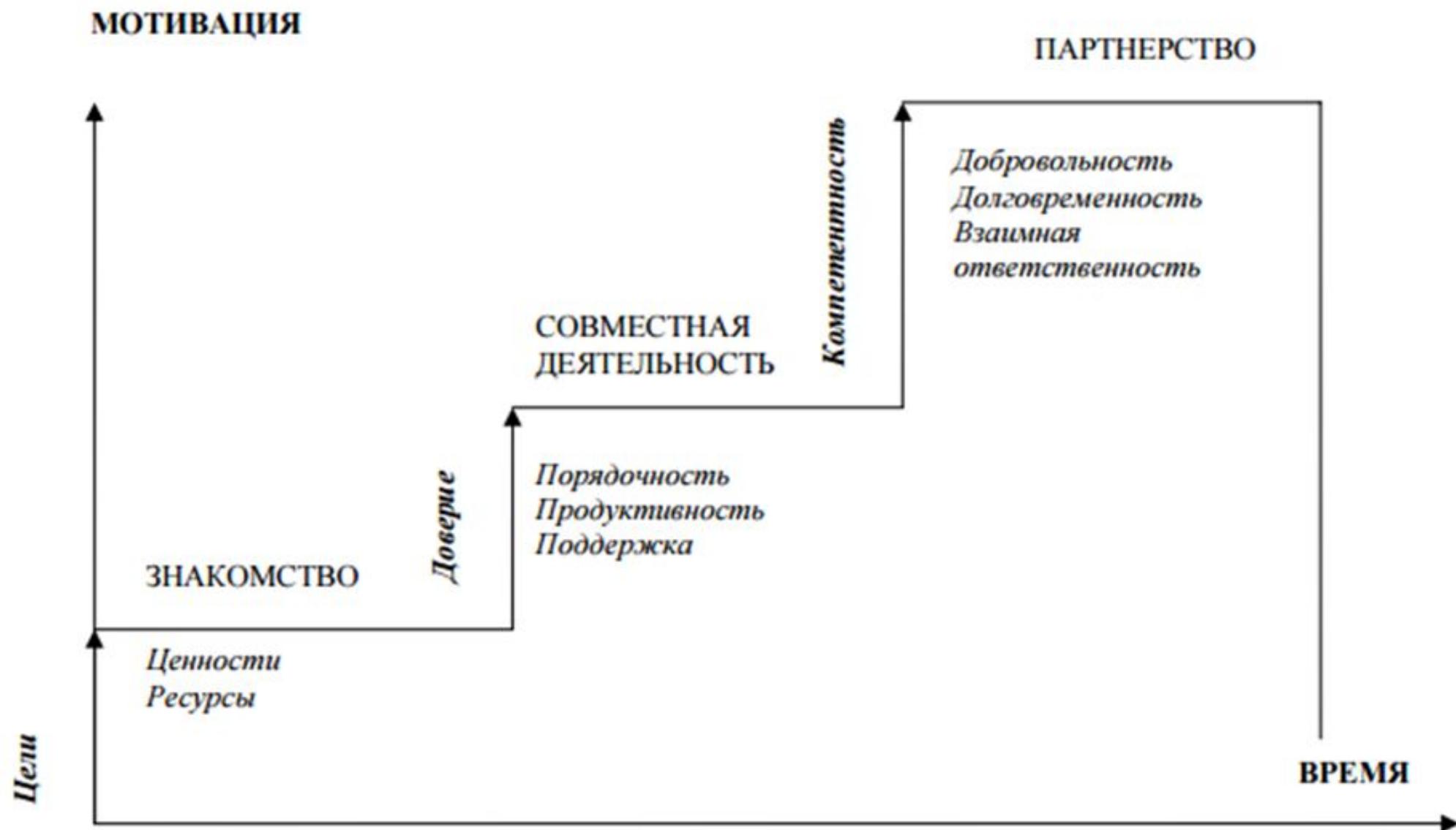


Схема 1. Этапы развития социального партнерства

Взаимодействие с социальными партнерами

Установление контакта

Телефонный звонок

Электронное письмо

=

**ВЫЗВАТЬ ИНТЕРЕС
+
ДОГОВОРЕННОСТЬ
О ЛИЧНОЙ ВСТРЕЧЕ**

1. Подготовительный этап:

- собрать всю информацию о деятельности потенциального партнера (СМИ, сайт) – если слабо владеем вопросом, читаем дополнительные статьи по специфике деятельности организации, запоминаем произношение и значение специфических терминов.

На сайте: услуги, новости организации, администрация

- Познакомиться с организациями, предлагающими схожие услуги (конкуренты) и сформулировать аргументы в пользу выбора партнера.
- Сформулировать четко предложения о сотрудничестве

По телефону

- **Составление плана беседы** и списка вопросов, которые предстоит задать: говорим быстро, четко, по сути. Все, что можно сказать не по телефону, следует говорить не по телефону. Рядом положить пустой лист — часто необходимо фиксировать существенные моменты и детали во время разговора
- **Ставим голос:** отработать произношение, добиться уверенных интонаций (для этого требуется стоять, а не сидеть)
- **Готовимся к отказу:** у собеседника может сейчас не быть времени на беседу, сразу договариваемся на другое время, поэтому надо определить варианты приемлемых часов и дат.

Например: «В пятницу, 23 числа, в десять часов — вас устраивает?» — собеседник размышляет, будет ли он свободен в это время, вместо того чтобы сомневаться в необходимости встречи.

Важные детали

- Если разговор требует анализа сложных фактов и цифр, логической и объективной оценки информации, держите трубку у *правого* уха.
- Обязательно называем собеседника по имени.
- Улыбайтесь во время телефонного разговора.
- Деловой звонок обязательно начинайте с приветствия: это не только проявление вежливости, но и возможность дать собеседнику время сообразить, кто вы, и сосредоточиться на цели звонка.
- Обязательно спрашиваем: «У вас есть минутка для короткого разговора или мне перезвонить в другое время?», сами предлагаем другое время для разговора: «В 10 часов вас устроит?»
- Никогда не говорим «нет» по телефону - ищем позитивные формулировки
- Завершая переговоры, еще раз озвучиваем совместные соглашения и договоренности
- Заканчивает разговор тот, кто позвонил - «закруглять» собеседника - дурной тон, возможно, у него еще есть вопросы
- По окончании разговора заверяем собеседника, что всегда рады его звонку и встрече с ним, желаем всего наилучшего
- Собеседник первый кладет трубку, если это сделаете вы, то разговор закончится на психологически не очень дружественной ноте

Материалы по теме:

- <https://psyfactor.org/lib/tm3.htm>
- <https://psyfactor.org/lib/tm4.htm>
- <https://businessman.ru/new-pravila-obshheniya-po-telefonu.html>

Письмо по электронной почте

- Электронный адрес: возможность правильно продиктовать и понять электронный адрес по телефону; когда есть свой сайт и почтовый сервер, адрес может быть персонифицирован: anna_ivanova@your_company.ru
- Заполняем все поля электронного сообщения
- Не используем в письме и его теме исключительно большие буквы (они воспринимаются как крик)
- Для делового письма используем фирменный бланк с указанием названия организации, реквизиты, контакты
- Все страницы письма, начиная со второй, нумеруются арабскими цифрами. Обращение начинается с абзаца. Избегаем переносов слов

Мотивационное письмо о сотрудничестве

- Это вид сопроводительного письма, в котором объясняем потенциальному партнеру, почему мы хотим работать именно с ним и почему именно вы ему подходите. Отражает: цель, мотив, способ

- Возможная структура:

введение – рассказываем о своей организации (в чем специфика, профессиональные достижения), переход к мотивации – основная часть: почему хотим сотрудничать именно с этой организацией, что конкретно предлагаем, каков способ сотрудничества; чем может быть полезно сотрудничество партнеру, перспективы; заключение - суммируем все высказанные идеи, прощаемся, ставим подпись

- Пишем о своих целях и о том, как участие партнера поможет нам их достичь.

Проверяем себя

- Сформулировал ли я кратко и понятно мысль о том, что хочу получить от партнера?
- Смог ли я доступно объяснить свою мотивацию?
- Можно ли понять из моего письма, что отличает вашу организацию от других?
- Достаточно ли конкретны и кратки примеры, которыми я подкрепляю свои идеи и предложения?
- Какое впечатление оставит письмо о вашей организации?
- Есть ли в письме грамматические, синтаксические, фактические и иные ошибки?

Задание:

составить мотивационное письмо организации-партнеру с предложением о сотрудничестве

2. Организационный этап

- Цель – создать условия для общения
- Продумать место встречи (важно, чтобы никто не мешал, лучше на своей территории)
- Подготовить необходимые ресурсы:
 - ✓ Визитки
 - ✓ Ежедневник с несколькими ручками
 - ✓ Рекламные буклеты, брошюры организации
 - ✓ Листы чистой бумаги
 - ✓ Проект договора о сотрудничестве
 - ✓ Техника для коммуникации (планшет, ноутбук, смартфон с выходом в интернет)
- Внешний вид

Факторы, влияющие на доверие

Что значит «одеться соответствующим образом»?

1. Определяем характеристики целевой аудитории – просматриваем на сайте организации фотографии руководителей, сотрудников: «свой» - «чужой»: стиль аудитории
2. ответить на вопросы: куда я иду? Какой эффект сегодня я хочу произвести? Как я хочу, чтобы меня воспринимали сегодня?

В ходе общения:

1. Конкретизация – используем точные цифры, детали и обстоятельства
2. Документ
3. Ссылки на экспертов, общих знакомых
4. Человек принимает решение сердцем – каков должен быть баланс между эмоциями и разумом?
 - Время принятия решения
 - Время суток
 - Возраст
 - Пол
 - Статус
 - Профессиональная принадлежность



Первая встреча

6. Перейти к делу – просим собеседника подробнее рассказать о его организации, узнайте, как развивается организация, над чем работает в настоящий момент, подводим к предмету сотрудничества – готов ли партнер включиться в решение вопроса, какие затраты потребует от партнера совместная работа, какие варианты совместного решения он видит; перейти к описанию своих предложений

7. Заканчивая переговоры – благодарим за внимание и время, подтверждаем новую встречу

8. Сразу после встречи – записываем договоренности и важные этапы встречи

Задание: Проиграйте эпизоды взаимодействия с потенциальным партнером – предложение о сотрудничестве, определение функционала, проблемы во взаимодействии

Потребности людей в Интернет-активности:

- 1) коммуникативная - обеспечивается электронной почтой, чатами, конференциями, листами рассылки, гостевыми книгами, форумами, кольцами, сообществами и другими интерактивными инструментами);
- 2) познавательная - обеспечивается инструментами навигации по сети, чтением новостей и аналитических обзоров, креативным поиском конкретной информации, дистантным образованием, самообразованием, хакерством и т.п.);
- 3) игровая - обеспечивается широким набором игр – от простых типа тетриса до сложных сценарных интерактивных конструкций,

Средства дистанционной коммуникации с партнерами образовательной организации

Виды Интернет-коммуникации

- сайт ОО
- электронная почта (предполагает асинхронное общение один с одним или одного со многими в случае создания списка рассылки);
- дискуссионные группы или форумы (асинхронное общение по схеме «многие со многими», предоставляющее возможность создания тем в предлагаемых разделах для последующего обсуждения);
- веб-конференции (синхронный обмен сообщениями на заданную тему);
- чаты (обмен текстовыми репликами в режиме синхронного общения «многие со многими»);
- блоги (дневники, читатели которых могут оставить свои комментарии);
- социальные сети, организующие общение групп людей с одинаковыми интересами

Зачем образовательному учреждению сайт?

- **Имиджевые задачи:** реклама, статус образовательного учреждения

- **Коммуникационные задачи:**

Инструмент формирования общественного мнения об образовательном учреждении;

Инструмент взаимодействия между педагогами и родителями;

Предоставление информации о деятельности учреждения вышестоящим организациям

- **Образовательные задачи:**

Размещение материалов способствующих повышению качества образовательного процесса.

- **Информационные задачи:** Предоставление посетителям информации об учреждении и его сфере деятельности

Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» на образовательные организации возложена обязанность обеспечить создание и ведение официального **сайта в сети Интернет** (п. 21 ч. 3 ст. 28). С тех пор размещение фотографий и видеозаписей с различных мероприятий (*утренников, спортивных соревнований*) на **сайтах** детских садов стало обычной практикой. Однако **родители** воспитанников не всегда довольны тем, что изображение их ребенка оказывается в открытом доступе.

Согласно п. 1 ст. 64 Семейного кодекса Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ **родители** являются законными представителями своих детей и выступают в защиту их прав и интересов в отношениях с любыми физическими и юридическими лицами, в т. ч. в судах, без специальных полномочий. Имея данное право, **родители** могут подать жалобы на содержание **сайтов** образовательных организаций.

Для того чтобы избежать жалоб **родителей** воспитанников на незаконное **использование** персональных данных их детей и, как следствие, привлечения к ответственности, поэтому в первую очередь мы с В. А. Щадновой на **родительском** собрании предложили **родителям соглашение**, где они дают своё согласие или не согласие на размещение фото и видео материалов.

Выбирая подходящий способ связи с родителями, можно остановиться на 2-3 вариантах, которые обеспечат разные формы общения:

- официальное и неформальное;
- вживую и на расстоянии;
- коллективное и индивидуальное и т.д.

Форум

Форум (тематическая конференция) образовательной организации может стать мощным средством общения между педагогами и родителями. Сегодня нет необходимости включать в состав сайта форум. Наличие форума открывает для любого ресурса дополнительные возможности, но требует постоянного ежедневного администрирования.

Чат

чаты требуют постоянного контроля со стороны администратора. Решение использовать чат для целей образовательного учреждения должно быть продиктовано невозможностью решить поставленные задачи другим путём. Существует не так много примеров, когда чаты в образовательных учреждениях действительно полезны, обычно эти чаты открыты для небольшого количества людей и только на некоторое время.

Например: чаты при Университетах, которые используются для общения слушателей проходящих дистанционное обучение их преподавателей.

Гостевая книга

это возможность посетителю сайта сделать запись или оставить комментарий (своеобразная «Книга жалоб и предложений»). Решение о ее использовании на сайте зависит от пожеланий руководства учреждения. Затраты времени на администрирование гостевой книги невелики. Также как в случае с форумами и чатами существует множество организаций, предоставляющих возможности создания собственной гостевой книги.

Организация сообщества в социальных сетях

Для организации сообщества создается группа с ограниченным доступом и предлагается всем родителям зарегистрироваться в данном сообществе и подать заявку на вступление в группу. Это многосторонний способ связи, поскольку родители не только смогут видеть сообщения, размещаемые педагогом, но и комментировать их, делиться мнением друг с другом.

К его **положительным сторонам** относится:

- размещаемые сообщения доступны для просмотра всем участникам группы;
- можно вести дискуссию;
- ознакомиться с информацией, как и написать свое мнение можно в любое удобное время суток;
- можно выкладывать видео и фото;
- высокая скорость доставки информации.

Недостатками можно считать:

- необходимость постоянно мониторить записи в группе;
- неофициальный статус такого общения;
- отсутствие подтверждения того, что все родители своевременно ознакомились с сообщением;
- невозможность обсуждать в группе информацию личного характера, однако это можно сделать путем отправки личного сообщения.

Мобильные приложения

Viber, WhatsApp и т.п.

Для организации такой связи с родителями необходимо предложить им установить на своих смартфонах соответствующее программное обеспечение и зарегистрировать их в группе.

Достоинства:

- данный способ предоставляет максимальную оперативность по обмену информацией;
- с помощью таких приложений можно организовать как коллективную, так и индивидуальную рассылку сообщений;
- высокая мобильность — используя фотокамеру телефона, можно делать фото или видео и сразу же выкладывать его в группе.

Связь посредством телефона

Способ подходит только для решения самых срочных вопросов или обсуждения очень личной информации. К недостаткам можно отнести такие моменты:

- звонок может оказаться несвоевременным, если абонент будет занят на работе или другими срочными делами — в таком случае информация может быть воспринята неадекватно;
- индивидуальный характер связи — обзванивать придется каждого по отдельности;
- отсутствие возможности коллективного общения;
- денежные затраты.

С помощью мобильного телефона можно также организовать смс-рассылку сообщений, поскольку такая функция есть в каждом телефоне. При этом способе доступна только двусторонняя связь. Также к недостаткам такого способа связи следует отнести ограниченный объем передаваемой информации.

Электронная рассылка

Педагогу достаточно один раз ввести в строку рассылки адреса всех родителей и письма будут отправляться одновременно на все ящики. При этом объем информации, которую можно пересылать, очень большой.

- Одним из значимых недостатков является отсутствие коллективной площадки для общения.

Личный блог педагога

- Многие педагоги ведут свои личные блоги и параллельно используют его для связи с родителями, обсуждения с ними многих вопросов, касающихся образовательных проблем. Такой блог может быть создан на личном, сайте ДО или тематическом сайте, где доступны такие функции.
- Найти подобные блоги через поисковик в браузере довольно сложно, поэтому родителям нужно сообщить адрес ссылки и предложить стать постоянными подписчиками. В таком случае информация, размещенная в блоге, будет быстрее попадать в поле их зрения.

Люди редко читают текст по словам: вместо этого они сканируют страницу, выхватывая отдельные слова и фразы. Как показывают исследования, 79% процентов сканируют любую новую страницу и только 16% читают слово за словом. Перед публикацией текста на веб-сайте его лучше адаптировать для сканирования, используя:

- выделение ключевых слов (гиперссылки, выделение шрифтом, цветом и т.п.);
- осмысленные подзаголовки (не «заумные»);
- списки с отступом
- одна идея в каждом параграфе (пользователи пропустят любые идеи внутри, если их не зацепят первые слова параграфа);
- стиль перевернутой пирамиды, когда фраза начинается с заключения; вдвое меньше слов (или еще меньше), чем в обычном тексте.

Язык должен быть понятен

Писать надо грамотно

Разрабатывая контент для партнеров, важно!

Задание

- Проанализируйте сайты ДО, выделите ошибки Интернет-коммуникации
- Приведите примеры наиболее удачных вариантов Интернет-взаимодействия ДОУ