



E-LEARNING

Επίπεδο 3



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

WA2: Επικοινωνία και μάρκετινγκ

3.1 Χρήση των κατάλληλων δεξιοτήτων επιχειρηματικής επικοινωνίας για επιλεγμένα ακροατήρια και επιδιωκόμενα αποτελέσματα: Μέρος Α

LO3.1: Επίδειξη της ικανότητας να εξηγεί τα οφέλη της αποτελεσματικής επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο και να επιλύει προβλήματα μέσω της επικοινωνίας, καθώς και να επιλέγει τις καταλληλότερες μεθόδους για το επιλεγμένο κοινό και τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα.



Χάρτης διαδρομής



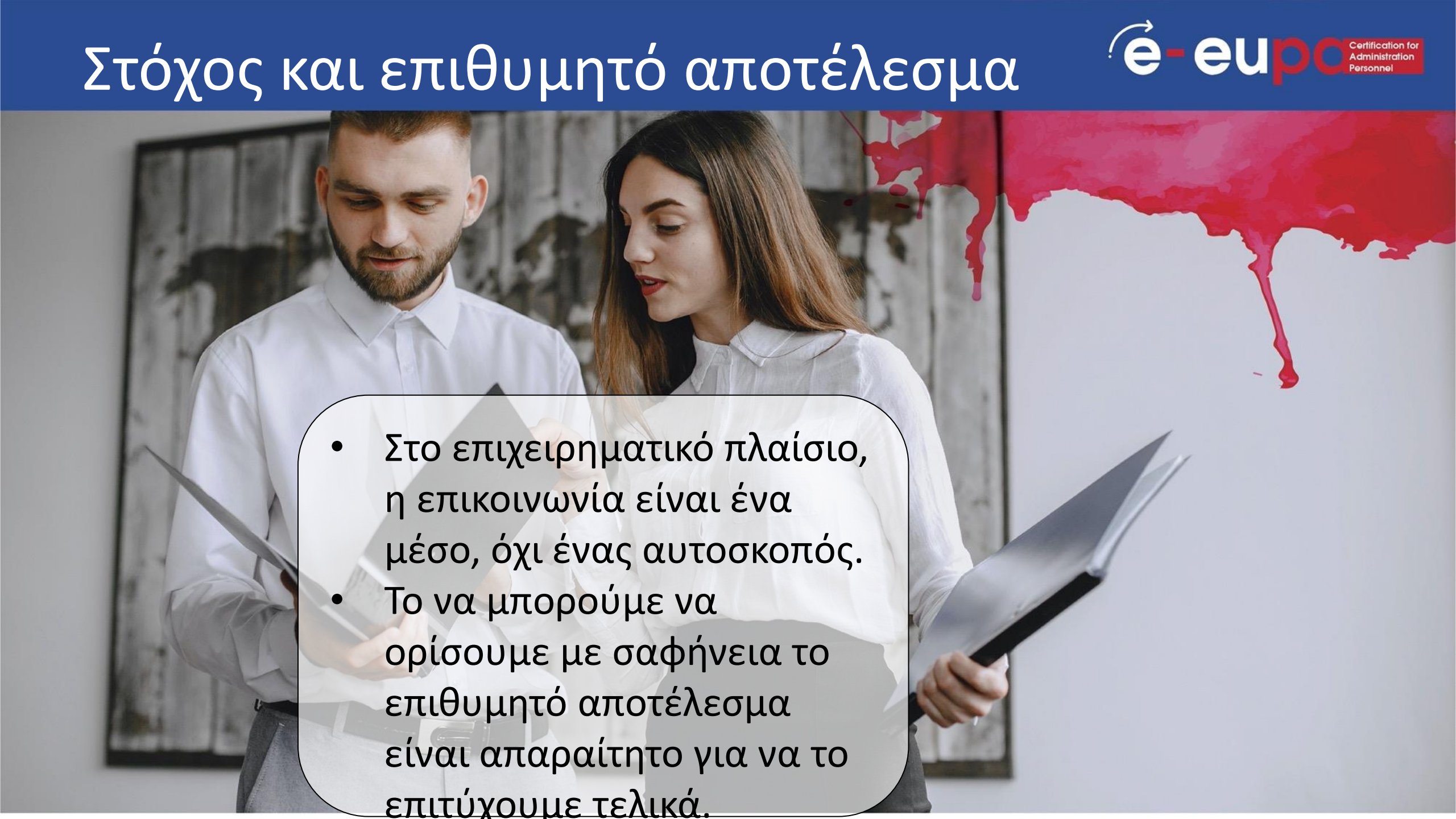
Η κατάσταση στην οποία επικοινωνούμε, έχει μεγάλη σημασία!

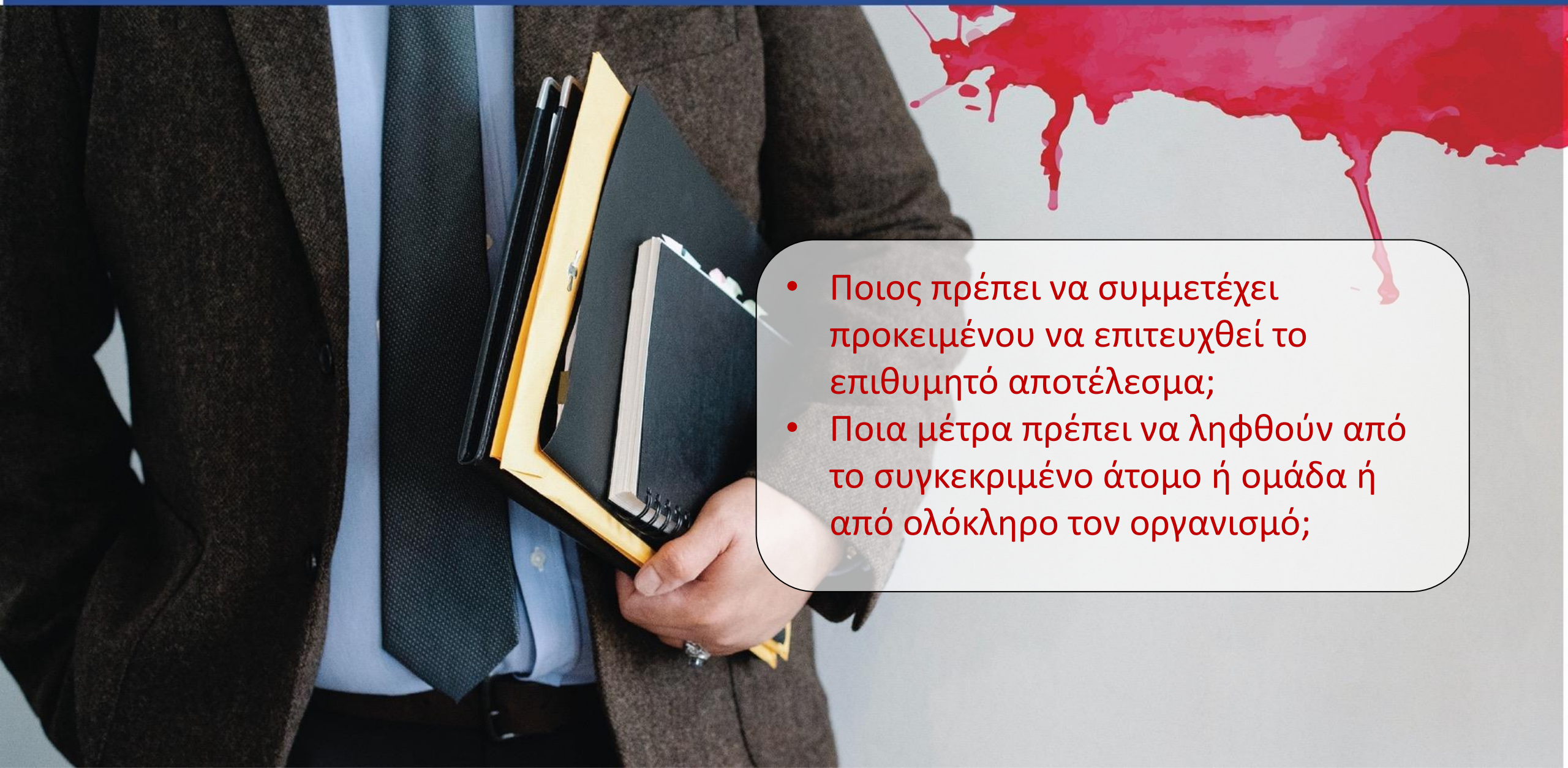
Να έχετε πάντα επίγνωση:

- Χρόνος
- Τόπος
- Πολιτιστικές διαφορές
- Εθιμοτυπία/επίπεδο τυπικότητας
- Ηλικία
- Φύλο
- Ικανότητα
- Κοινωνική κατάσταση
- κ.λπ.



Στόχος και επιθυμητό αποτέλεσμα

- 
- Στο επιχειρηματικό πλαίσιο, η επικοινωνία είναι ένα μέσο, όχι ένας αυτοσκοπός.
 - Το να μπορούμε να ορίσουμε με σαφήνεια το επιθυμητό αποτέλεσμα είναι απαραίτητο για να το επιτύχουμε τελικά.

- 
- Ποιος πρέπει να συμμετέχει προκειμένου να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα;
 - Ποια μέτρα πρέπει να ληφθούν από το συγκεκριμένο άτομο ή ομάδα ή από ολόκληρο τον οργανισμό;

Θα πρέπει να είμαστε σε θέση να προσαρμόζουμε το επικοινωνιακό μας στυλ και τα μέσα επικοινωνίας ανάλογα με το ακροατήριό μας.

- Σκεφτείτε να μιλήσετε με το αφεντικό σας σε σύγκριση με το σύζυγό σας
- Σκεφτείτε να δώσετε μια διάλεξη σε 50 άτομα σχετικά με τις τεχνικές τηλεφωνίας σε σύγκριση με το να εξηγήσετε τις ίδιες τεχνικές σε έναν νέο συνάδελφο



Προσαρμογή της επικοινωνίας: Λεκσάθροιο



- **Γνωρίστε το κοινό σας.**
- Για να προσαρμόσετε αποτελεσματικά την επικοινωνία σας, πρέπει να καταλάβετε με ποιον μιλάτε.
 - Δείτε τα πράγματα από τη δική τους οπτική γωνία και προσαρμόστε την επικοινωνία σας σε αυτούς όσο το δυνατόν περισσότερο.
 - Αναγνωρίστε τη σχέση σας με το

Προσαρμογή της επικοινωνίας: Ακροατήριο

- Αναγνωρίστε τις διαφορές στην προσωπικότητα.
 - Εξωστρεφείς vs. εσωστρεφείς
 - Οπτική, κιναισθητική, ακουστική
- Διεξαγωγή ανάλυσης κοινού.
 - Εξετάστε το ηλικιακό φάσμα, το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο, τις αξίες, τις κουλτούρες, τις οικογενειακές δομές και τις εμπειρίες των ατόμων του κοινού σας.



Προσαρμογή της επικοινωνίας: Τύποι ακροατηρίου

Με τον Επιτιθέμενο-Επιτιθέμενο, πρέπει:

- Να είστε σύντομοι, άμεσοι και περιεκτικοί.
- Παρέχετε επιλογές.
- Χρησιμοποιήστε γρήγορο, γρήγορο ρυθμό.
- Επικεντρωθείτε στα αποτελέσματα και την απόδοση των επενδύσεων.
- Αποφύγετε την παροχή πολλών λεπτομερειών.
- Δώστε σύντομες απαντήσεις.
- Κοιτάξτε τους κατευθείαν στα



Προσαρμογή της επικοινωνίας: II

Με το 'Socializer', πρέπει:

- Αφήστε χρόνο για κοινωνική αλληλεπίδραση.
- Αναφέρετε τις λεπτομέρειες γραπτώς ή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.
- Να έχετε γρήγορους ρυθμούς και θετική προσέγγιση.
- Χρησιμοποιήστε έναν πίνακα στις συζητήσεις σας (οι Socializers είναι αρκετά οπτικοί).
- Χρησιμοποιήστε φράσεις όπως "Φανταστείτε αυτό" ή "Βλέπετε".
- Αποφύγετε τον σκληρό, επιθετικό



Με τον Μεσολαβητή, πρέπει:

- Να είστε υπομονετικοί και λογικοί.
- Χρησιμοποιήστε μια σταθερή, χαμηλών τόνων προσέγγιση.
- Συμμετέχουν στη διαδικασία σχεδιασμού.
- Επιβραβεύστε τους ιδιαιτέρως.
- Αφήστε χρόνο για "μαρίνα των ιδεών".
- Ξεκινήστε τη συζήτηση με έναν ζεστό και φιλικό

χαιρετισμό.

- Κρατήστε τον τόνο της φωνής



Προσαρμογή της επικοινωνίας: Τύποι ακροατηρίου IV

Με τον Αναλυτή, πρέπει:

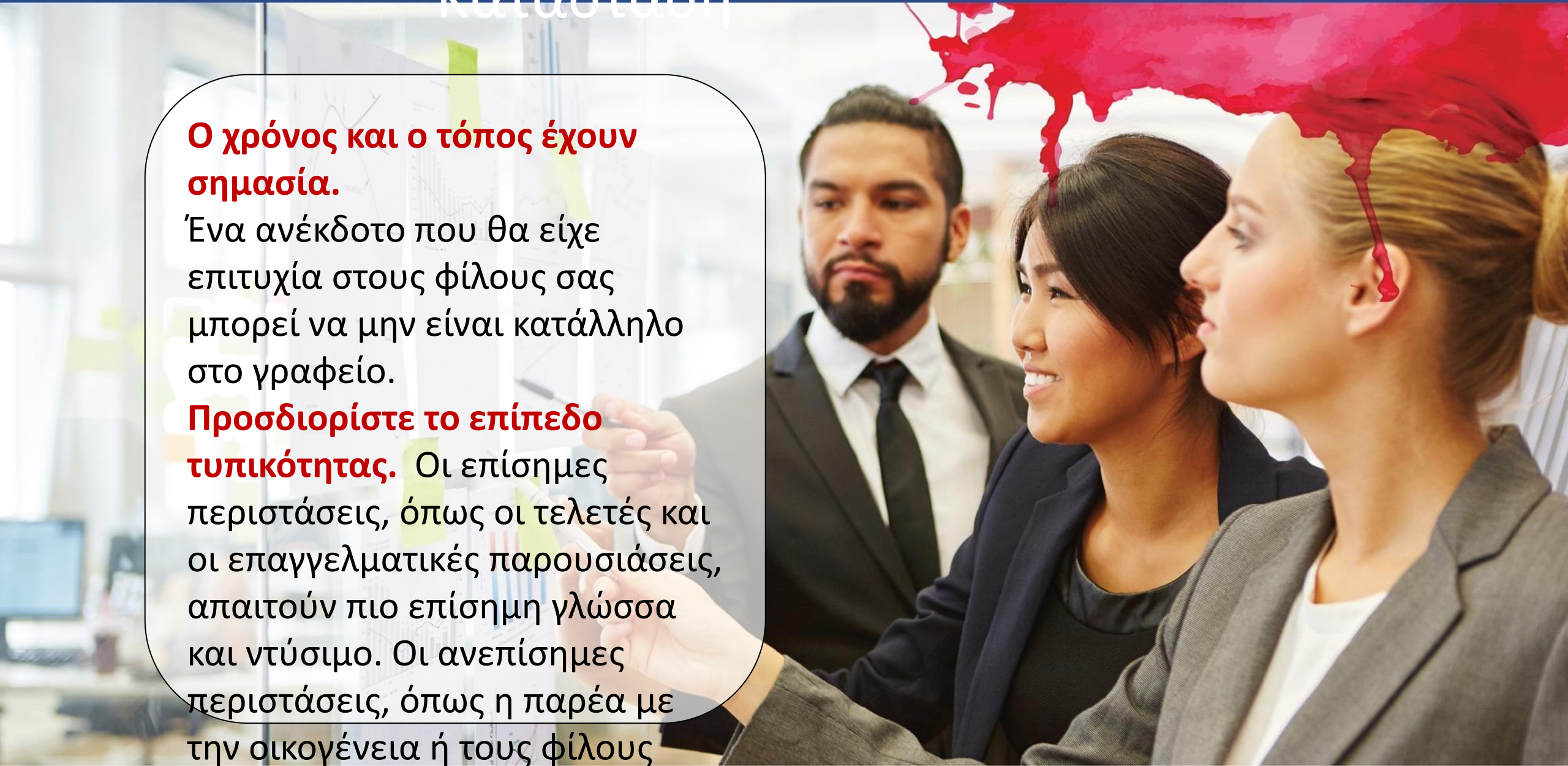
- Να είστε οργανωμένοι και λογικοί.
- Υποστηρίζετε τη θέση σας με γεγονότα.
- Βεβαιωθείτε ότι κάθε σημείο έχει γίνει κατανοητό πριν προχωρήσετε στο επόμενο σημείο.
- Να μην χρησιμοποιείτε τη φράση: "Επιτρέψτε μου να σας δώσω κάποιες επικοδομητικές συμβουλές".
- Χρησιμοποιήστε λέξεις όπως διαδικασία, δεδομένα και διαδικασία.

Προσαρμογή της επικοινωνίας: Κατάσταση

Ο χρόνος και ο τόπος έχουν σημασία.

Ένα ανέκδοτο που θα είχε επιτυχία στους φίλους σας μπορεί να μην είναι κατάλληλο στο γραφείο.

Προσδιορίστε το επίπεδο τυπικότητας. Οι επίσημες περιστάσεις, όπως οι τελετές και οι επαγγελματικές παρουσιάσεις, απαιτούν πιο επίσημη γλώσσα και ντύσιμο. Οι ανεπίσημες περιστάσεις, όπως η παρέα με την οικογένεια ή τους φίλους



Κάθε μέθοδος επικοινωνίας έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Αν έχετε τη δυνατότητα να επιλέξετε, επιλέξτε τη μέθοδο που θα ήταν πιο αποτελεσματική για το κοινό και τον στόχο σας.

II

- Κατά τη διάρκεια των συνεδριάσεων, συμμετέχετε μοιράζοντας ιδέες, αλλά αφιερώστε επίσης χρόνο για να ακούσετε. Μην μονοπωλείτε τη συζήτηση.
- Όταν εκφωνείτε μια ομιλία, συνειδητοποιήστε ότι είστε ο μόνος που μιλάει. Προβλέψτε τις ερωτήσεις που μπορεί να έχει το ακροατήριό σας και προσπαθήστε να τις απαντήσετε στην ανακοίνωσή σας.
- Όταν ασχολείστε με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορείτε να είστε πιο χαλαροί. Η επικοινωνία γίνεται συχνά σε τμήματα μιας ή δύο προτάσεων. Να είστε άνετοι, αλλά περιεκτικοί.
- Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τα γραπτά μηνύματα απαιτούν συνειδητή επιλογή των

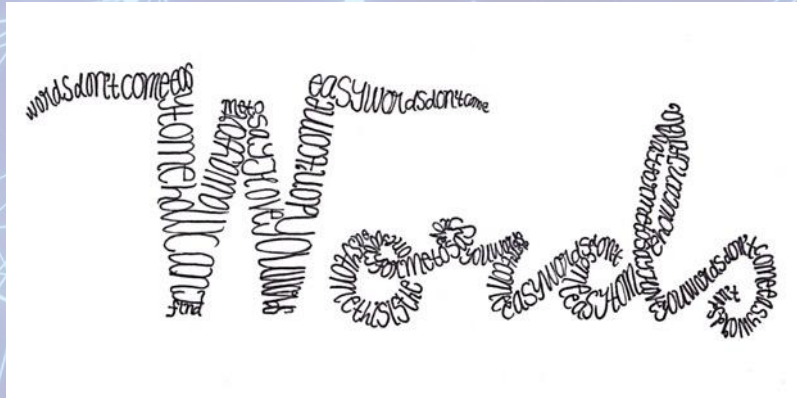


Προσέξτε τα λόγια σας.

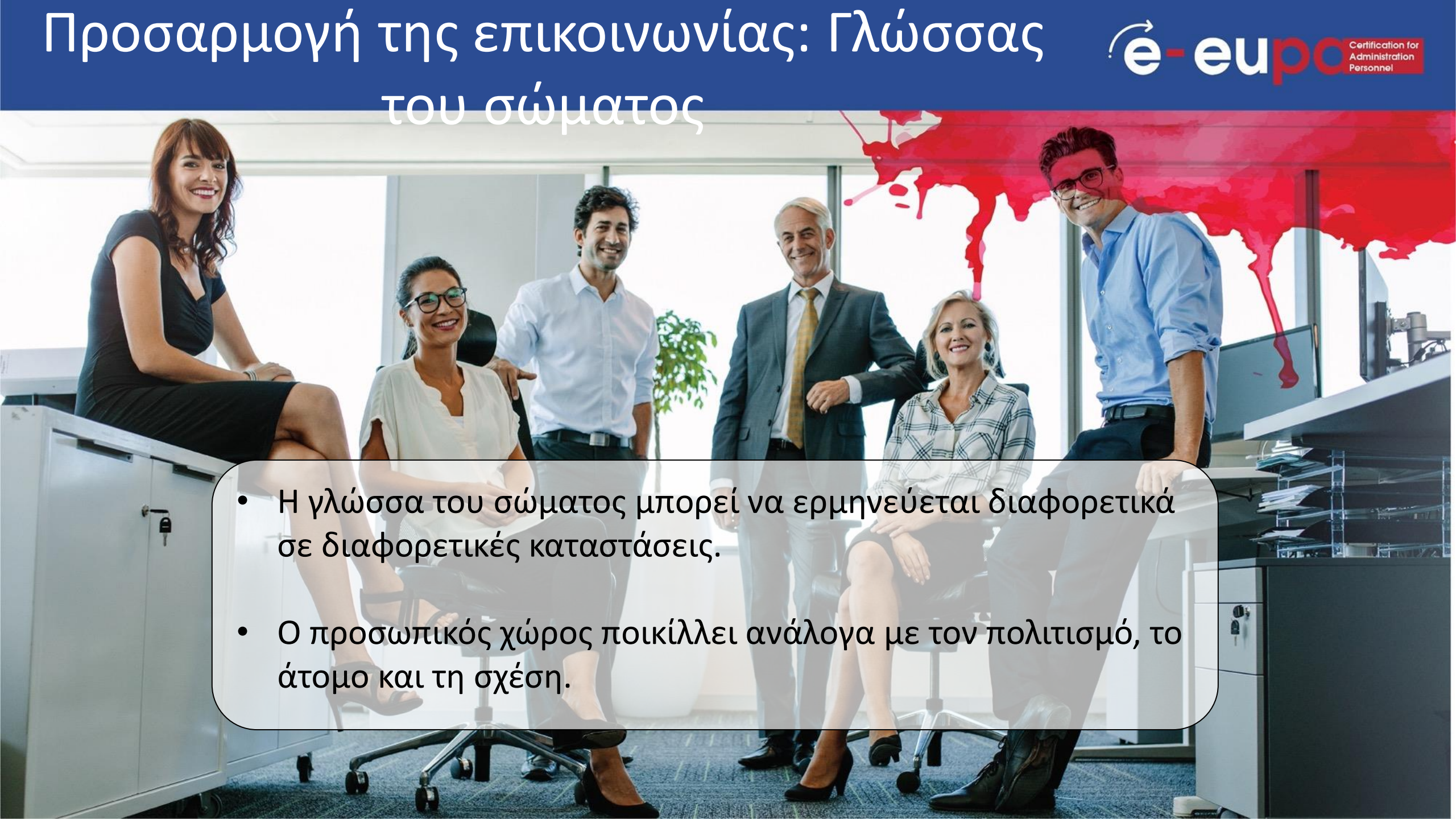
- Να είστε σκόπιμοι με τη γλώσσα που χρησιμοποιείτε.
- Οι λέξεις μπορούν να σας βοηθήσουν να συνδεθείτε γρήγορα με κάποιον, αλλά μπορεί επίσης να τον προσβάλουν.
- Επιλέξτε λέξεις ανάλογα με την ηλικία, την εκπαίδευση και το επίπεδο γραμματισμού του/των συνομιλητή/τριών σας.
- Χρησιμοποιήστε λέξεις που καταλαβαίνουν και με τις οποίες μπορούν να συνδεθούν.

Χρησιμοποιήστε τεχνικές λέξεις μόνο αν
επικοινωνείτε με ανθρώπους που γνωρίζουν τι
σημαίνουν.

- Εάν πρέπει να χρησιμοποιήσετε ορολογία, αφιερώστε χρόνο για να εξηγήσετε τι σημαίνει.



Προσαρμογή της επικοινωνίας: Γλώσσας του σώματος

- 
- Η γλώσσα του σώματος μπορεί να ερμηνεύεται διαφορετικά σε διαφορετικές καταστάσεις.
 - Ο προσωπικός χώρος ποικίλλει ανάλογα με τον πολιτισμό, το άτομο και τη σχέση.

Προσαρμογή της επικοινωνίας: Ανατροφοδότηση

- Ορισμένοι άνθρωποι μπορεί να προσφέρουν προφορική ανατροφοδότηση με ερωτήσεις.
- Μπορείτε επίσης να παρακολουθήσετε τη μη λεκτική επικοινωνία τους
- Αν φαίνονται μπερδεμένοι, εξηγήστε το ξανά με διαφορετικά λόγια.
- Αν φαίνονται αναστατωμένοι, ακούστε τους και προσπαθήστε να καταλάβετε το γιατί.



Ανατροφοδότηση
διαπολιτισμικής επικοινωνίας
E-EURA_LO_3.1_M_002

Ερώτηση 1

Στο πλαίσιο των επιχειρήσεων η επικοινωνία είναι:

- a) Μέσος όρος
- b) Στόχος
- c) Απόφαση
- d) Αποτέλεσμα

Ερώτηση 2

Πώς χειρίζεστε τον κοινωνικοποιητή;

- a) Συμμετοχή τους στη διαδικασία
- b) Αφήστε χρόνο για κοινωνική αλληλεπίδραση
- c) Υποστηρίζοντας τη θέση σας με γεγονότα
- d) Χρήση γρήγορου, γρήγορου ρυθμού

Ερώτηση αναθεώρησης 3

Ο προσωπικός χώρος ποικίλλει ανάλογα με τον πολιτισμό, το άτομο και τη σχέση.

- a) Με τον πολιτισμό
- b) Με μεμονωμένο άτομο
- c) Με σχέση
- d) Όλα τα παραπάνω

Ερώτηση αναθεώρησης 4

Δεν θα πρέπει να μπορούμε να προσαρμόζουμε το στυλ επικοινωνίας και τα μέσα επικοινωνίας μας ανάλογα με το ακροατήριό μας.

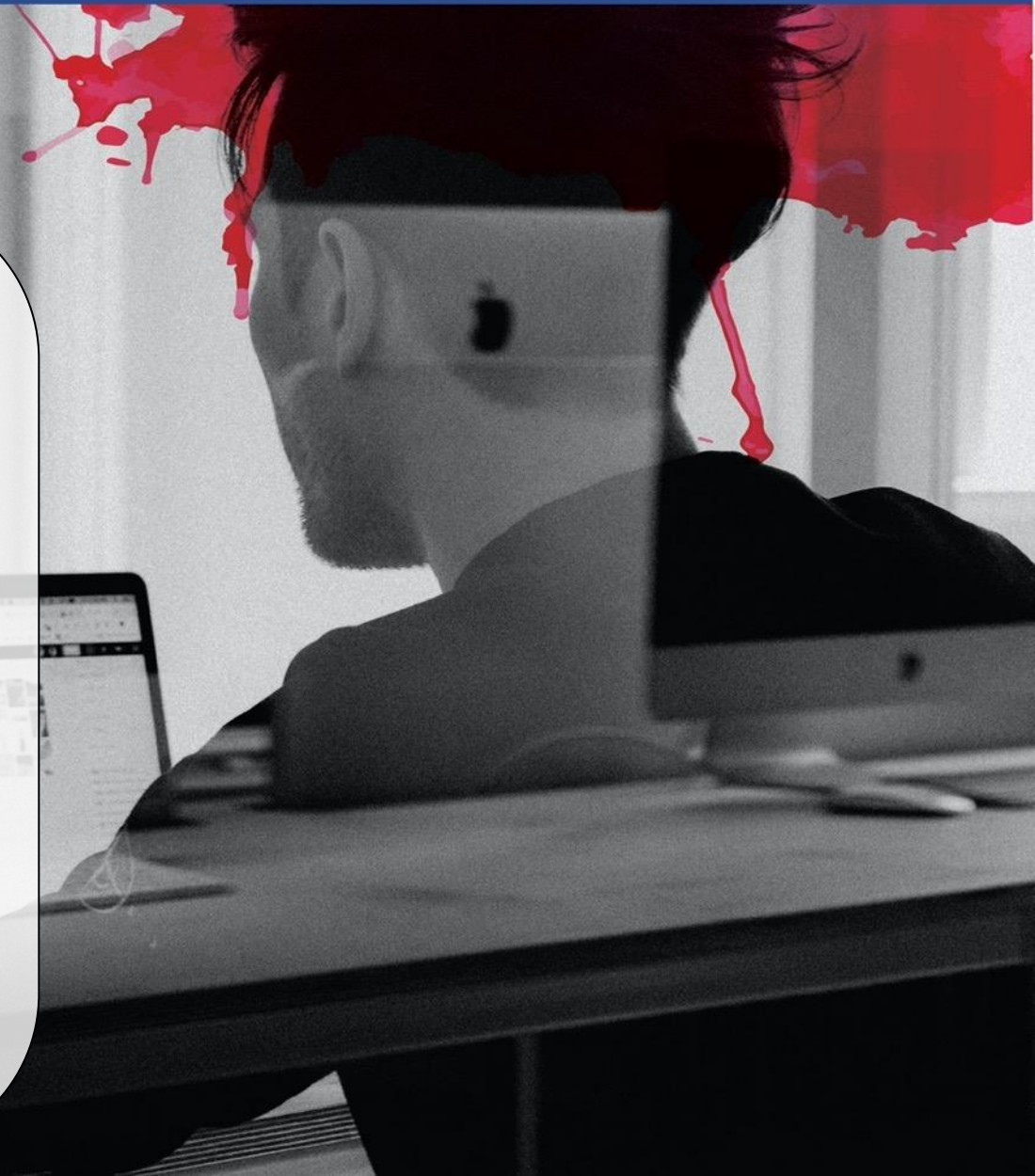
- a) ΑΛΗΘΙΝΟ
- b) FALSE

Βασικά σημεία ενότητας

Βασικό σημείο I

Χρειάζεται

- Κοινότητα μεγάλης εμβέλειας
- Ρίζα ή αιτιώδης
- Ενημερωτικό
- Φυσική
- Προσωπικό



Βασικό σημείο II

Όταν επικοινωνείτε, να έχετε πάντα επίγνωση:

- Χρόνος
- Τόπος
- Πολιτιστικές διαφορές
- Εθιμοτυπία/επίπεδο τυπικότητας
- Ηλικία
- Φύλο
- Κοινωνική θέση/υπόσταση
- κ.λπ.



Μπράβο!

Ολοκληρώσατε την Ενότητα 3.1 - Μέρος Β



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

