PP® Poradca podnikateľa

MESAČNÍK PRE OSOBNÝ A PROFESIONÁLNY RAST

Zisk manažment je mesačník, ktorý čitateľom prináša praktické informácie a návody na to:

- ako viesť a riadiť firmu,
- ako úspešne podnikať,
- ako nájsť správnych zamestnancov,
- ako ich motivovať inou ako finančnou formou,
- ako odhaliť povaľačov,
- ako hodnotiť a odmeňovať,
- ako vybudovať dobré meno firmy,
- ako na trhu preraziť a ochromiť konkurenciu,
- ako pri podnikaní ušetriť,
- ako sa úspešní stali úspešnými,
- ako byť spoločensky zodpovedný,
- ako si získať a udržať zákazníka,
- ako zákazníka nestratiť,
- ako robiť marketing (nielen) na internete,
- ako na sociálne siete,
- ako riadiť seba a svoj profesionálny rast,
- ako sa stať lídrom,
- ako profesionálne „nevyhorieť".

Manažérom, personalistom, marketérom a podnikateľom poskytuje praxou overené rady a nápady, ktoré smerujú k zvyšovaniu zisku v podniku. Viac o mesačníku Zisk manažment nájdete na www.ezisk.sk.

VŽDY SA NÁJDE DIERA NA TRHU, KDE UVIDÍTE ZISK

www.ezisk.sk

SCHOPNOSŤ SPRÁVNEJ KOMUNIKÁCIE MÁ VPLYV NA DOSAHOVANIE CIEĽOV A ÚSPEŠNÉ PROJEKTY II.

„Ak to nevieš vysvetliť jednoducho, dostatočne tomu nerozumieš." Táto myšlienka Alberta Einsteina v sebe skrýva jeden zo základných princípov komunikácie.

Na začiatku profesnej kariéry som sa síce snažil efektívne komunikovať, no cítil som, že ľudia nedostatočne „kupovali" to, čo som im hovoril. Dnes už viem, že mojím problémom nebola zlá komunikácia. Ľudia jednoducho vycítili, že v danej téme nemám dostatočné skúsenosti. Pravidlo je jednoduché – ak niečomu nedostatočne rozumieš a nemáš to zažité, len lepšia komunikácia nestačí. **Komunikácia sama osebe nie je cieľ.** Je to len prostriedok, ktorým dosahujeme ciele. Práve tým sa odlišuje komunikácia od zbytočného rozprávania. Jej cieľom je zabezpečiť, aby sa niečo udialo. Ak chcem, aby som dosiahol svoj cieľ, je nutná príprava. Každá komunikácia by mala mať definovaný cieľ, jasný proces a sumarizáciu na záver. Pre správne definovanie cieľa komunikácie sa spýtame otázku: **„Čo chcem, aby druhá strana po ukončení našej vzájomnej komunikácie urobila?"**

AKO REAGUJEM V KRÍZOVÝCH SITUÁCIÁCH?

Ak poznám, ako reagujem v krízových situáciách, viem predpokladať, čo môže nastať, ak sa komunikácia nebude vyvíjať podľa plánov. Dôležité je poznať druhú stranu. Pre každého je krízová situácia niečo iné. S rastúcimi skúsenosťami a sebahodnotou sa hranica vnímania situácie ako krízovej zvyšuje. Ak už krízová situácia nastane, väčšina z nás reaguje rovnako: útok alebo útek. Najčastejšie emócie spojené s krízovou situáciou sú strach, frustrácia, nenávisť, zlosť a nechuť. **V komunikácii platí ďalšie zlaté pravidlo: „Je jedno, čo sa deje, dôležité je, ako na to zareagujem. "** Reakcia na akúkoľvek situáciu je postupný proces nasledujúcich pochodov.

EMÓCIE

Ako by ste reagovali, ak by ste si ráno z ničoho nič v mailoch našli informáciu o tom, že od dnešného dňa sa predlžuje váš pracovný deň na 12 hodín. Emócie sa vždy prejavia ako prvé. V danej situácii nie sme schopní vnímať realitu, no emócie sa prejavia naplno. Ovládať ich je náročné. V pracovnej komunikácii je schopnosť ovládať emócie veľmi prínosné. Napr. označiť šéfa za neschopného „manažéra" pred celým tímom je síce voľným prejavom emócií, ale pravdepodobne to riešeniu situácie nepomôže. Až keď prebehne 1. fáza emócií a aspoň čiastočne ich spracujeme, začíname vnímať skutočnú realitu. Práve túto vlastnosť majú skúsení manažéri veľmi dobre vycibrenú. **Schopnosť zachovať si chladnú hlavu a nepodľahnúť emóciám im pomáha lepšie a efektívnejšie sa rozhodovať v krízových situáciách.** U niekoho tento proces prebieha počas niekoľkých sekúnd, u iného počas niekoľkých dní. U niekoho sa zastaví vo fáze emócií a už nevie ďalej pokračovať. Zablokuje sa voči akejkoľvek komunikácii a tvári sa ako ukrivdený či urazený. Človek jednoducho vybuchne a jeho logika zostáva v danej situácii zablokovaná. Nie je schopný komunikovať racionálne a rozumne. Otázka znie, komu tým škodí najviac.

LOGIKA

V 2. fáze spracúvame informáciu hlavou – logikou. **Dokážeme vnímať realitu a začíname racionálne uvažovať. Snažíme sa situáciu pochopiť a analyzujeme ju.** Pýtame sa, čo pre mňa bude znamenať 12-hodinový pracovný týždeň? Je to vtip či realita? Prečo som túto informáciu obdržal emailom a nie ako nové firemné nariadenie? Je takéto nariadenie v súlade so Zákonníkom práce? V tejto fáze zohrávajú dôležitú rolu skúsenosti. Rozvaha a vnímanie situácie prináša vyššiu pravdepodobnosť úspešného zvládnutia náročných situácií. **Ak vie manažér rýchlo, flexibilne a s nadhľadom riešiť krízové situácie, je žiadaný.** Práve takýto človek má na trhu vysokú hodnotu, pretože eliminuje straty a nastavuje cestu riešeniam.

POSTOJ

3. fáza určuje, či z danej situácie vyjdeme ako víťazi alebo ako porazení. **Náš postoj predurčuje naše reakcie na každú situáciu.** Ak sme nastavení negatívne, budeme správu o 12-hodinovom pracovnom dni vnímať ako najvyššiu krivdu vesmíru. Na druhej strane, realistické vnímanie

nám môže ukázať informáciu v iných súvislostiach. Možno sa práve rozhoduje o novom potenciálnom projekte, na ktorom treba momentálne viac pracovať. A 12-hodinový pracovný deň je len dočasné riešenie a po skončení projektu bude mať firma lepšiu stabilitu na trhu.

Ak máme nesprávny postoj, naše reakcie budú vychádzať z nesprávneho vnímania reality.

AKCIE – ČINY

Akcie, ktoré realizujeme v praxi, sú len odrazom spracovania informácie v predchádzajúcich krokoch. Našimi emóciami, logikou a postojom. Ak poznáme proces, ako reaguje bežný človek v krízových situáciách, očakávame jeho adekvátne reakcie a nie sme zaskočení. Tu hrá dôležitú rolu práve empatia. **Schopnosť vcítiť sa do „kože" druhej strany je v komunikácii veľmi nápomocná.** Mnoho ľudí si mýli empatiu s prenášaním zodpovednosti na seba. **Pozor!!! Pochopiť a porozumieť druhú stranu neznamená preniesť zodpovednosť na svoje plecia a „nakúpiť jej problémy".** Túto chybu robia najmä noví manažéri, ktorí sa boja komunikovať nepríjemné informácie a rozhodnutia svojmu tímu. Nekomunikujú jasno a zreteľne, pretože nechcú byť vnímaní negatívne. Radšej zvolia na prvý pohľad jednoduchšiu alternatívu a komunikujú tzv. polopravdy. **V akejkoľvek komunikácii nie je nič horšie ako nejasnosť a zahmlievanie.** Ak ma raz tlačia topánky, pretože sú malé – ony sa samy nezväčšia. **V krízových situáciách zohráva dôležitý faktor úspechu v komunikácii zrelosť a integrita človeka.** Zrelý líder vníma situáciu z nadhľadu, v súvislostiach a zaujíma sa aj o hodnotu človeka. Na druhej strane som bol niekoľkokrát svedkom, keď nový manažér v krízovej situácii konal stresovo a bez rozmyslu. Zameriaval sa len na svoj výsledok a ľudí vo svojom tíme bral len ako prostriedok na dosahovanie jeho osobných cieľov. Noví manažéri často nevedia, ako majú reagovať, pretože v podobnej situácii ešte nikdy neboli a nikto im nedal žiadnu podporu.

SPRÁVNA KOMUNIKÁCIA MÁ ZÁSADNÝ VPLYV NA DOSAHOVANIE CIEĽOV A ÚSPEŠNOSŤ PROJEKTOV

Nedávno sme riešili chaotickú situáciu vo firme, kde práve prebehlo zlúčenie 2 firiem do jednej organizačnej jednotky. Každá z firiem mala síce takmer totožný predmet podnikania, ale boli zvyknuté na iný systém riadenia a komunikácie. Nový manažment podcenil informovanosť o celom projekte a keďže ľudia nemali dostatok informácií, nastal chaos. Nálada bola pesimistická a ľudia nevedeli, aká bude ich ďalšia budúcnosť. Nedôvera sa prejavila nielen na znížení produktivity, ale aj ziskovosti firmy.

zisk

Práve na projektoch sa často zabúda na efektívnu komunikáciu a jej význam sa dlhodobo podceňuje. Aké sú najčastejšie chyby v komunikácii na projektoch?

1. Chýbajú pravidlá komunikácie na projekte – je dôležité definovať komunikačnú maticu, ktorá prehľadne definuje kto, s kým, kedy a o čom by mal komunikovať.
2. Nesprávne pochopenie komunikácie – vychádza práve z povrchnej komunikácie a nedostatočnej dôvery v tíme. Ak sa ľudia boja pýtať, aby nevyzerali blbo, problém má celý tím a firma.
3. Komunikácia na úrovni pocitov a emócií, nie v rovine faktov – ak sa v komunikácii nevieme oprieť o jasné čísla, skôr či neskôr sa stane osobnou. Je veľký rozdiel povedať kolegovi: „Dnes to bolo o ničom. Tvoja produktivita bola slabá." Alebo... „Dnes si pracoval na 95 %, ale mal som problém s dodávkou materiálu. Pozrieme sa na to, aby si zajtra mohol pracovať v poriadku a dosiahnuť plán."
4. Miešanie pracovných a súkromných komunikácií – hranica je veľmi tenká a nie vždy sa ju darí ustáť. Preto je potrebné mať definované ciele komunikácie.
5. Nepočúvanie svojho tímu a nedostatok času na osobnú komunikáciu – ak si manažér nenájde čas na komunikáciu problémov a vízií svojho tímu, stráca preň ľudskú aj profesionálnu hodnotu. Tím sa po čase začne pýtať jednoduchú otázku: „Na čo tu toho šéfa vôbec máme?"

MALÝ TEST KOMUNIKÁCIE NA ZÁVER:

Ako mi funguje môj súčasný model komunikácie?

1. Som spokojný vo svojej práci?
2. Mám dostatočný rešpekt?
3. Majú ma ľudia okolo mňa „radi" alebo sa mi radšej vyhýbajú?
4. Chodia si ľudia za mnou pýtať radu, pomoc alebo podporu?
5. Dosahujem svoje ciele s inými ľuďmi v pohode, bez stresu a pokojne?
6. Komu som naposledy pomohol?
7. Kto mi naposledy poďakoval? ■

Autor: Peter Minárik, COMM-PASS

COMM-PASS
...enjoy your change
zmena je život - život je inšpirácia
tréningy a poradenstvo | www.commpass.sk