

✓ کارنیل، بزرگترین شبکه موفقیت ایرانیان می باشد، که افرادی زیادی توانسته اند با آن به موفقیت برسند، فاطمه رتبه ۱۱ کنکور کارشناسی، محمد حسین رتبه ۶۸ کنکور کارشناسی، سپیده رتبه ۳ کنکور ارشد، مریم و همسرش راه اندازی تولیدی مانتو، امیر راه اندازی فروشگاه اینترنتی، کیوان پیوستن به تیم تراکتور سازی تبریز، میلاد پیوستن به تیم صبا، مهسا تحصیل در ایتالیا، و..... این موارد گوشه از افرادی بودند که با کارنیل به موفقیت رسیده اند،

شما هم می توانید موفقیت خود را با کارنیل شروع کنید. برای پیوستن به تیم کارنیلی های موفق روی

لینک زیر کلیک کنید.

www.karnil.com

WWW.KARNIL.COM

۱۰۱ نکته کاربردی در ارتباط مؤثر

- ۱- شرکت را به بهسازی کلیه انواع ارتباط تشویق کنید.
- ۲- به این نکته توجه داشته باشید که کسانی که خوب ارتباط برقرار می‌کنند معمولاً مدیران خیلی بهتری می‌شوند.
- ۳- هنگام تلاش برای غلبه بر موانع طرف مقابل، لحن انتقادی نداشته باشید.
- ۴- رسانه خود را به دقت با پیام مورد نظر هماهنگ کنید.
- ۵- هر جا که ممکن است از تصاویر برای برقراری ارتباط استفاده کنید.
- ۶- هنگام ایستادن در کنار دیگران یک فاصله شخصی یک متری را با وی رعایت کنید.
- ۷- اگر دلشوره و نگرانی دارید، یک نفس آهسته و عمیق بکشید تا آرام شوید.
- ۸- اگر نمی‌دانید در خارج از کشور چگونه باید رفتار کنید از افراد محلی راهنمایی بگیرید.
- ۹- مراقب باشید چهره شما ناخواسته حالت خصمانه نداشته باشد.
- ۱۰- یک سری ایما و اشارات را جلوی آینه با خود تمرین کنید و ببینید کدام یک از آنها برای شما طبیعی تر به نظر می‌رسند.
- ۱۱- اگر سؤال خود را درست مطرح کنید، جواب درست خواهید گرفت.
- ۱۲- اگر فردی موقع صحبت اعتماد به نفس ندارد، سکوت کنید تا به صحبت کردن تشویق شود.

- ۱۳- ببینید چه می‌گوید، نبینید که می‌گوید.
- ۱۴- با فکر باز با صحبت‌های افراد برخورد کنید.
- ۱۵- برای جلوگیری از هر گونه سوءتفاهم هر چه سریع‌تر قول‌های داده شده را مکتوب کنید.
- ۱۶- اگر می‌خواهید پاسخ مشخص بشنوید، سوال خود را مشخص مطرح کنید.
- ۱۷- از سؤالات باز پاسخ استفاده کنید. این قبیل سؤالات نه تنها بینش خوبی نسبت به شخصیت طرف مقابل به شما می‌دهند، بلکه او را به پاسخ دادن تشویق می‌کنند.
- ۱۸- قبل از شروع جلسه فهرستی از سؤالات مورد نظر تهیه کنید.
- ۱۹- زمانی که می‌خواهید درباره سؤال بعدی خود فکر کنید از مکث کردن و اهمه نداشته باشید.
- ۲۰- برای ایجاد محیطی گرم و دوستانه تا آنجا که ممکن است با تن صدای طبیعی و عادی صحبت کنید.
- ۲۱- برای تقویت حافظه از تداعی معانی - به ویژه تداعی‌های جالب- استفاده کنید.
- ۲۲- هنگام مطالعه شرایط فیزیکی (از قبیل نور، دما، و غیره) باید کاملاً مناسب باشند.
- ۲۳- یادداشت‌های خود را زمانی که هنوز مطالب ثبت شده در ذهنتان تازه است مرور کنید.
- ۲۴- ابتدا متون داخل کتاب را علامت گذاری، و سپس یادداشت برداری کنید.

- ۲۵- نقشه ذهنی را با استفاده از رنگ و تصویر به یک اثر هنری زیبا تبدیل کنید!
- ۲۶- نکات کلیدی را با قلم شبرنگ مشخص کنید.
- ۲۷- همیشه هنگام سلام یا خداحافظی از جای خود بلند شوید. در این مواقع در جای خود نشستن به نوعی بی ادبی محسوب می‌شود.
- ۲۸- زمانی که بازخورد مثبت می‌دهید، دلایل تعریف و تمجید خود را بیان کنید.
- ۲۹- بگذارید کارکنان از تلاش شما برای انتقال اطلاعات باخبر باشند.
- ۳۰- اگر در مورد انتقال دادن یا ندادن اطلاعات دریافتی به دیگران بر سر دو راهی ماندید، بهتر است گزینه اول را انتخاب کنید.
- ۳۱- وقت خود را با کسانی که نمی‌خواهند منظور شما را بفهمند تلف نکنید.
- ۳۲- روی میز کار خود یک ساعت بگذارید تا بدانید چه مدت از وقت خود را صرف صحبت با تلفن می‌کنید.
- ۳۳- برای افزایش اثربخشی از سرویس‌های ویژه از قبیل «انتظار پشت خط» استفاده کنید.
- ۳۴- وقتی به کسی قول می‌دهید بعداً با او تماس می‌گیرید، حتماً این کار را انجام دهید.
- ۳۵- وقتی برای کسی پیغام تلفنی می‌گذارید حتماً در انتها نام و شماره تماس خود را مجدداً تکرار کنید.
- ۳۶- پیغام ضبط شده بر روی دستگاه منشی تلفنی را بنا به ضرورت عوض کنید.

۳۷- از توصیه متخصصان برای بهره برداری بهینه از تکنولوژی اطلاعات (IT) استفاده کنید.

۳۸- شیوه‌های جدید بهره برداری از اینترنت را آزمایش کنید.

۳۹- از ویژگی «پاسخ» e-mail برای تسریع در پاسخ گویی به پیام‌ها استفاده کنید.

۴۰- هنگام نوشتن نامه یا گزارش خواننده را پیش روی خود تصور کنید.

۴۱- نوشتن پاسخ‌های عادی و روز مره را به عهده یکی از دستیاران خود بگذارید.

۴۲- از لغات پیچیده، غیر مصطلح، یا مبهم استفاده نکنید. به کار بردن این قبیل لغات درک منظور را برای خواننده دشوار می‌کند.

۴۳- قبل از نوشتن نامه فکر خود را نظم بدهید و در صورت لزوم یادداشت بنویسید.

۴۴- دادن آزادی عمل بیش از حد بهتر از سلب بیش از حد آن است.

۴۵- از توجیه بیش از اندازه کارکنان اجتناب کنید تا آنها فرصت استفاده از ابتکار عمل خود را داشته باشند.

۴۶- اگر احساس کردید که نحوه توجیه پروژه مؤثر نبوده است، بلافاصله یک جلسه توجیهی دیگر ترتیب دهید.

۴۷- از کلیه مدعوین بخواهید با آمادگی کامل در جلسه حاضر شوند.

۴۸- به خاطر داشته باشید که «جلسه خوب» جلسه ای است که نتایج را در بر داشته است.

۴۹- به صحبت کارمندان خود گوش دهید. از طریق مربی‌گری یا مشاوره می‌توان به راه‌های مناسبی برای رفع نارضایتی دست یافت.

۵۰- نسبت به مشکلات کارمندان خود هشیار باشید. این مشکلات بر عملکرد آنها تأثیر گذار خواهند بود.

۵۱- کلیه اوراق مربوطه را قبل از شروع جلسه توزیع کنید.

۵۲- اگر جلسه ای عمدتاً برای تصمیم‌گیری تشکیل شده است، سعی کنید حتماً به اتخاذ تصمیم منتهی شود.

۵۳- اگر شما ریاست جلسه را بر عهده دارید، از این موقعیت به نفع خود استفاده نکنید.

۵۴- در صورت مقتضی از شوخی و مزاح برای رسیدن به اتفاق نظر استفاده کنید.

۵۵- حتماً محدوده زمانی هر یک از موضوعات دستور جلسه را رعایت کنید.

۵۶- به جای طولانی کردن صحبت سعی کنید سخنرانی خود را قبل از پایان وقت خاتمه دهید.

۵۷- پشتیبان‌های فیزیکی (یا حداقل ذهنی) در اختیار داشته باشید تا در صورت از کار افتادن وسایل سمعی - بصری بتوانید از آنها استفاده کنید.

۵۸- اگر سؤال کردن از شما روند سخنرانی را کند می‌کند، شما از مخاطبان سؤال

کنید.

۵۹- حداکثر بین ۲۰ تا ۴۵ دقیقه (یعنی به اندازه دامنه توجه یک فرد معمولی)

صحبت کنید.

۶۰- در صورت امکان یک سخنران معروف را به سمینار یا کنفرانس دعوت کنید.

۶۱- به طور منظم بررسی کنید که آیا کارکنان شما آموزش‌های مورد نیاز خود را

دریافت می‌کنند یا خیر.

۶۲- از سایر مدیران بپرسید که آیا مایلند در سمینار صحبت کنند یا خیر.

۶۳- اگر می‌خواهید محل جدیدی را برای برگزاری سمینار انتخاب کنید، از کسانی

که قبلاً از آن استفاده کرده‌اند بازخورد بگیرید.

۶۴- اگر می‌خواهید «فروش نرم» داشته باشید، منظور خود را به شکل سؤال

مطرح کنید.

۶۵- اعتراضات مشتریان بالقوه را به دقت گوش کنید - گاه سرنخ‌هایی به دست

می‌آورید که شما را در امر فروش کمک می‌کنند.

۶۶- از یکی از همکاران خود بخواهید نامه‌های تجاری شما را بخواند تا از واضح

بودن آنها مطمئن شوید.

۶۷- هر فروش را به عنوان یک تمرین مشترک میان خود و مشتری در نظر

بگیرید.

- ۶۸- اعضای تیم مذاکره را از بین تیپهای شخصیتی ذاتاً متفاوت انتخاب کنید.
- ۶۹- در مورد نتیجه مطلوب و نحوه رسیدن به آن به دقت فکر کنید.
- ۷۰- اطلاعات سودمند را با تامین کنندگان مبادله کنید. ممکن است در بلندمدت بتوانید معامله بهتری را انجام دهید.
- ۷۱- به یاد داشته باشید که اکثر اعتصابات کارکنان به دلیل عدم پرداخت حقوق و دستمزد است.
- ۷۲- رحم نکنید! کلیه کلمات غیر ضروری را از گزارش خود حذف کنید.
- ۷۳- گزارشها را متناسب با دانسته‌های خود در مورد خوانندگان تنظیم کنید.
- ۷۴- فرصت ارائه شفاهی گزارش به مخاطبان را از دست ندهید.
- ۷۵- از اظهارنظرها یا نتیجه گیری‌های بی اساس و بدون پشتوانه خودداری کنید.
- ۷۶- فهرستی از اسامی هم پیمان‌های خود را برای تنظیم طرح پیشنهادی و حمایت از آن تهیه کنید.
- ۷۷- صادقانه از خود سؤال کنید که چرا ممکن است یک طرح پیشنهادی با موفقیت، و طرح دیگر باشکست روبه رو شود.
- ۷۸- برای قبولاندن طرح پیشنهادی خود از تکنیک‌های فروش نرم استفاده کنید.
- ۷۹- در گزارش یا طرح خود از عناوین و شرح تصویرهای گویا و با معنی استفاده کنید - افراد این قسمت‌ها را اول می‌خوانند.

۸۰- در صورت امکان همیشه اسناد و مدارک را با استفاده از تصاویر رنگی، نمودار، و چارت تهیه کنید.

۸۱- بر مراحل کار طراحی نظارت مستمر داشته باشید تا در صورت نیاز بتوانید اشکالات را به موقع رفع و توضیحات لازم را به موقع ارائه کنید.

۸۲- قبل از تصمیم گیری نهایی در مورد آرم شرکت، نظر افراد موثق خارج از سازمان را جویا شوید.

۸۳- بیانیه‌های رسالت و چشم انداز را کوتاه و عملیاتی بیان کنید.

۸۴- وب سایت شرکت‌های بزرگ را چک کنید تا بفهمید دیگران چه می‌کنند.

۸۵- از کارمندان روابط عمومی بخواهید موقعیت‌های دشوار رسانه ای را رفع و رجوع کنند.

۸۶- هنگام برخورد با یک روزنامه نگار متخاصم خونسردی خود را حفظ کنید و چیزی نگویید که روابط عمومی خوب شما را خدشه دار کند.

۸۷- اگر اخبار بدی شنیدید، واقعیت را بپذیرید و دیگران را نیز به قبول آن تشویق کنید.

۸۸- اگر می‌خواهید نظر برخی روزنامه‌ها و مجلات را به خود جلب کنید، قبلاً آنها را بخريد و مطالعه کنید.

۸۹- طوری جلوی دوربین و میکروفون قرار بگیرید که گویی در مقابل دوستان صمیمی خود هستید.

- ۹۰- اگر روابط خوبی با مطبوعات دارید، به نحو احسن از آن استفاده کنید.
- ۹۱- محصول شما باید با وعده‌هایتان مطابقت داشته باشد، در غیر این صورت تبلیغات موفقیت آمیز نخواهد بود.
- ۹۲- آگهی‌های تبلیغاتی خود را با هدف ایجاد حداکثر تاثیر مطلوب برنامه ریزی کنید.
- ۹۳- تا می‌توانید خلاق باشید - با بودجه اندک نیز می‌توانید موفق شوید.
- ۹۴- از طریق تشکیل جلسه با مصرف‌کنندگان می‌توانید قبل از انتشار آگهی تأثیر آن را تست کنید.
- ۹۵- در گردهمایی‌های دوستانه محیط کار شرکت کنید تا بتوانید از کارکنان بازخورد غیررسمی بگیرید.
- ۹۶- برای استفاده از تکنیک‌های رسانه ای قابل استفاده در داخل سازمان از افراد حرفه ای مشاوره بگیرید.
- ۹۷- برای جلب توجه بیشتر کارکنان، آرم شرکت را روی کلیه لوازم التحریر شرکت درج کنید.
- ۹۸- ببینید کدام یک از همکاران بیش از همه در برقراری ارتباط مهارت دارند.
- ۹۹- اگر می‌خواهید از کارکنان خود پاسخ‌های صریح و صادقانه دریافت کنید، صریح و صادقانه با آنها صحبت کنید.

۱۰۰- گاهی اوقات بیش از یکی دو مورد شکایت در خصوص موضوعی واحد

میتواند حاکی از نارضایتی عمومی باشد.

۱۰۱- اگر فقط بازخورد مثبت می‌گیرید، احتمالاً همه حقایق را به شما نمی‌گویند.

منبع: ارتباط موثر

نویسنده: رابرت هلر

مترجم: سعید علیمیرزایی

گردآوری و تدوین: محمد افشار

وبلاگ گروه فروش ۵۲۵۱۱

وبلاگ جامع بازاریابی، فروش، مدیریت، موفقیت، کارآفرینی و تبلیغات

www.52511.mihanblog.com



در کانال تلگرام کارنیل هر روز انگیزه خود را شارژ کنید 😊

<https://telegram.me/karnil>

