

Основы эффективной коммуникации



Умение общаться с людьми такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире.

Дж. Рокфеллер



Дефицит «живого» общения

collaboration
SUCCESS
BUSINESS



Сила «живого» воздействия

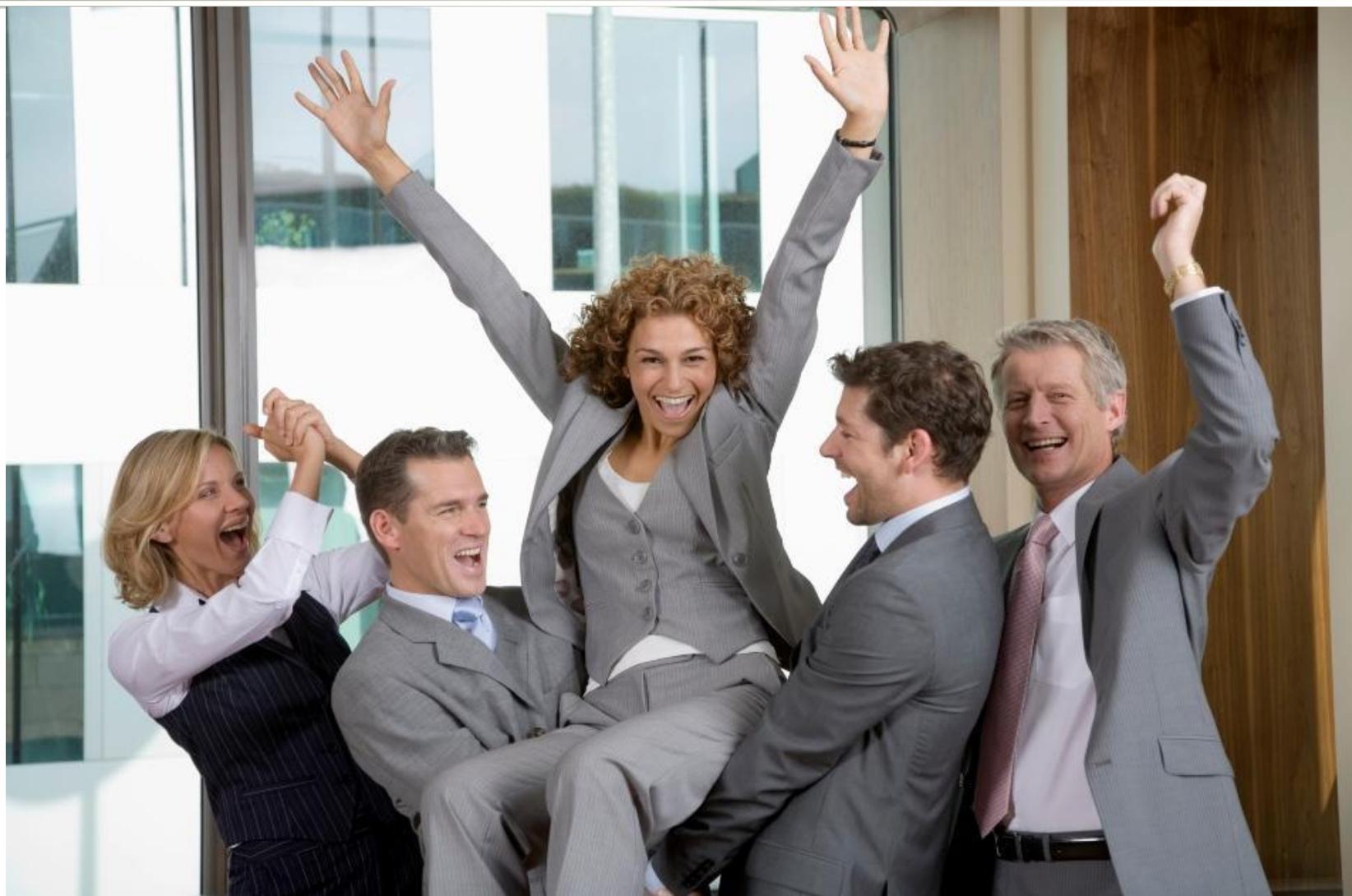
collaboration
SUCCESS
BUSINESS



Успешность карьеры

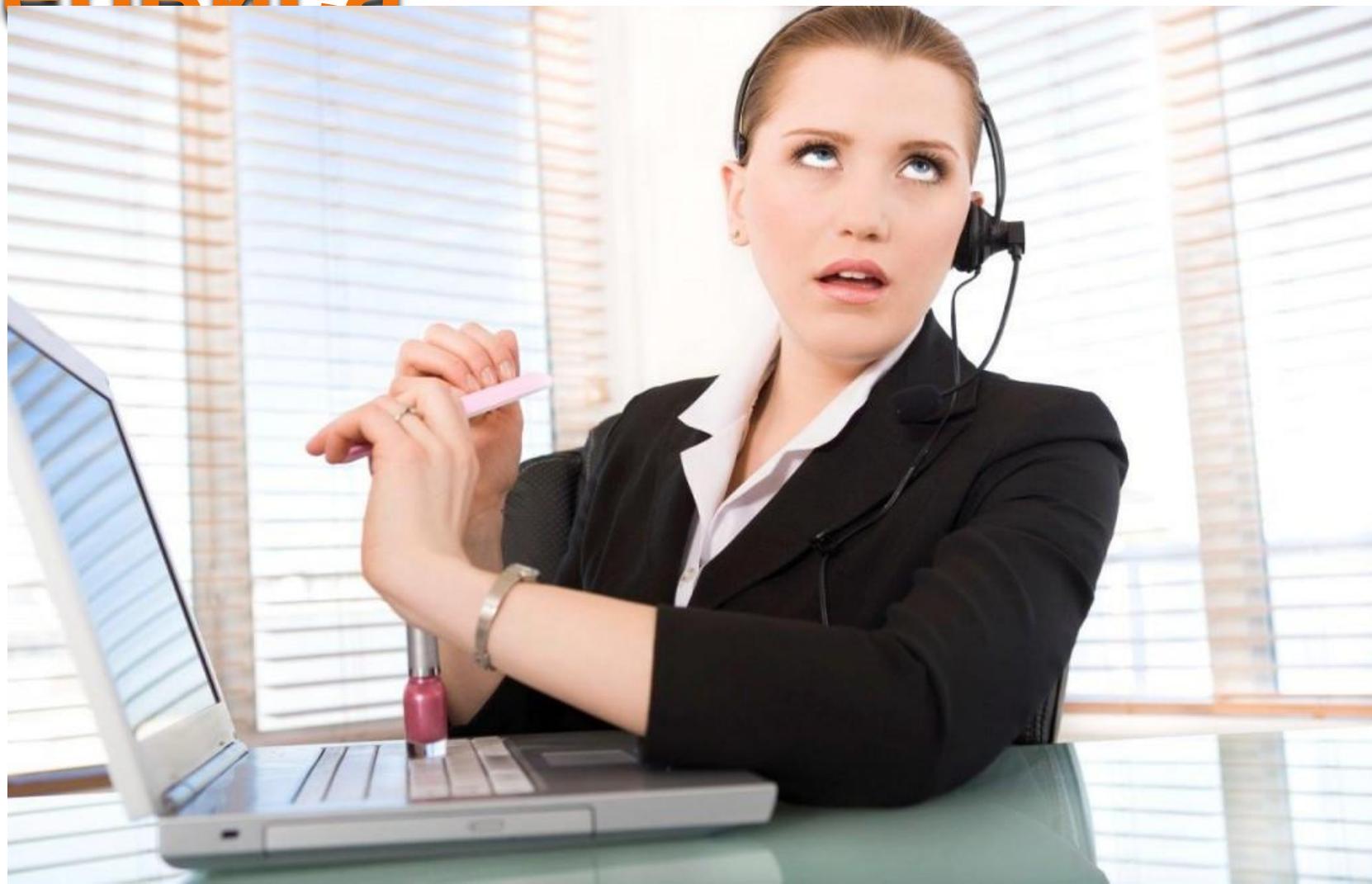
collaboration

SUCCESS
BUSINESS



ИЗДЕРЖКИ ПЛОХОИ КОММУНИКАЦИИ И BUSINESS

СЕРВИСА



Востребованность

collaboration
SUCCESS
BUSINESS

на рынке труда



Цели общения: BUSINESS

- дать определенную информацию;
- побудить к действию;
- произвести впечатление
- доложить результат;
- поддержать компаник



Коммуникативная триада

Оратор

Тема

Аудитория

Личностно- профессиональные качества оратора

- Ориентированность на результат;
- Ориентированность на людей;
- Коммуникативная компетентность;
- Логичность и креативность мышления;
- Стремление к самосовершенствованию;
- Харизматичность.



Парадоксально, **BUSINESS** но факт...

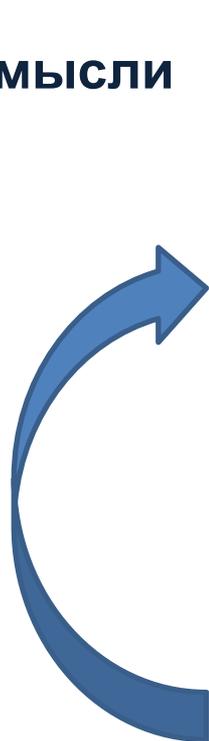
- **40,6%** - боязнь публичных выступлений;
- **22%** - финансовых проблем;
- **18,8%** - болезней;
- **18,7%** - смерти;
- **13,6%** - одиночества.



«Панический» круг

collaboration
SUCCESS
BUSINESS

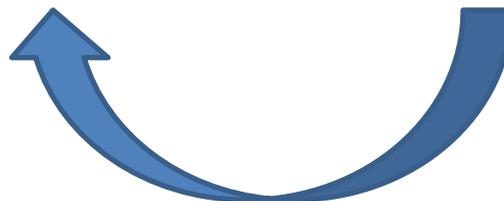
Тревожные мысли
и
ощущения
приводят
к выбросу
адреналина



Выброс
адреналина
усиливает
волнение



Паническая
атака усиливает
тревожные
мысли и
ощущения



Усиленное
волнение
вызывает
паническую атаку

Ключевые вопросы:

- Сколько минут отводится на деловое общение/выступление?
 - Какова основная цель и главная мысль выступления/сообщения?
 - Каков самый запоминающийся/ключевой момент выступления?
-
- Зачем собравшимся меня слушать?

Правило эффективной КОММУНИКАЦИИ

Интересно – понятно – касается каждого

Если оратору в течение 30 минут не удастся разжечь огонь интереса, он должен прекратить тратить время и спички.

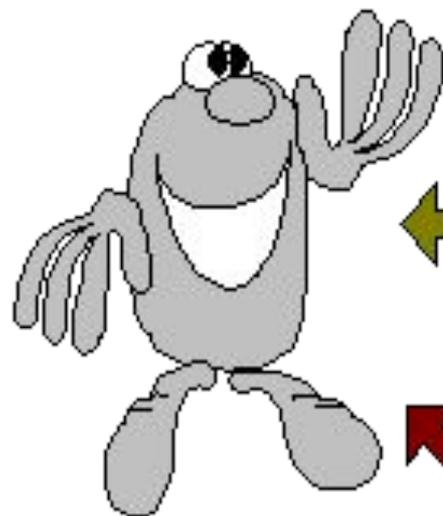
Экспертное мнение

**Нет двух одинаковых аудиторий,
значит – не может быть и двух
идентичных вещей**



ва

Типы собеседников (сенсорные каналы восприятия):



- 20% Аудиальный



- 40% людей.
Кинестетический

Закономерная потеря и искажение информации

Задумано
100%

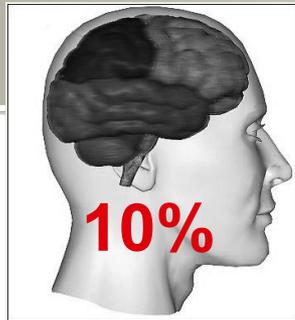
Высказано
80%

Услышано
70%

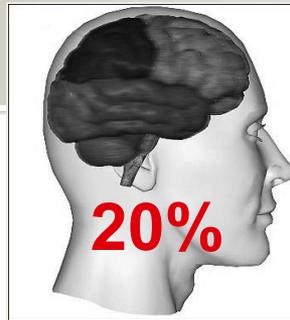
Понято
60%

*Осталось
в памяти*
24%

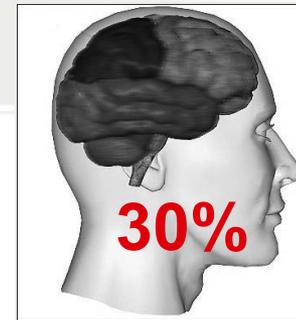
Мы запоминаем **BUSINESS**



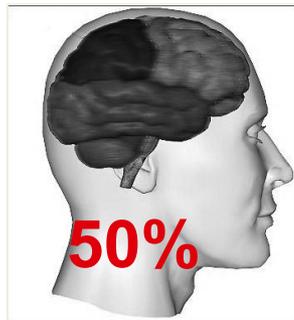
ТОГО, ЧТО МЫ
ЧИТАЕМ



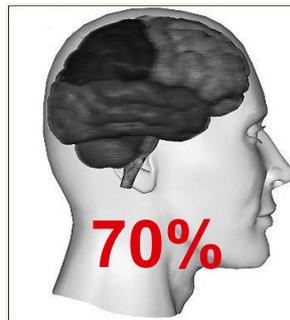
ТОГО, ЧТО МЫ
СЛЫШИМ



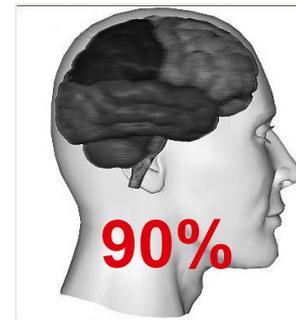
ТОГО, ЧТО МЫ
ВИДИМ



ТОГО, ЧТО МЫ
СЛЫШИМ И ВИДИМ



ТОГО, ЧТО МЫ
ГОВОРИМ САМИ



ТОГО, ЧТО МЫ
ДЕЛАЕМ САМИ

КОММУНИКАТИВНЫЕ ЭФФЕКТЫ

BUSINESS



**Эффект
визуального имиджа**



**Эффект
релаксации**

Виды коммуникативных сигналов:

Визуальные - *Как мы выглядим* - **55%**

невербальные сигналы, внешний вид

Аудиальные - *Как мы говорим* - **38%**

голосовые характеристики,
коммуникативные эффекты,
внутренняя речь

Вербальные - *Что мы говорим* - **7%**

структура речи,
процесс работы над речью,
методы изложения материала,
содержание речи,
полемические приемы

ОСНОВНЫЕ ЗАКОНЫ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ:

- 1. Суть не в том, что сообщает отправитель, а в том, что понимает получатель.*
- 2. Если получатель неправильно толкует сообщение отправителя, то вину несет отправитель.*

**Заберите у меня все, чем я обладаю.
Но оставьте мне мою речь. И скоро я
обрету все, что имел.**

Д. Уэбстер



Рекомендуемая литература:

- Введенская Л.А., Павлова Л.Г. «Культура и искусство речи»
- Гандопас Р. «Камасутра для оратора», «К выступлению готов!»
- Голуб И.Б. «Искусство риторики: пособие по красноречию»
- Зверева Н. «Я говорю – меня слушают»
- Кохтев Н.Н. «Риторика»
- Павлова Л.Г. «Спор, дискуссия полемика»
- Сопер П. «Основы искусства речи»
- Шейнов В.П. «12 секретов успеха»

collaboration
BUSINESS

Спасибо за внимание!

Григорьева Алла Викторовна

8-8793-400-764, 8-903-440-61-67

e-mail: podgotovka@pgu.ru