



Для студентов Факультета национальной
безопасности
очной формы обучения

ТЕМА 8. СЛУЖЕБНЫЙ ЭТИКЕТ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Автор-составитель:

доктор философских наук, доцент МУЗЯКОВ
Сергей Иванович

ВОПРОСЫ ЛЕКЦИИ:

1. Сущность и психологическая структура делового общения.
2. Этикетные правила деловой беседы.
3. Этикет телефонного разговора.
4. Этикет деловой переписки.

ПРИНЦИПЫ ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА

1. ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ
2. СВОБОДА
3. ЭТИЧНОСТЬ
4. УДОБСТВО
5. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ
6. ЭКОНОМИЧНОСТЬ
7. КОНСЕРВАТИЗМ
8. НЕПРИНУЖДЕННОСТЬ
9. УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ
10. ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ДЖ. ЯГЕР «ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ. КАК ВЫЖИТЬ И ПРЕДСТАТЬ В МИРЕ БИЗНЕСА»

1. **Делайте все вовремя.**
2. **Не болтайте лишнего.**
3. **Будьте любезны, доброжелательны и приветливы.**
4. **Думайте о других, а не только о себе.**
5. **Одевайтесь как положено.**
6. **Говорите и пишите хорошим**

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

Джон Рокфеллер

ОБЩЕНИЕ – ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДВУХ ИЛИ БОЛЕЕ ЛЮДЕЙ,
СОСТОЯЩЕЕ В ОБМЕНЕ МЕЖДУ НИМИ ИНФОРМАЦИЕЙ
ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО
ИЛИ АФФЕКТИВНО-ОЦЕНОЧНОГО ХАРАКТЕРА

Благодаря общению, посредством общения:

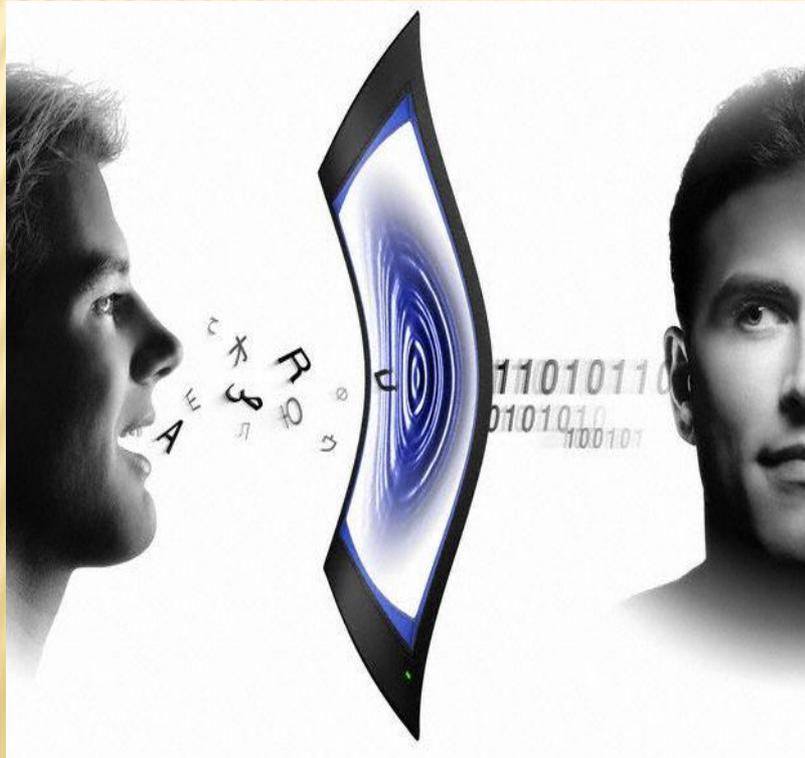
- 1.реализуется потребность в другом человеке**
- 2.организуется любая практическая деятельность людей**
- 3.реализуются общественные отношения**
- 4.формируются и проявляются межличностные отношения**
- 5.развиваются моральные, нравственные качества личности, эстетические чувства, складывается характер.**

ВИДЫ ОБЩЕНИЯ

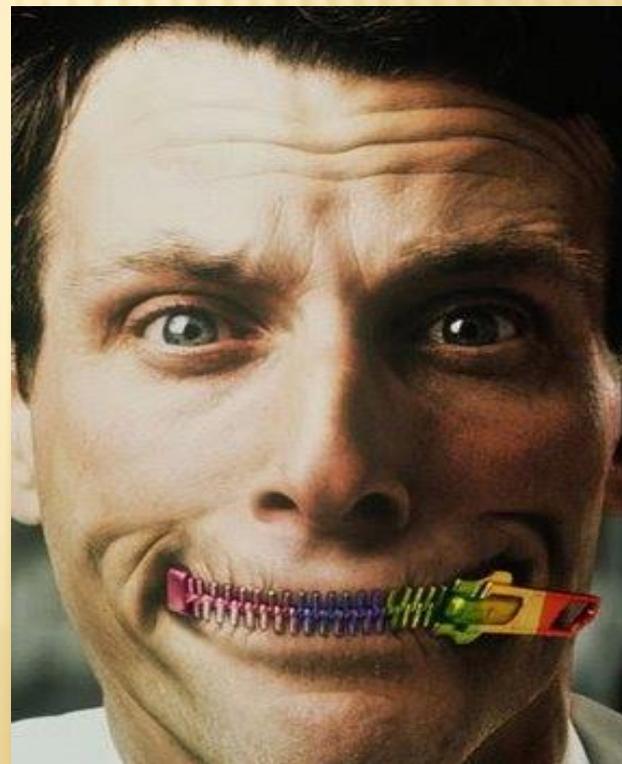
- Межличностное и массовое
- Межперсональное и функционально-ролевое
- Деловое и светское
- Опосредствованное и непосредственное
- Партнерское и непартнерское
- Альтруистическое, манипулятивное, мессионерское

ФОРМЫ ОБЩЕНИЯ

вербальная



невербальная



РЕЧЕВЫЕ (ВЕРБАЛЬНЫЕ) СРЕДСТВА ОБЩЕНИЯ:

- лексика;
- грамматика;
- стилистика;
- семантика;
- логика.

КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕЧИ:

- ▣ **правильность;**
- ▣ **точность;**
- ▣ **ясность и доходчивость;**
- ▣ **логичность;**
- ▣ **простота и доступность;**
- ▣ **богатство;**
- ▣ **краткость;**
- ▣ **чистота;**
- ▣ **благозвучность;**
- ▣ ***эмоциональность и чувственность.***

Не можешь обойтись без нецензурной брани?



**Выбирай себе работу с
бессловесными предметами!**

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ОБЩЕНИЯ

Составные части общения

- **Коммуникативная** – это обмен информацией между партнёрами по общению, передача и приём знаний, идей, мнений, представлений, эмоций и чувств.
- **Перцептивная** - это познание, понимание и оценка людьми друг друга
- **Интерактивная** - обозначает те аспекты процесса общения, которые связаны, прежде всего, с взаимодействием людей

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ

- 1. Установление контакта**
- 2. Соблюдение «закона края»**
- 3. Умение слушать**
- 4. Умение оказывать знаки внимания**

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТАКТ
УСТАНОВЛЕН, ЕСЛИ ЕСТЬ:**

- Сопереживание**
- Соразмышление**
- Взаимопонимание**

«ЗАКОН КРАЯ» В ОБЩЕНИИ

- *Начинать общение с элементов, которые создают благоприятное впечатление о Вас у собеседника*
- *Заканчивать общение закреплением благоприятного впечатления*

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ СЛУШАЮЩИХ, НО НЕ СЛЫШАЩИХ

1. Наличие побочных мыслей
2. Поглощенность собственными мыслями
3. Эмоциональная
неуравновешенность
4. Уязвленное самолюбие
5. Занятость другими делами

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА СЛУШАНИЯ

- 1. Искренняя и полная заинтересованность**
- 2. Внимательность без притворства**
- 3. Скорость мышления = темп речи**
- 4. Сдерживать эмоции**
- 5. Не перебивать говорящего**
- 6. Вникать в смысл сказанного**
- 7. Уточнять неясное**
- 8. Отвлечься от манер говорящего**
- 9. Не торопиться с выводами и оценками**

ЗНАКИ ВНИМАНИЯ – СЛОВЕСНЫЕ ИЛИ НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ФОРМЫ ВЫДЕЛЕНИЯ ИЛИ ОЦЕНКИ ПОВЕДЕНИЯ, А ТАК ЖЕ КАЧЕСТВ КОНКРЕТНОЙ ЛИЧНОСТИ (ГРУППЫ).

Позитивные

- Похвала
- Поддержка
- Благодарность
- Восхищение
- Compliment
- Внушение значимости
- Интерес к личности

Негативные

- Неприязнь
- Высмеивание
- Критика
- Скорбь
- Недоверие
- Неблагодарность
- Игнорирование

КОМПЛИМЕНТ - СЛОВА И ВЫРАЖЕНИЯ, СОДЕРЖАЩИЕ НЕБОЛЬШОЕ ПРЕУВЕЛИЧЕНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ КАЧЕСТВ ЧЕЛОВЕКА, БЛАГОДАРЯ КОТОРЫМ СРАБАТЫВАЕТ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН ВНУШЕНИЯ, ВСЛЕДСТВИЕ ЧЕГО ЧЕЛОВЕК СТАРАЕТСЯ «ДОРАСТИ» ДО ТЕХ КАЧЕСТВ, КОТОРЫЕ ПОДЧЕРКНУТЫ В КОМПЛИМЕНТЕ.

Некоторые виды комплиментов:

1. хвалим не самого человека, а то, что ему дорого
2. даем собеседнику маленький «минус», а потом большой «плюс»
3. сравниваем собеседника с чем-нибудь очень дорогим для себя
4. комплимент на фоне антикомплимента самому себе

КОМПЛИМЕНТ ДОЛЖЕН БЫТЬ:

- Основан на фактах
- Кратким
- Не содержать поучений
- Недвусмысленным
- Основан на глубокой эмпатии
- С учётом пола, возраста, индивидуальных особенностей собеседника

Отличие комплимента от лести

Л

К

Прямолинейна,
однозначна, проста,
понятна

Предполагает
разночтение и
размышление

Предмет – люди и их
качества

Предмет – вещи, дела,
идеи, т.е. то, что
косвенно относится к
людям

Приписывает
достоинства, которых
нет.

Чрезмерно

Опосредованно
указывает на
достоинства.

Содержит

ВНУШЕНИЕ СОБЕСЕДНИКУ ЕГО СОБСТВЕННОЙ ЗНАЧИМОСТИ

- Во-первых, гордиться его успехами и достижениями, деловыми и личностными качествами.
- Во-вторых, подчёркивать в разговоре нужность, полезность идей и предложений сотрудника, коллеги.
- В-третьих, обращение к человеку с просьбой о помощи.

В выражениях : *«Я хотел бы с вами посоветоваться», «Мне очень нужна ваша помощь», «Не могли бы вы дать мне консультацию»* звучит признание интеллекта

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА КРИТИКИ:

- ❑ **Критиковать конкретные действия и поступки, а не личность сотрудника в целом и даже не отдельные её качества.**
- ❑ **Критика должна быть корректной, доброжелательной, не унижающей достоинство личности. Главный мотив критики – оказание помощи сотруднику.**
- ❑ **Не накапливать своё недовольство из-за ошибок и промахов подчинённого, чтобы затем «выплеснуть» всё разом.**
- ❑ **Дать возможность критикуемому спасти свой престиж, для чего изъять или минимизировать обвинения, а сделать акцент на конструктивный анализ ситуации и предложения.**

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА КРИТИКИ:

(ПРОДОЛЖЕНИЕ)

- ❑ **Критикуя одного человека, нецелесообразно сравнивать его с другими сотрудниками.**
- ❑ **По возможности не критиковать публично, чтобы не задеть самолюбие человека.**
- ❑ **Не требовать немедленного признания сотрудником своих ошибок, согласия с позицией менеджера. Ему нужно время, чтобы быть психологически готовым это сделать.**
- ❑ **Опасаться переборов в критике, ибо постоянные критические замечания перестают давать желательный эффект.**
- ❑ **Чаще использовать не прямую, а косвенную критику (*Критика-упрёк*: «А я на Вас так рассчитывал», *Критика-надежда*: «Надеюсь, что очередное задание Вы выполните успешно» и т.п.).**

УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЗИТИВНЫХ ЗНАКОВ ВНИМАНИЯ

- 1) Честность, естественность, искренность.**
- 2) Актуальность для партнера, исходя из его устремлений и самооценки.**
- 3) Стремление к положительному балансу знаков внимания, получаемых партнером.**
- 4) Обоснованность и соответствие объективной значимости достигнутых результатов**

ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ТЕЛЕФОННОГО РАЗГОВОРА



Подготовка к телефонному разговору

- ❑ Плохая подготовка к телефонному разговору приводит к значительным потерям рабочего времени (до 20-30%)
- ❑ В неподготовленном телефонном разговоре 30-40% занимают повторение слов, фраз, ненужные паузы и лишние слова.



Структура телефонного разговора

- Взаимные представления – 30 сек.
 - Введение собеседника в курс дела , информирование его о цели своего звонка – до 1 минуты
 - Обсуждение обстоятельств, существа дела, достижение цели разговора – 2-4 минуты
 - Завершение разговора – 30 сек.
-

Начните с улыбки в голосе

- Начав беседу по телефону приятным голосом, Вы задаете положительный тон общения и создаете спокойную и доброжелательную атмосферу



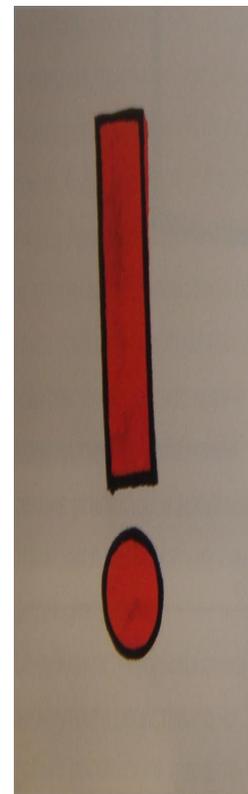
Научитесь здороваться

- Сняв трубку , скажите в соответствии со временем суток «Доброе утро», «Добрый день» или «Добрый вечер».
- Назовите свою организацию, чтобы звонящий убедился, что он не ошибся.
- Назовите свое имя (фамилию) и должность
- Предложите свою помощь, например: «Чем я могу Вам помочь?»



Направляйте клиентов к нужным людям

- ❑ Внимательно выслушайте, чтобы быстро разобраться, зачем Вам звонили.
- ❑ Прежде чем собеседник пустился в долгие разъяснения, кратко повторите услышанное.
- ❑ Если телефонная система позволяет переадресовывать звонки, переключите звонящего на другого сотрудника и вкратце объясните последнему, кто и почему ему звонит.



Вежливо попросите звонящего подождать

- Попросите звонящего подождать и вкратце объясните, почему.
- Получите согласие звонящего и отключите его на время.
- Возвращаясь к ожидающему собеседнику, скажите: «Спасибо, что подождали».



Проявите терпение



-
- Проявите терпение и дождитесь, пока собеседник полностью выскажется, и только потом говорите сами.
 - Убедитесь, что Вы уловили высказанную идею.
-

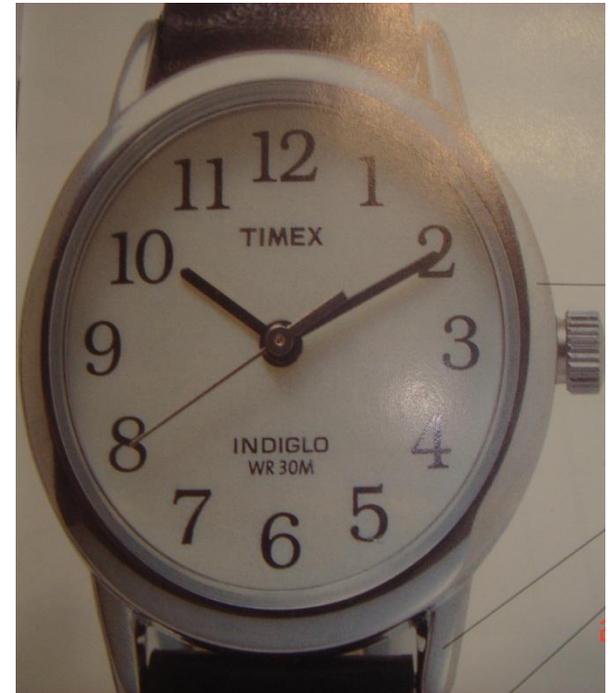
Подстраивайтесь под тон собеседника

- Сосредоточьтесь на том, что вы слышите, - на словах и тоне.
- Подстраивайтесь под темп речи собеседника.
- Тон и интонация могут нести 40% информации.



Сообщите о лимите времени

- Сообщите собеседнику в вежливой форме, что у вас мало времени.
- Если телефон зазвонил в ходе личной встречи с кем-либо, трубку лучше не снимать.

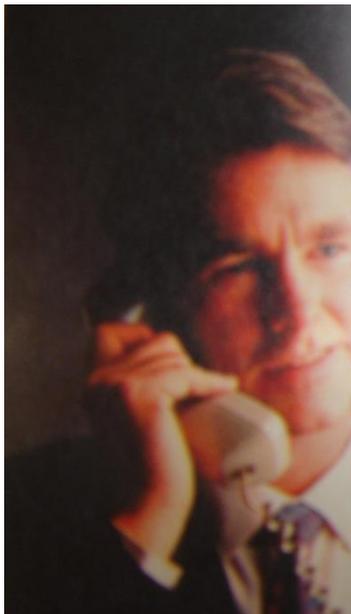


Корректно завершите разговор



- Четкое и ясное завершение служит подтверждением того, что вы и ваш собеседник одинаково понимаете ситуацию и признаете: время, потраченное на телефонный разговор, не было потрачено впустую.

Оставляйте важные сообщения



- Если вы хотите что-то сказать человеку, лучше оставить сообщение на автоответчике, чем передавать сообщение через третье лицо.
-

ТЕЛЕФОННЫЕ ОШИБКИ



- Позвонивший не называет цель разговора
 - Начинает разговор, хотя цель разговора не ясна
 - Позвонивший не подготовлен к разговору
 - Произносятся длинные монологи
 - Не слушают ответы на вопросы
 - Не ведется запись разговора
 - Выбрано неблагоприятное время для звонка
 - Длительность телефонных звонков отрицательно действует на нервную систему
-

Недопустимые сленговые выражения



- «Ладненько»
- «Все пучком»
- «Зашибись»
- «Вау!» и «О`кей»
- «Клево!»
- «Прикольно!»



Корректировка общения



- Телефон усугубляет недостатки речи
 - Реплики для корректировки общения:
 - Как Вы меня слышите?
 - Не могли бы Вы повторить...?
 - Извините, очень плохо слышно.
 - Простите, я не расслышал, что Вы сказали
-

Этикетные правила переписки

- Адресовать письмо одному корреспонденту.
- Адресат, который получил письмо – ОБЯЗАН ОТВЕТИТЬ.
- В деловой переписке имеет смысл писать сухо и по сути письма.
- Экономьте своё время и время Вашего респондента – пишите письма, которые требуют минимум пояснений и выяснений.

- ▣ **Если у Вас есть потребность донести смысл письма до нескольких респондентов – то просто вставляйте их адреса в строку «Копия...».**

ОБЯЗАН ОТВЕТИТЬ на такое письмо только человек указанный в поле «Кому...»

Все адресаты, которые указаны в поле «Копия...» могут выразить своё мнение – если на то будет их воля, хотя это и необязательно.

Таким образом мы обращаемся к одному человеку и он понимает, что от него ожидается или ответ или подтверждение о получении письма (простая вежливость).

Делать рассылку для всех – можно только в тех случаях, когда на письмо «для всех» не ожидается ответа.

□ Всегда указывайте тему сообщения в поле «Тема:»

По этому полю всегда легко найти письма, которые были отправлены.

Письма без темы – просто сливаются в один поток при поиске информации приходится открывать и просматривать каждое. Это занимает много времени.

□ В начале письма, ВСЕГДА обращайтесь к адресату!!!

Независимо от того, клиент это или Ваш коллега. Это хорошая практика.

□ Всегда проверяйте орфографию письма!

Жуткое впечатление оставляют письма от специалистов, с ошибками.

Это мелочи, по которым складывается мнение о сотрудниках внутри компании и у клиентов.



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!