

Вербальные средства в деловой коммуникации. Ошибки слушания. Типы вопросов для эффективной деловой коммуникации. Аргументация в деловой коммуникации

Вербальные средства деловой коммуникации

К вербальным средствам общения относится человеческая речь.

В зависимости от намерений коммуникантов возникают разнообразные речевые тексты.

Существует несколько видов речевой деятельности:

1. Говорение - использование языка для того, чтобы что-то сообщить;
2. Слушание - восприятие содержания звучащей речи;
3. Письмо - фиксация содержания речи на бумаге;
4. Чтение - восприятие зафиксированной на бумаге информации.

Умение слушать партнера – очень важная способность в деловом общении. Таким умением, по мнению специалистов, обладает всего 10% деловых людей.

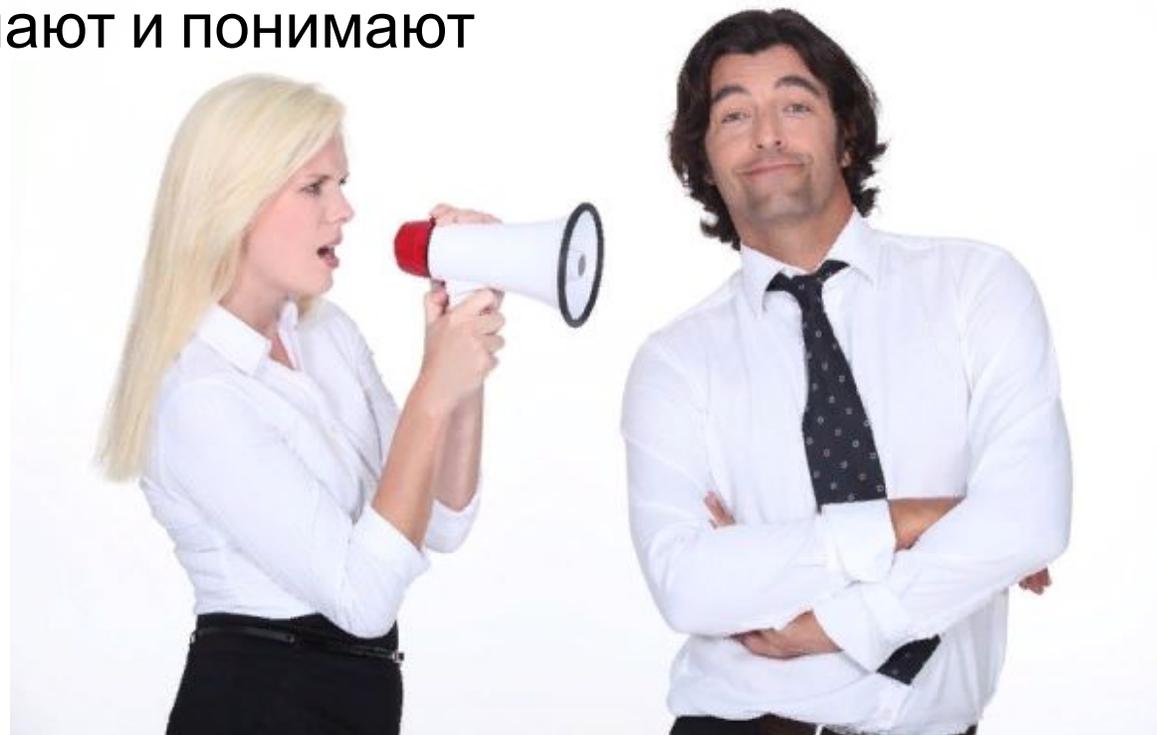


Слушать партнера - дело сложное, требующее напряжения. Если вы не очень внимательно прислушиваетесь к собеседнику, то упускаете многие важные моменты. В результате вы не только потеряете драгоценное время, но и будете раздражать партнера. Человек, который говорит только о себе и о своей фирме, не проявляя интереса к своим деловым партнерам, как правило, не добивается серьезных успехов.



Умение слушать и слышать является важнейшей, если не самой важной, характеристикой коммуникативной компетентности. Часто сам факт того, что человека просто внимательно выслушивают, является для него решением многих личностных проблем.

Умение слушать и слышать является необходимым условием для эффективной работы еще и потому, что решение многих проблем возможно только при полном понимании его проблемы. Главное необходимо показать собеседнику, что его внимательно слушают и понимают



Основные типы вопросов, используемых в деловом общении

Информационные вопросы — их основная функция передавать и получать нужную информацию.

Например, Ваш руководитель разработал анкету для клиентов, но, на Ваш взгляд, она достаточно сложна для понимания. Не желая портить отношения с начальством, Вы можете спросить: «Не кажется ли Вам, что некоторые вопросы данной анкеты могут вызвать определенные трудности у клиентов?» Таким образом, не высказывая своего мнения по поводу этой анкеты, Вы передаете начальнику определенную информацию, требующую размышления.



Фокусирующие вопросы

Основная задача данного типа вопросов заставить собеседника задуматься о последствиях его действий или решений.

Примеры фокусирующих вопросов: «Чего я добьюсь, приняв данное решение?», «Какова будет производительность коллектива после приобретения нового оборудования?» и т.п.



Вопросы, заполняющие паузы

Достаточно часто в деловой беседе могут возникать паузы, неловкое молчание, вызванное различными причинами, этот тип вопросов способствует разрешению таких проблем. При помощи таких вопросов можно также поменять тему беседы.

Примеры вопросов, заполняющих паузы: «Что еще Вы хотели бы узнать по обсуждаемой проблеме?», «Как Вы относитесь к экологическим проблемам региона?» и т.п.



Проблемные вопросы

Обычно такие вопросы задаются в случае возникновения определенных трудностей во взаимоотношениях собеседников.

Примеры: «Как Вы думаете, какое решение приемлемо для всех присутствующих?», «В чем расходятся наши позиции и что в них общего?», «Какую информацию Вы хотели бы получить, чтобы принять окончательное решение?»



Вопросы, выражающие внимание

Собеседнику всегда приятно, что его внимательно слушают. При помощи вопросов можно показать Вашему партнеру по общению заинтересованность, внимание, либо выразить свое несогласие.

Примеры: «Правильно ли я понял Ваши слова о...?», «Как согласуется Ваше утверждение с позицией фирмы?», «Я понял, что Вы имеете в виду, но приведите, пожалуйста, практический пример»



Успокаивающие вопросы

Успокаивающий эффект данных вопросов заключается в отвлечении внимания собеседника.

Например, «Я приношу извинения за причиненные неудобства и хочу узнать, чем могу их компенсировать Вам?»»



Вопросы, задаваемые с целью установления контакта

Данный тип вопросов позволит показать заинтересованность в конкретном человеке. Такие вопросы способствуют созданию теплой, дружеской атмосферы взаимопонимания. Особое внимание при озвучивании этих вопросов следует уделить интонации, которая должна быть искренней и достаточно теплой.

Примеры: «Не могу ли я чем-нибудь Вам помочь?», «Как Вы провели отпуск?», «Все ли у Вас благополучно в семье?» и т.п.



Закрытые вопросы. Данный тип вопросов предполагает односложный ответ собеседника «да» или «нет». В большинстве случаев излишнее количество таких вопросов делает атмосферу беседы напряженной

Открытые вопросы. В отличие от закрытых на данные вопросы собеседник не может ответить односложно, их обычно задают при необходимости разъяснений, дополнений и т.п. Это вопросы типа «Когда?», «Почему?», «Как?» и другие



Риторические вопросы – утверждение в форме вопроса.
Основная цель таких вопросов указать на наличие нерешенной проблемы и направить разговор в нужное русло.



Аргументация в деловом общении

Кроме умения слушать в деловом общении также важно уметь доносить до партнера свою позицию и, конечно, ее отстаивать. Доказывать собственные взгляды и убеждения в деловом мире означает умело аргументировать, не ущемляя при этом позиций собеседников.

В современной литературе по деловому общению достаточно часто цитируются работы

П. Мицича, предложившего двенадцать риторических методов аргументирования.

Фундаментальный метод. (здесь обычно приводятся статистические данные, расчеты, таблицы и т.д.)

Метод противоречия. Основан на выявлении противоречий в рассуждениях, аргументации собеседника и заострении внимания на них.

Метод «извлечения выводов». Основывается на точной аргументации, которая посредством частичных выводов приводит нас к окончательному выводу.

Метод сравнения (фактов)

Метод «да...но». Если слушатель активно возражает, правильнее сначала принять его аргументы, затем перейти к «но», используя собственные.

Метод кусков. Выступление разделяется на части таким образом, что ясно различаются части «это точно», «это сомнительно», «это ошибочно».

Метод потенцирования. Согласно этому методу на первое, значимое место выдвигается то, что представляется оратору особенно важным.

Метод «бумеранга». Использует аргументы противника против него самого.

Метод игнорирования. Если факт, приведенный собеседником, нельзя опровергнуть, его значимость можно снизить, если проигнорировать высказывание.

Метод выведения. Основывается на постепенном, субъективном изменении сути дела.

Метод видимой поддержки. После того как противнику оказывается некоторая поддержка и он расслабляется, наступает черед мощных контраргументов.

Метод опроса. Докладчик изучает позицию другой стороны, направленно задавая вопросы, и одновременно готовит контраргументы.