

# האם התקשורת עם עובדיך יעילה מספיק?

בעידן של הצפת המידע וסביבות עבודה מרובות משימות, אנו נדרשים לטפל בלא מעט דברים בו זמנית - מה שמקצר את זמן הטיפול בכל משימה ♦ לכן, יש צורך לייעל את דרכי התקשורת בארגונים, על מנת לקצר את זמן העבודה ולחדד את המסר ♦ כיצד מדברים ישר ולעניין?



יש לא מעטים שיגידו, כי התבנית הזו לא מתאימה להם. הם לא יודעים להתנסח בחדות כל כך, ולא מסוגלים להעביר הרבה מסרים במעט שקפים. עצתו של המומחה היא אל תתייאשו. נסו את זה לבד, מול עיניכם, ותרגלו את זה עם חברים קרובים. אתם פשוט עדיין לא יודעים שאתם מסוגלים לך.

עצה נוספת היא, שבכל תקשורת שאתה מייצר - בעל-פה, מיילים, טלפונים או מצגת - יש לקחת בחשבון שהמוקד הוא המאזין שלך, הקהל, ולא חלק מהמסר שלך. במילים אחרות, אל תתאהב ברעיונות שלך. זכור תמיד שיש אנשים שהטריחו את עצמם כדי לשמוע אותך, ומגיע להם לקבל מידע מזוקק, קצר ולעניין. כך, עליך להיות ממוקד יותר, ולענות על הציפיות שלהם ולא בהכרח על שלך. שחרר להם את המידע שהם צריכים לדעת, לא פחות ולא יותר.

עצות אלו תקפות לא רק למצגות והרצאות פרונטליות. הן נכונות לגבי כל סוג של תקשורת, ובמיוחד לגבי הפופולרי מביניהם - הדואר האלקטרוני. כבר נעשו לא מעט מחקרים בעולם שמראים שעם כל התועלת שיש בדואר אלקטרוני, הוא מהווה גורם מספר אחד לאיבוד זמן יקר של עובדים ומנהלים. ריבוי המיילים שכולנו מקבלים בכל רגע נתון מהווה מעמסה לא פשוטה, והתגובה הטבעית היא "לנקות את המייל" - לענות לכותבים, להשיב על שאלות ובמילים אחרות לשרוף שעה מהחיים, ולעיתים אפילו יותר מפעם אחת ביום. עדיין לא מצאו תקשורת טובה יותר, אבל אפשר בהחלט למצוא דרכים לקצר את אורך המסרים. חוסר על זמנם של הנמענים שלכם. אל תשכחו לרגע, כי זהו מעגל סגור, שברגע אחד אתה מייגע אנשים במסרים לא ברורים ובעוד רגע אתה בעצמך תהיה הקורבן של זה. ובקיצור: ישר ולעניין.

האם העובדים שכפופים לך מתקשרים איתך בצורה יעילה? האם הם נוטים לרדת ליותר מדי פרטים, מדברים הרבה ומקשיבים מעט? האם הם נוטים להיכנס לדיונים ועימותים בטרם הבינם במה המדובר? שאלות אלו ואחרות מטרידות לא מעט ארגונים, שם קיימת היררכיה של קבוצות עבודה עם מנהלים שמתקשרים באופן שוטף עם הכפופים להם. בעידן של הצפת המידע וסביבות עבודה מרובות משימות, אנו נדרשים לטפל בלא מעט דברים בו זמנית - מה שמקצר את זמן הטיפול בכל משימה. אחד מזוללי הזמן הגדולים ביותר הוא אורך השיחות, בעל-פה או בכתב. גם מהות השיחות עומדות כאן לדיון - האם הן ממוקדות? האם הן מובילות לקידום התהליכים לכיוון התוצאה הסופית? זולל זמן אחר הן אותן ישיבות שלא מסתיימות לעולם, עמוסות לעייפה במצגות שהוכנו על ידי בעלי עניין, אשר כל מטרתם היא להרשים את הבוסים בהיקף העשייה שלהם. בתוך שניות אתה מבין, כי ניתן היה לחסוך, או להעביר בצורה אחרת חלק גדול מהמידע שהוצג בפניך. הוכחה חיה למציאות זו, שעיקרה בזבוז זמן, היא התערבותו של המנכ"ל במהלך המצגת של העובד בדמות מכול שאלות לא מובנות. זה סימן שלא הכנת שיעורי בית והרגזת את הבוס בשריפת זמן יקר לחינם. השאלות האלו הטרידו גם את בוב קנטור, בעל טור במגזין המקוון CIO ומנמ"ר ותיק בעצמו. הוא ניסח כמה שאלות בנושא זה לרשת החברתית לינקדאין. לדבריו, בתוך כמה ימים קיבל עשרות תשובות שונות מגורמים רבים בתעשייה. השאלה המרכזית שלו הייתה, "כיצד מייצרים תקשורת יעילה וטובה עם העובדים שלך?" את התשובות ריכז קנטור בצרור עצות שהעלה לאתר שלו. להפנים ולשמו.

העצה הראשונה היא תמיד לחפש במסר שלך את הנקודה החשובה. קנטור משתמש במושג שקיים בעולם התקשורת, באשר לכללי הכתיבה העיתונאית. הכלל אומר "אל תקבור את הליד". כלומר, אם יש לך מסר מרכזי שאתה רוצה לומר, הוא צריך להיות בהתחלה - אל תחביא אותו בין השורות. הוא מסביר שזה משול לכותרת, כותרת משנה ותחילת טקסט בכל ידיעה עיתונאית. סביר להניח, כי זה הדבר שרובנו קוראים קודם כל, ואם זה מעניין, ממשיכים הלאה. המנכ"ל או הבוס אליו אתה פונה משול לאותו קורא שמוצף במידע. הוא מחפש את הנושא שמעניין אותו, זה שיגרום לו להמשיך לקרוא. אם פספסת את הנקודה הזו, סביר להניח שלא תקבל תשובה מהירה, אם בכלל.

טיפ שני המבוסס על הכלל הזה מתייחס למצגות - הן צריכות להיות ממוקדות. קנטור מציע חמישה עד שישה שקפים לכל היותר: שקף ראשון הוא הכותרת של המצגת, שקף שני מציג את העמודים הבאים, ואילו הבאים אחרים צריכים לכלול את נושאי הליבה וסיכום. אולם,

**בחר פורום נבחר**  
**וקבל תיק שתבחר!**  
הצטרפו לאחד מפורומי הידע וקבלו  
תיק מקצועי מדליק  
**מתנה איכותית מבית Crumpler**  
להצטרפות לפורומים ליישום  
ופרטים 03-7330773

## פורומי הידע של המקצוענים

### מפגשים, הרצאות, דיונים

# Networking-1