

# Основы эффективной коммуникации



**Умение общаться с людьми такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире.**

***Дж. Рокфеллер***



# Дефицит «живого» общения

collaboration  
SUCCESS  
BUSINESS



# Сила «живого» воздействия

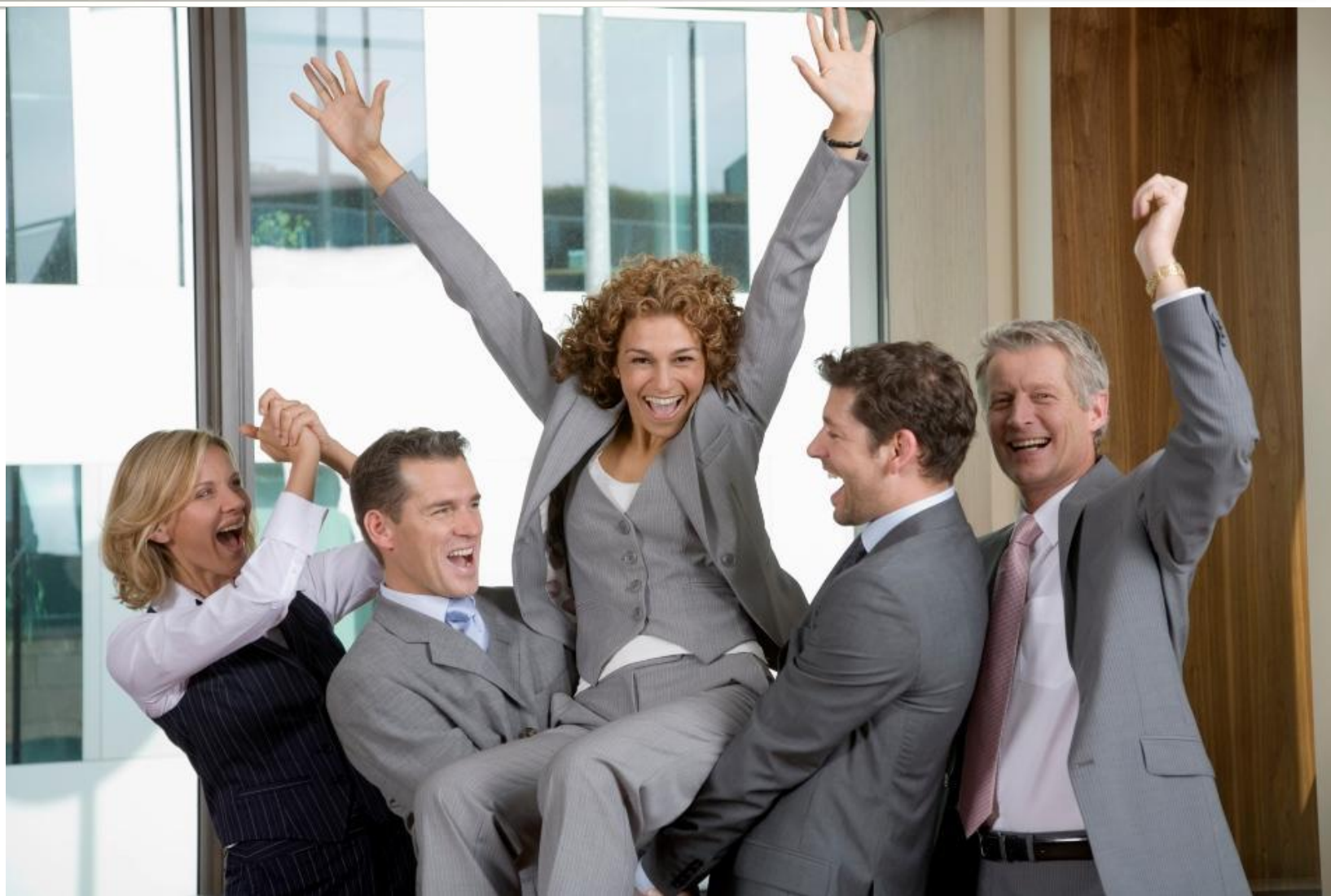
collaboration  
SUCCESS  
BUSINESS



# Успешность карьеры

collaboration

SUCCESS  
BUSINESS



# ИЗДЕРЖКИ ПЛОХОИ КОММУНИКАЦИИ И BUSINESS

## СЕРВИСА



# Востребованность

BUSINESS

# на рынке труда



# Цели общения: BUSINESS

- дать определенную информацию;
- побудить к действию;
- произвести впечатление
- доложить результат;
- поддержать компаник





## Коммуникативная триада

Оратор

Тема

Аудитория

# Личностно- профессиональные качества оратора

- Ориентированность на результат;
- Ориентированность на людей;
- Коммуникативная компетентность;
- Логичность и креативность мышления;
- Стремление к самосовершенствованию;
- Харизматичность.



# Парадоксально, **BUSINESS** но факт...

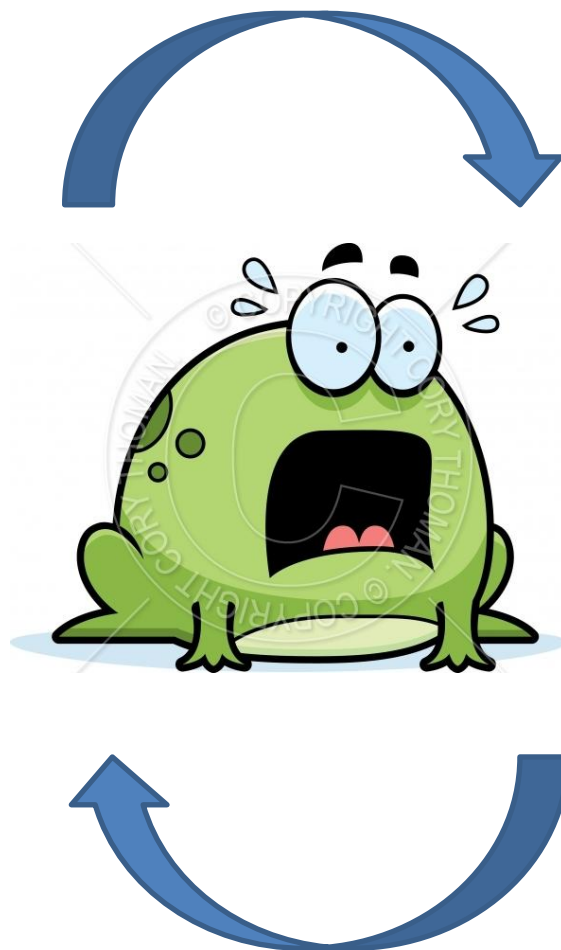
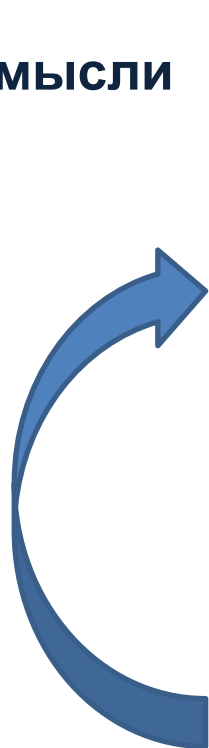
- **40,6%** - боязнь публичных выступлений;
- **22%** - финансовых проблем;
- **18,8%** - болезней;
- **18,7%** - смерти;
- **13,6%** - одиночества.



# «Панический» круг

collaboration  
SUCCESS  
BUSINESS

Тревожные мысли  
и  
ощущения  
приводят  
к выбросу  
адреналина



Выброс  
адреналина  
усиливает  
волнение



Паническая  
атака усиливает  
тревожные  
мысли и  
ощущения

Усиленное  
волнение  
вызывает  
паническую атаку

# Ключевые вопросы:

- Сколько минут отводится на деловое общение/выступление?
  - Какова основная цель и главная мысль выступления/сообщения?
  - Каков самый запоминающийся/ключевой момент выступления?
- 
- Зачем собравшимся меня слушать?

# Правило эффективной КОММУНИКАЦИИ

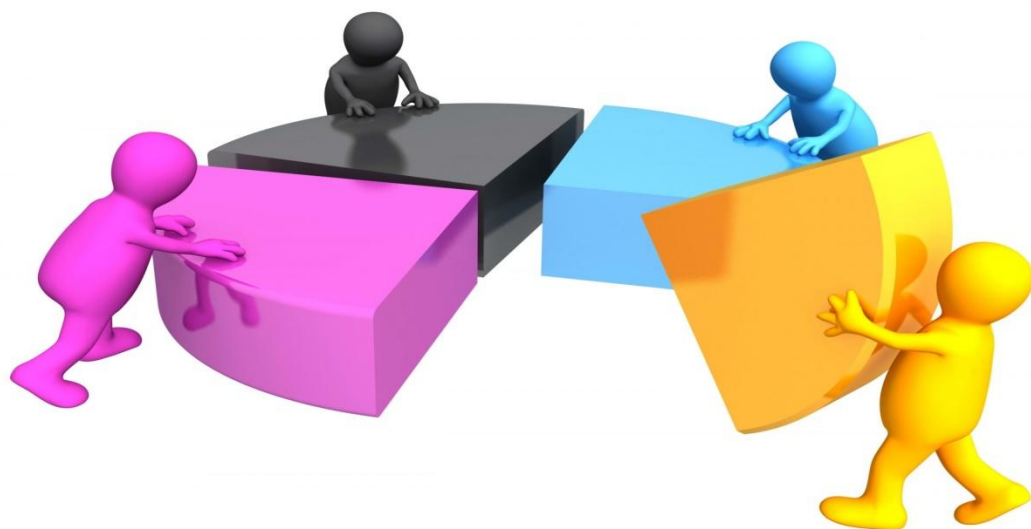
**Интересно – понятно – касается каждого**

---

*Если оратору в течение 30 минут не удастся разжечь огонь интереса, он должен прекратить тратить время и спички.*

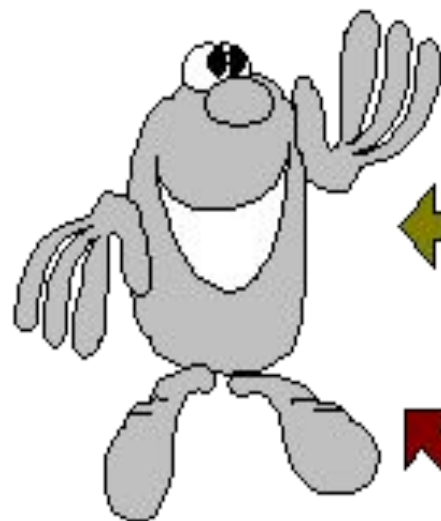
**Экспертное мнение**

**Нет двух одинаковых аудиторий,  
значит – не может быть и двух  
идентичных вещей**



**ва**

# Типы собеседников (сенсорные каналы восприятия):



- 20% Аудиальный



- 40% людей.  
Кинестетический



# Закономерная потеря и искажение информации

*Задумано*  
**100%**

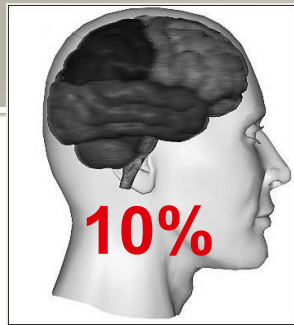
*Высказано*  
**80%**

*Услышано*  
**70%**

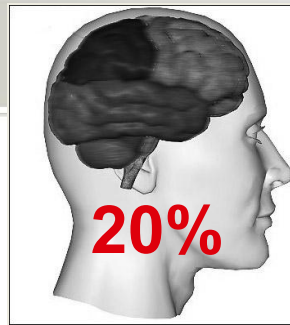
*Понято*  
**60%**

*Осталось  
в памяти*  
**24%**

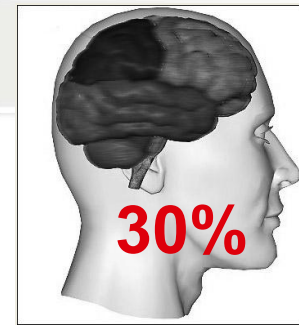
# Мы запоминаем **BUSINESS**



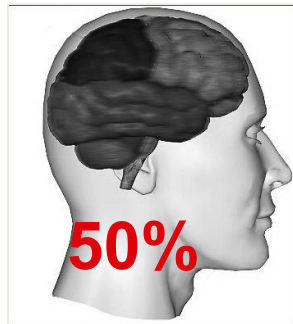
ТОГО, ЧТО МЫ  
ЧИТАЕМ



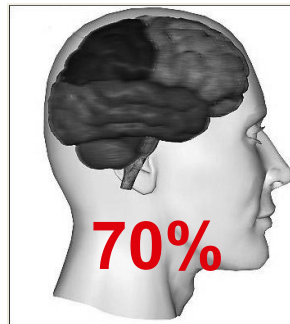
ТОГО, ЧТО МЫ  
СЛЫШИМ



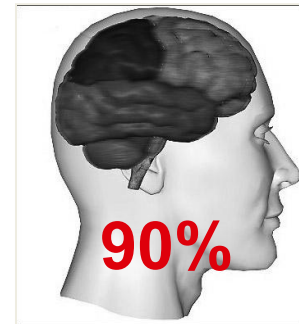
ТОГО, ЧТО МЫ  
ВИДИМ



ТОГО, ЧТО МЫ  
СЛЫШИМ И ВИДИМ



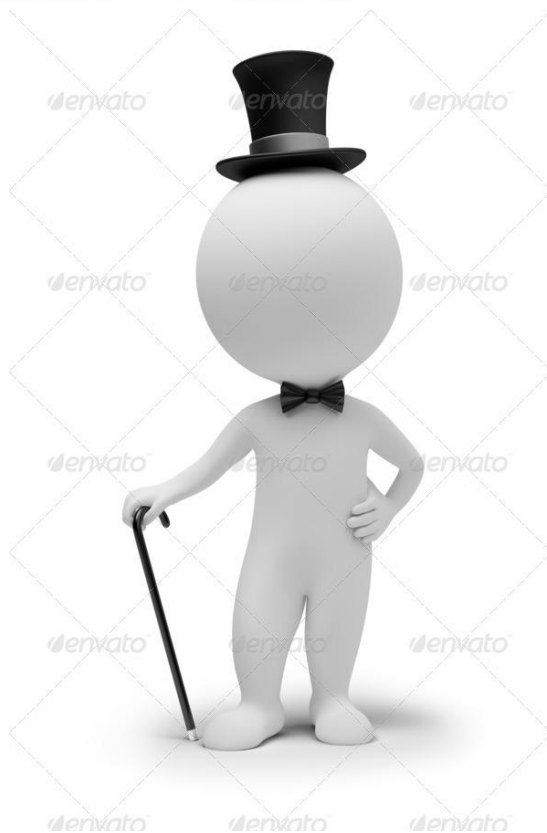
ТОГО, ЧТО МЫ  
ГОВОРИМ САМИ



ТОГО, ЧТО МЫ  
ДЕЛАЕМ САМИ

# КОММУНИКАТИВНЫЕ ЭФФЕКТЫ

## BUSINESS



**Эффект  
визуального имиджа**



**Эффект  
релаксации**

# Виды коммуникативных сигналов:

**Визуальные** - *Как мы выглядим* - **55%**

невербальные сигналы, внешний вид

**Аудиальные** - *Как мы говорим* - **38%**

голосовые характеристики,  
коммуникативные эффекты,  
внутренняя речь

**Вербальные** - *Что мы говорим* - **7%**

структура речи,  
процесс работы над речью,  
методы изложения материала,  
содержание речи,  
полемические приемы

# ОСНОВНЫЕ ЗАКОНЫ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ:

*1. Суть не в том, что сообщает отправитель, а в том, что понимает получатель.*

*1. Если получатель неправильно толкует сообщение отправителя, то вину несет отправитель.*

**Заберите у меня все, чем я обладаю.  
Но оставьте мне мою речь. И скоро я  
обрету все, что имел.**

***Д. Уэбстер***



# Рекомендуемая литература:

- Введенская Л.А., Павлова Л.Г. «Культура и искусство речи»
- Гандопас Р. «Камасутра для оратора», «К выступлению готов!»
- Голуб И.Б. «Искусство риторики: пособие по красноречию»
- Зверева Н. «Я говорю – меня слушают»
- Кохтев Н.Н. «Риторика»
- Павлова Л.Г. «Спор, дискуссия полемика»
- Сопер П. «Основы искусства речи»
- Шейнов В.П. «12 секретов успеха»

collaboration  
BUSINESS

# Спасибо за внимание!

***Григорьева Алла Викторовна***

---

***8-8793-400-764, 8-903-440-61-67***

***e-mail: podgotovka@pgu.ru***