

هفت روش ارتباط ساده و روشن با دیگران

چند بار در یک روز ایمیل می‌زنید، قرار ملاقات می‌گذارید، در نشست‌های مختلف شرکت می‌کنید، با تلفن صحبت می‌کنید، گزارش تهیه می‌کنید، سخنرانی می‌کنید، با دیگران بحث و گفتگو می‌کنید و خیلی چیزهای دیگر؟ همه‌ی آن مربوط به ایجاد ارتباط می‌شود.



چند بار در یک روز ایمیل می‌زنید، قرار ملاقات می‌گذارید، در نشست‌های مختلف شرکت می‌کنید، با تلفن صحبت می‌کنید، گزارش تهیه می‌کنید، سخنرانی می‌کنید، با دیگران بحث و گفتگو می‌کنید و خیلی چیزهای دیگر؟ همه‌ی آن مربوط به ایجاد ارتباط می‌شود.

عده‌ای از ما و شاید همه‌ی ما بعضی از روزهای خود را فقط با ارتباط گرفتن با دیگران سپری می‌کنیم. خب با این خیل عظیم ارتباطاتی که ما انسان‌ها با یکدیگر داریم، چه طور می‌توانیم خلاقیت و حس مشارکت خود در ایجاد ارتباط با دیگران را افزایش دهیم. مهم است که ما انسان‌ها می‌توانیم به بهترین، ساده‌ترین و روشن‌ترین شیوه‌ها با مردم ارتباط برقرار کنیم و این کار شدنی است.

این مقاله در حقیقت هفت راه ایجاد ارتباط ساده و روشن با دیگران را بیان می‌کند و از حرف انگلیسی C برای آن بهره می‌برد؛ به طوری که از «هفت سی» برای صحبت با دیگران سخن می‌گوید. این نوشتار مدعی است که با این هفت سی می‌توانید در سازنده‌ترین شیوه‌های ارتباطی، پیام خود را به مخاطبتان منتقل نمایید.

یک مکالمه و ارتباط خوب به این «هفت سی» نیازمند است:

- شفافیت و سادگی (Clear)

- موجز، فشرده و خلاصه (Concise)

- واضح (Concrete)

- صحیح (Correct)

- منسجم (Coherent)

- کامل (Complete)

- مودبانه (Courteous)

ما در این نوشتار به این هفت راه ارتباطی نگاهی خواهیم انداخت و هر کدام را با مثال‌هایی واقعی از رفتار صحیح و ناصحیح همراه خواهیم کرد:

شفافیت و سادگی: وقتی با کسی صحبت می‌کنید، لطفاً منظور و هدف خود را به وضوح و روشنی بیان کنید. هیچ گاه موضوع را دور سرتان نچرخانید و سعی کنید به او بفهمانید که هدفتان از ایجاد ارتباط با او چیست؟ اگر شما مطمئن نیستید که از طرف مقابلتان چه می‌خواهید، مسلماً او نیز در پاسخ به ارتباط شما مردد خواهد بود.

برای این که گفت‌وگویی ساده و شفاف داشته باشید، تعداد ایده‌ها و خواسته‌های خود در یک جمله را کاهش بدهید یعنی حرف و ایده خود را به سادگی به طرف مقابل بفهمانید. این یعنی مطمئن شوید مخاطب شما معنی اصلی حرف‌های شما را گرفته است. قرار نیست مردم برای فهمیدن منظور شما به لغت نامه مراجعه کنند یا مجبور شوند برای فهمیدن شما صحبت‌هایتان را بنویسند!

مثال از ارتباط بد:

سلام، جان

می خواهم چند نکته درباره‌ی دانیل به تو بگویم که در اداره‌ی شما مشغول به کار است؛ حواست باشد این دانیل ما پسر خوبی است و اصلاً یک سرمایه است؛ خیلی دوست دارم وقتی دیدمت بیشتر راجع به او با تو صحبت کنم.

قربانت اسکپ

خب این ایمیل چه چیزی می‌خواست بگوید؟ معلوم نیست که ما خیلی مطمئن نیستیم چرا که چند دانیل در اداره‌ی طرف مشغول به کارند، جان نمی‌داند طرفش راجع به کدام دانیل صحبت می‌کند.

نکته‌ی بعدی این است که دلیل تعریف و تمجید از دانیل چیست؟ مگر او چه کرده؟ جان حق دارد که ایمیلی بزند و علت این همه تعریف را جویا شود.

نکته‌ی آخر این که اصلاً دلیل این ایمیل چیست؟ هدف اسکپ از تبلیغ برای دانیل چیست؟ در این مکالمه هیچ هدفی دیده نمی‌شود.

مثالی از ارتباط خوب:

سلام جان

ببین جان خیلی سریع می‌خواهم نکاتی درباره‌ی دانیل کدار برای تو بگویم، همان دانیل که در اداره‌ی شما کار می‌کند... او خیلی کارمند خوبی است چون می‌دانم چند پروژه IT را در مهلت بسیار کمی به سرانجام رساند. ما می‌توانیم روی کمک و تخصص او حساب کنیم چراکه در سه ماه آینده در زمینه‌ی کاری او پروژه‌ای داریم. آیا می‌توانیم از تجربیات او استفاده کنیم؟
خیلی خوشحال می‌شوم در اولین فرصت درباره‌ی دانیل و تخصص او با تو صحبت کنم

باتشکر، اسکپ

این مثال دومی خیلی روشن بود و خواننده را در شناسایی هدف کمک می‌کرد.

خلاصه گویی: وقتی در یک مکالمه به خلاصه گویی تن در می‌دهید یعنی می‌خواهید هرچه سریع‌تر و با صرف کمترین انرژی و زمان بر سر اصل مطلب بروید. وقتی شما می‌توانید منظور خودتان را در سه جمله بیان کنید، مخاطبان گناه نکرده که باید آن را در شش جمله از شما بشنود! برای این کار به نکات زیر توجه کنید:

دقت کنید کدام کلمات را می‌توانید از گفتار یا نوشتار خود حذف نمایید. می‌توانید کلماتی مثل ببین، در واقع، به قول گفتنی، یک چیزی مثل، فرضاً، واقعاً، اصولاً و منظورم اینه که ... را به راحتی حذف کنید.
ببینید کدام جملات را هم می‌توانید بردارید.
سعی کنید به جمله یا یک منظور را به ده شکل ممکن بیان نکنید، یک بار بگویید و خلاص شوید.

مثال بد:

سلام مت

برای مزاحمت ایجاد کردم تا در مورد مساله‌ای با تو گفت‌وگو کنم و آن درباره‌ی کمپین بازاریابی از طریق پست الکترونیک است که هفته‌ی پیش به ذهنم خطور کرد. من حقیقتاً معتقدم بازار هدف ما به طور واضح و مشخص، به دنبال این است که تلاش‌های شرکت ما را در قبال خود مشاهده نماید. من مطمئنم چنین کاری از جانب شرکت ما می‌تواند تاثیراتی بس مثبت بر جای بگذارد و این موضوع می‌تواند بیش از هر تلاش دیگری در اذهان مشتریان رسوخ نماید.
به عنوان مثال باید بگویم اگر درباره‌ی ثبات بخشی به شرکت صحبت کنیم، یکی از راه‌های کمک به بنیادهای خیریه از طریق مدارس محلی است. بدین ترتیب است که مردمی که ما به دنبال جلب توجه و نظر آنها هستیم به راحتی پیام ما را دریافت خواهند کرد.

تو چه فکر می‌کنی؟

همان طور که فهمیدید این ایمیل خیلی طولانی و البته تکراری است و بسیاری از جاهای آن را به راحتی می‌توان حذف کرد.

مثال خوب:

سلام مت

من خیلی سریع می‌خواهم درباره‌ی بازاریابی از طریق ایمیل نظر تو را بدانم. این نوع بازاریابی به ارتقای سطح شرکت ما کمک می‌کند بخصوص درباره‌ی کمک به بنیادهای خیریه از طریق مدارس محلی. این موضوع می‌تواند تاثیرات مثبتی داشته باشد و در اذهان ماندگاری بیشتری برجای بگذارد.
تا نظر تو چه باشد؟

جسیکا

وضوح : وقتی حرفی که به دیگران می‌زنید واضح است دیگران هم می‌دانند شما چه می‌گویید و چه می‌خواهید. این وضوح دارای جزئیات هم است (البته نه زیاد)، حقایق و نکات اصلی در آن مشخص است. وضوح در کلام مانند اشعه‌ی لیزر است که تنها به یک نقطه متمرکز می‌شود و به دیگر نقاط منحرف نمی‌شود.

مثالی از ارتباط بد:

شما با این کیف های ناهار دیگر مشکل وقت نخواهید داشت!
تبلیغات این چینی هرگز تعداد زیادی از کیف‌های شما را به فروش نمی‌رساند چون نه واضح است و نه هیچ اطلاعات خاصی درباره‌ی محصول شما در آن دیده می‌شود. نه احساساتی در آن است و نه انگیزه‌ای برای خرید در خریدار ایجاد می‌کند.

مثالی از ارتباط خوب:

دیگر لازم نیست زمان زیادی صرف آماده کردن غذا برای فرزندانان بکنید. تنها غذای بچه‌ها را از یخچال درآورده و به این کیف‌ها بسپارید. دیگر فرزند شما وقت خود را صرف تفریح و بازی می‌کند نه گرم و سرد کردن آن.
این مثال بهتر است چرا که به شنونده اجازه می‌دهد درباره‌ی محصول شما تصویرسازی کند. این تبلیغات جزئیات بیشتر و در زمان مناسب در اختیار مشتری قرار می‌دهد.

صحت: وقتی صحبت شما صحیح و درست باشد، مخاطب را جذب می‌کند چرا که یک گفت‌وگو و ارتباط سالم عاری از اشتباه است.

باید دقت کنید کلمات تکنیکی و تخصصی که استفاده می‌کنید درست باشد و در این مورد گاف ندهید.
بهتر است نگارش خود را اصلاح کنید تا هیچ گونه غلط املایی نداشته باشید. داشتن غلط املایی خیلی اتفاق بدی است.
دقت نمایید همه‌ی اسامی و مکان‌ها را درست بگویید یا بنویسید.
نویسنده در اینجا مثالی از انواع غلط‌های املایی در یک مکالمه را آورده است. مانند استفاده از کلمه conservation به جای conversation به معنی گفت‌وگو

انسجام: توجه داشته باشید وقتی مکالمه شما منسجم باشد پس بدون شک منطقی هم هست. همه‌ی اجزای آن به یکدیگر و از همه مهمتر به موضوع اصلی مرتبط است. لحن گفتگو نیز در انسجام موضوعی کلام بسیار موثر است.

کامل بودن: در یک مکالمه کامل، مخاطب شما هر آنچه لازم است بدون کم و کاست از شما دریافت می‌کند. هیچ اطلاعاتی ناقص به او نمی‌رسد و او بر اساس گفته‌های شما می‌تواند فکر کرده یا تصمیم بگیرد.

اگر صحبت شما درخواستی برای انجام کار یا عملی دارد، آن را به خوبی منتقل کنید تا مخاطب بداند چه کاری باید انجام دهد.
آیا همه‌ی نام‌ها، نشانی‌ها، تاریخ‌ها، زمان‌ها و مکان‌ها را به درستی منتقل کرده‌اید تا طرفتان گیج نشود؟

مثالی از ارتباط بد:

سلام به همگی
از همین الان به همه شما قرار فردا را یادآوری می‌کنم!
با تشکر تیم

اصلاً مشخص نیست قرار فردا کجاست؟ مربوط به چه زمانی است؟ تیم یک گروه را بدون هیچ اطلاعات به دردبخوری به حال خود رها کرده است.

مثالی از ارتباط خوب:

سلام به همگی
مفتخرم به شما قرار فردا را یادآوری کنم. بحث درباره‌ی کنفرانس ارتباطات است که راس ساعت 7 صبح در محل اطاق همایش‌ها برگزار می‌شود. لطفاً حضور یا عدم حضور خود را اعلام کنید.
با تشکر تیم

رعایت ادب: یک ارتباط مودبانه، دوستانه است. این ارتباط صادقانه نیز است. در یک ارتباط مودبانه هیچ توهین مخفی و مستتر در جملات یا متلک وجود ندارد.

مثالی از ارتباط بد:

سلام جف
می‌خواهیم بدانی که ما خوشمان نمی‌آید در ملاقات‌های هفتگی، این شما باشید که دائماً حرف می‌زنید. ما هم پروژه‌ها و حرف‌های زیادی برای گفتن داریم و دوست داریم در جلسات آنها را بازگو کنیم. اگر مطمئن هستی که وقت کافی در اختیار من و گروه قرار می‌دهی ما در جلسه شرکت می‌کنیم.

باتشکر فیلیپ

همان طور که فهمیدید این یک ایمیل نبود یک جنگ بود. نه به طور کامل مودبانه بود و نه احساسات خوبی در آن وجود داشت.

مثالی از ارتباط خوب:

سلام جف
هفته‌ی گذشته و طی ملاقات هفتگی که داشتیم گروه شما بهترین عملکرد را درباره‌ی ارائه‌ی برنامه‌ها و طرح‌های خود داشت. از تو خواهشی داشتم؛ می‌خواستم این هفته به گروه ما نیز اجازه صحبت داده شود چرا که ما نیز طرح‌های خوبی داریم.

منبع: mindtools