

ПОТРЕБА И ВАЖНОСТ ОД ЕФЕКТИВНА КОМУНИКАЦИЈА

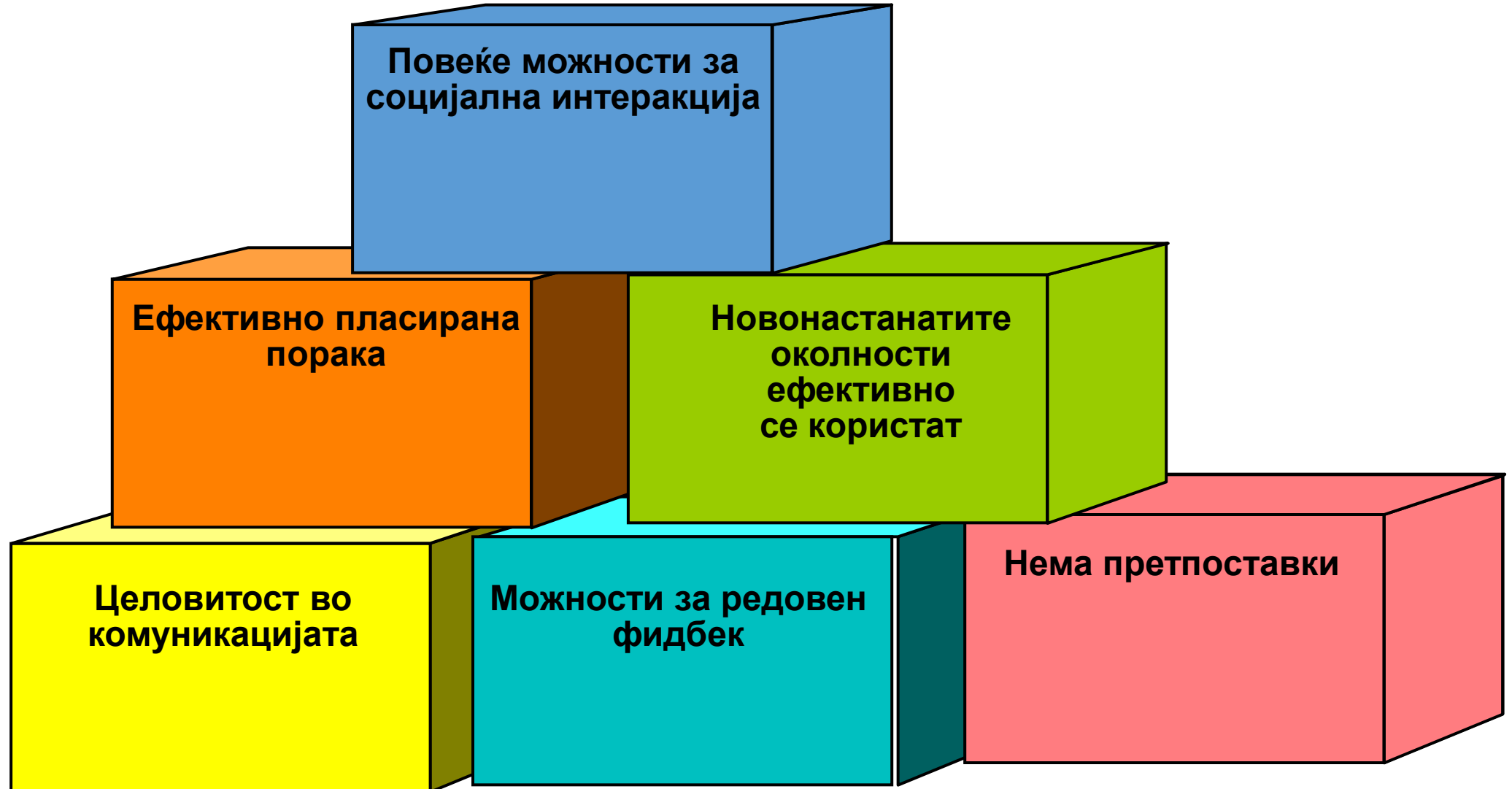
КОМУНИКАЦИЈАТА Е СЕ' ПОВАЖНА

- Тимот сака (и треба) да биде информиран
- Целната јавност сака да знае што се случува
- Пораките мора да бидат испратени – јасно и концизно

ЗНАЧЕЊЕ НА ЕФЕКТИВНАТА КОМУНИКАЦИЈА

- Иновативен пристап во работењето/промоцијата на резултатите
- Поголема функционалност на тимот
- Следење на промените
- Се комуницираат проблемите и се предлагаат решенија
- Навремена комуникација со јавноста

ЕФЕКТИВНАТА КОМУНИКАЦИЈА ЗНАЧИ ОВА



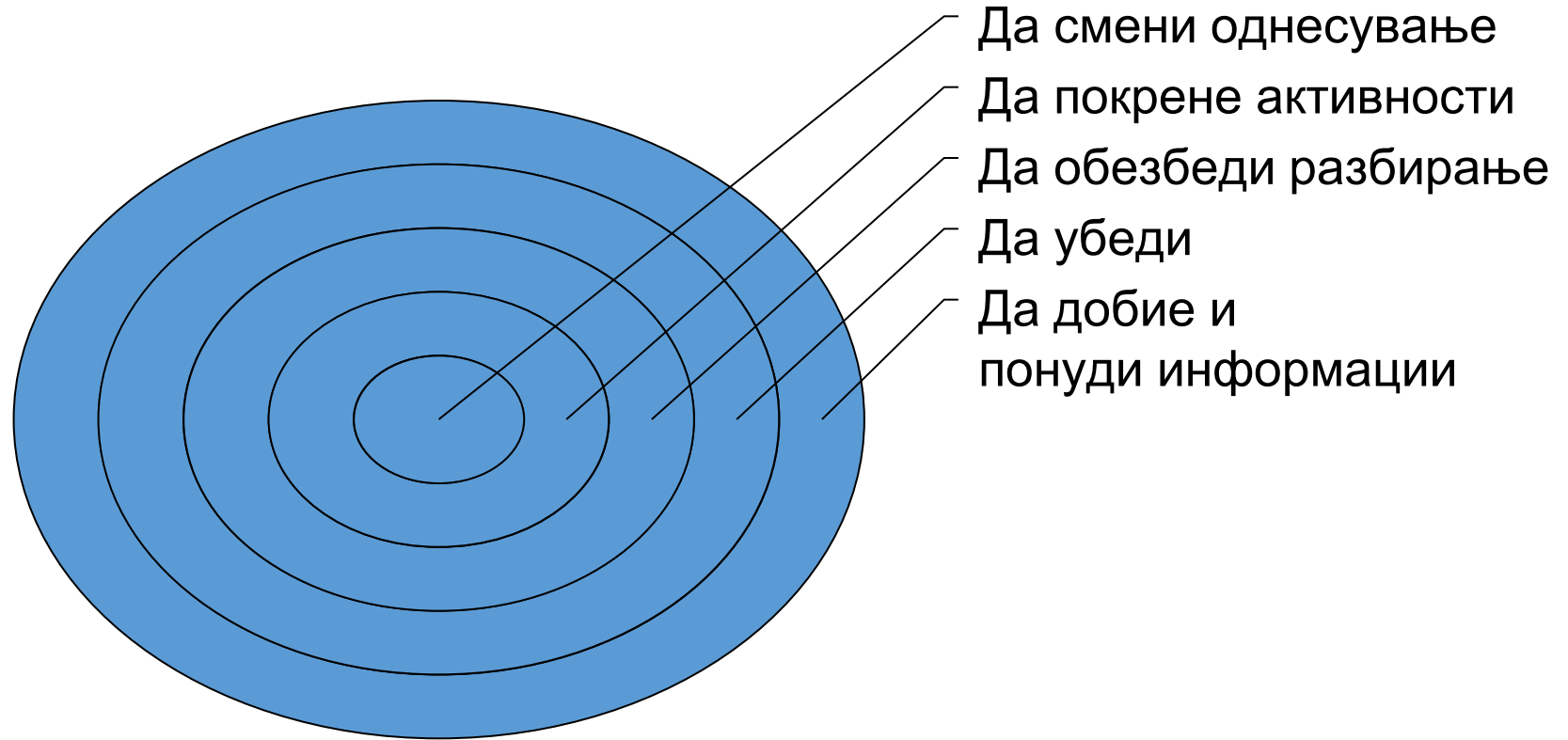
ДОБРАТА КОМУНИКАЦИЈА ЗНАЧИ ОВА

1. Целата комуникација е координирана
2. Таа е описна, а не оценувачка
3. Опишува на објективен начин
4. Ориентирана кон решавање проблем
5. Конкретна
6. Автентична и ја покажува организацијата
7. Ги уважува ставовите на целните групи/публиката
8. Инклузивна е
9. Персонализирана
10. Двонасочна, а не еднонасочна

КОЈА Е ВРВНАТА ЦЕЛ НА
КОМУНИКАЦИЈАТА?



Цели на комуникацијата



Главни принципи во комуникацијата

Стратегиска ориентираност:



- ✓ Познавање на публиката
- ✓ Врамнување на прашањата/темата
- ✓ Мотивирање на неодлучните

Кој сè треба да комуницира?

~~✍~~ Сите!

~~✍~~ Лична комуникација...

~~✍~~ Но, и

~~✍~~ Мрежна поврзаност

Целата комуникација да биде координирана



И во интерес на јавноста

Основни вредности на комуникацијата

Одговорност

транспарентност

проактивност

Објективност

Доследност

урамнотеженост

Професионалност

креативност

Етичност

Основен модел на процесот на комуникација



Бариери што го блокираат протокот на информации

- Клима на „затворена комуникација“
- Организациска структура што дозволува комуникација најчесто од врвот
- Комуникација што “трае“
- Недостиг на доверба меѓу раководството и вработените
- Битка за моќ, статус, придобивки

**“ Проблемот со комуникацијата е
....илузијата дека е остварена....”**

George Bernard Shaw



На кој начин граѓаните може да бидат посвесни за вашата работа?



- Ако се информирани
- Внимателни
- Подготвени

КОМУНИКАЦИЈАТА Е ПРОЦЕС

А КЛУЧНОТО ПРАШАЊЕ Е

ДАЛИ Е ИСПРАТЕНА ПОРАКАТА?



Кога се зборува за промоција на истражувачката работа ...

НЕ ТРЕБА ДА СЕ СТРЕМИМЕ КОН:

- Импресионирање на публиката
- Да им кажеме дека знаеме се' за темата
- Да го презентираме секој детаљ околу нашата работа

ТУКУ ТРЕБА:

- На публиката да и' помогнеме да добие претстава каква идеја имаме/што правиме
- Да ја натераме да го прочита тоа што го имаме
- Да добиеме фидбек за нашата работа

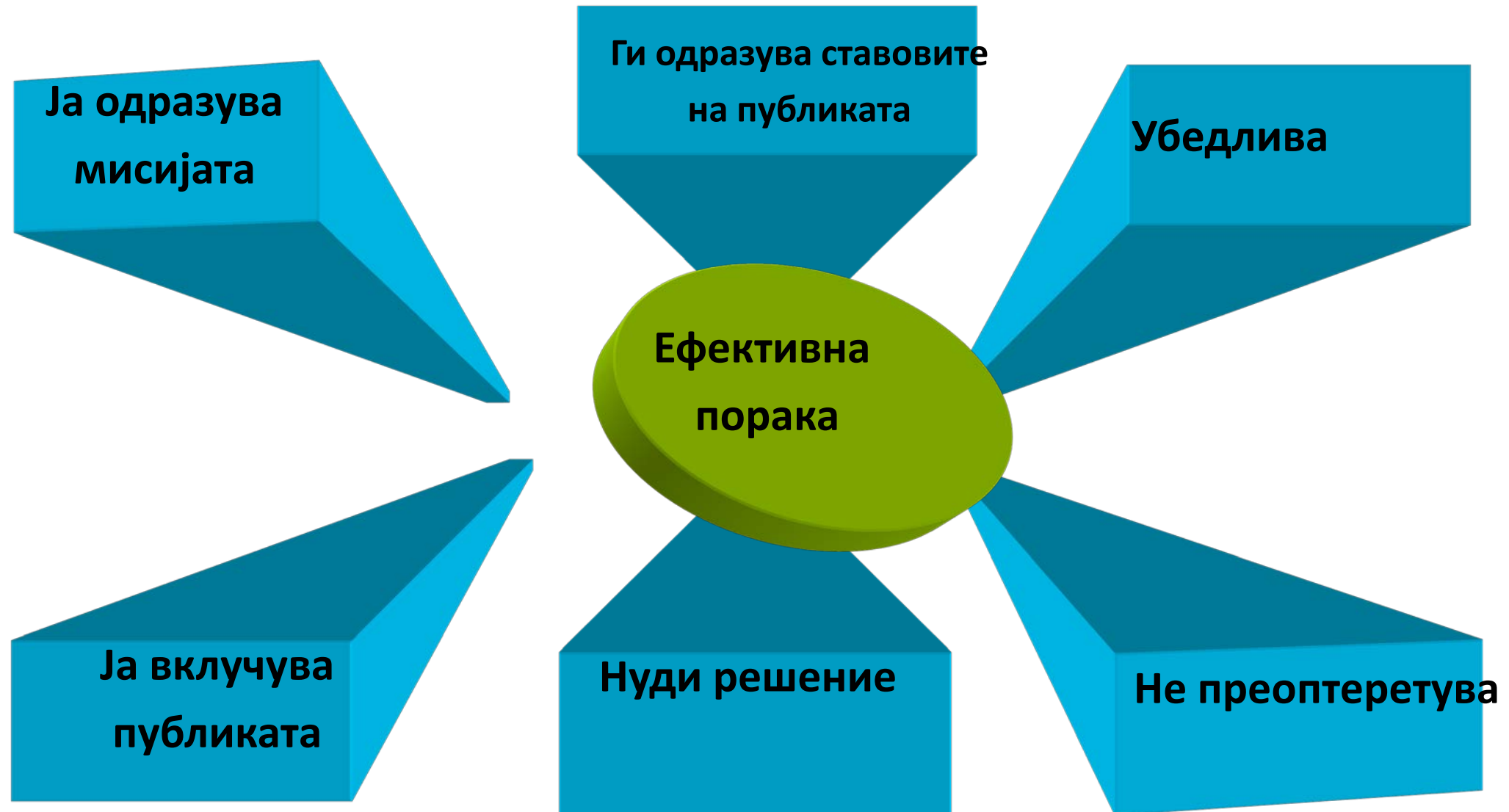
Ефективните пораки се:

- ▼ Соодветен јазик
- ▼ Јасни и едноставни
- ▼ Концизни
- ▼ Веродостојни
- ▼ Конзистентни
- ▼ Говорникот има кредибилитет во нивното пренесување
- ▼ Тонот и речникот се конзистентни со пораката

ВАШАТА ПОРАКА МОРА ДА БИДЕ РАЗБРАНА



Каква е ефективната порака?



Пораката треба да биде целосна



И соодветна

Нецелосната порака води до претпоставки, недоразбирања и одложување на дејството

Потребни се сите факти и податоци

Концизна

Концизноста е неопходна поради следново:

1. Концизната порака му го штеди времето и на праќачот и на примателот
2. Концизноста придонесува во акцентирањето на најважните нешта, преку елиминирање на редундантните поединости.

ЈАСНОСТ



1. Јасноста значи откако ќе се прати пораката примателот ќе разбере што се обидувате да кажете
2. Сакате вашите пораки да бидат протолкувани на истиот начин и со истото значење какво што го имаат за вас

Неколку конкретни начини на кои пораките би биле појасни:

1. Изберете кратки, познати, лесно употребливи зборови.
2. Конструирајте ефективни реченици и пасуси.
3. Опфатете примери, илустрации, податоци.

Точност

1. Користење на вистинскиот јазик, факти, податоци и зборови.
2. Доколку информациите не се точно пренесени, ќе го изгубите кредибилитетот.
3. Не смее да се пренесува каква било порака, доколку не постои сигурност околу точноста.

Внимателност кон потребите на другите


- 1. Секоја порака се подготвува во согласност со потребите и очекувањата на целните групи, преку идентификација со нив.**
- 2. Справувајте се со темите/прашањата тргнувајќи од нивниот агол/став**
- 3. Но тоа не значи да се забораваат потребите на организацијата**

„Порака од една минута...“

 **Исказ**

 **Доказ**

 **Пример**

 **Повик за дејствување**

Развивање на порака

- Утврдување на потребите и приоритетите на публиката во контекст на целта
- Развивање на комуникациската цел или цели (што сакате тие – публиката да мисли откако ќе го чуе/прочита/види вашето интервју, презентација, кампања)

Развивање на порака

- Развивање на пораки за да се постигне комуникациската цел (ако сакам X да го мисли ова, јас ќе го речам ова: Y)
- Врамување на пораката во согласност со вредностите и уверувањата на публиката

И Н С Т И Т У Т



ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ