



+ ARTA COMUNICĂRII PENTRU LIDERI

Cateva idei de la cei mai buni din business

Comunicarea este precum un fel bine preparat: are nevoie de cele mai bune ingrediente, maiestrie în combinare și un mod apetisant de prezentare. Adesea, însă, arată ca o salată preparată la întâmplare.

Dacă va regăsiți în frazele de mai jos, cele ce urmează ar putea aduce o schimbare importantă în eficiența și statura voastră publică.

“Este o cauză pierdută, oamenii mei nu ascultă.”

“Am impresia că vorbesc la pereti.”

“Nu am reușit să produc nicio reacție în sală.”

“Nu ai ce să discuți cu oamenii astia, făc doar cum vor ei.”

Mai mult de două treimi din timpul unui lider este ocupat de comunicare și, în fiecare zi, schimbam cel puțin 300 de mesaje. În medie, sunt necesare șapte repetări pentru a fixa un mesaj (desigur,

cifra variază în funcție de mediu, de context și de alte elemente). Cei mai mulți dintre antreprenori, manageri și lideri au ca principală preocupare relația cu oamenii. Vor să fie ascultați, urmăriți și urmați. Sunt arhitecți de relații și mesaje, fie că o realizează sau nu.

În cei 18 ani petrecuți în jurnalism am intervievat sute de oameni de afaceri, șefi de companii și antreprenori. În ultimii doi ani, am avut șansa să lucrez direct cu lideri din business, în calitate de consultant, membru în consiliile de conducere ale diverselor organizații, moderator la evenimente publice sau private sau trainer.

Am avut adesea discuții despre un subiect care afectează profund viața oricărui om de afaceri: calitatea comunicării. Fie că vorbim despre transmiterea mesajelor în organizație sau despre discuțiile cu parteneri din afara companiilor sau cu media, subiectul se află constant în mijlocul mesei, precum un cartof fierbinte.

De prea multe ori, efortul principal este îndreptat către argumentație, cifre și date. Către faptele seci care compun realitatea, așa cum o vedem noi. Acestea sunt importante. Dar cei mai buni încearcă să atingă oamenii, cu tot ceea ce înseamnă ei: ce aud, ce vad, ce simt, ce emoții trăiesc.

lata ce am învățat, de-a lungul celor 20 de ani de experiență în comunicare, despre ce fac oamenii remarcabili.

MESAJELE.

Sunt acele lucruri care au ecou în mintea oamenilor, mult după ce comunicarea a luat sfârșit. Sunt ideile pe care vrem să le transmitem. Poate pare simplu, dar nu este – practica cea mai frecventă este lipsa mesajului sau, mai rău, ascunderea mesajului principal printre alte idei. Sau aglomerarea de mesaje.

Indiferent ca vorbim despre un discurs în fața a 300 de oameni sau despre o întâlnire cu cinci colegi din echipă, singura întrebare care contează este aceasta: "ce impact vreau să produc și ce rezultat doresc să obțin în urma comunicării mele?".

Această întrebare va va forța să țineți cont de audiență, să vă concentrați asupra unui fir roșu și să vă gândiți la rezultat.

RATIONAL și EMOTIONAL.

Puneți ceva pe masă – argumentele rationale, statistica și logica nu pot egala efectul unui mesaj transmis din inimă. Dați exemplul personal, faceți o mărturisire, povestiți un episod important, demonstrați umanitate.

Oamenii înțeleg logica, dar tind să fie animați de ceea ce simt. Așa că, atunci când cauți să miști lucrurile, încercați să atingeți inimile celor ce ascultă.

AUTENTICITATEA.

Vorbiți despre lucruri pe care le cunoașteți, care vă preocupă. Nu schimbați prea des mesajele - puteți varia formularea și construcția conținutului, dar nu schimbați mesajele. E

foarte greu să creezi un impact atunci când schimbi constant mesajele.

Nu uitați că orice mesaj are nevoie de cel puțin șapte repetări pentru rămâne în mintea oamenilor.

POVESTILE.

Indiferent de tema sau context, exercițiți folosirea poveștilor. Ele fac parte din comunicarea noastră dintotdeauna și reprezintă modul în care a supraviețuit umanitatea. Prin povești s-au păstrat tradițiile și s-au transmis cunoștințele. Fie că este vorba despre felul în care ați construit organizația, despre modelele pe care le doriți urmate la dumneavoastră în organizație sau despre performanță, găsiți poveștile care să dea viață ideilor abstracte.

Poveștile au darul de a umaniza comunicarea și de a crea punți. Spuneți o poveste adevărată.

LIMBAJUL.

În măsura în care este posibil, traduceți orice mesaj pentru a putea fi înțeles de fiecare om cărui va adresați. Există situații în care oamenii ar dori să contribuie, partenerii ar dori să fie de partea dumneavoastră, doar că nu înțeleg ce au de făcut. Orice lider trebuie să vaneze și să elimine permanent limbajul corporatist, eufemismele, lipsa de claritate - la el și la oamenii din jur, în egală măsură.

Mesaje de genul: "As vrea ca toți să înțelegem că sunt necesare sacrificii" nu înseamnă nimic și nu vor produce rezultate, sunt inutile și daunătoare în absența:

- Unei cereri clare în legătură cu ceea ce este de făcut;
- A unei indicații despre rezultatul așteptat la capătul drumului;
- A unui beneficiu pentru cei care primesc mesajul.

Acestea sunt lucrurile de bază. Stăpânirea lor, alături de cunoașterea audienței, reprezintă primul pas pentru măiestrie în exprimare.



Un capitol mai puțin vizibil, dar dureros și care va deveni din ce în ce mai important, este cel al prezentei liderilor din companii în viața cetății, în dezbaterile publice și în discuțiile despre modele.

Subiectul e cu atât mai sensibil cu cât gradul de încredere în oamenii care conduc organizații sau instituții se află astăzi la un nivel minim.

