



POSLOVNA KOMUNIKACIJA

Praktikum iz poslovne komunikacije

Jelica Cincović (jelica@etf.rs)

Marko Mišić (marko.misic@etf.rs)

Katarina Radulaški
(katarina.radulaski@eestec.etf.rs)

Elektrotehnički fakultet, Univerzitet u
Beogradu 2018/2019

Osnovna pravila

- **Tačnost** – raspored je fleksibilan, ali trebalo bi svi da poštujemo ono što se jednom dogovorimo
- **Participacija** – aktivno slušanje, otvorena i iskrena komunikacija, konstruktivni komentari
- Sva **pitanja** imaju poentu
- **Poštujemo** druge slušaoce i njihov doprinos predavanju

Da li ste znali...

- Da se 99% anketiranih poslovnih ljudi slaže da je poštovanje pravila, koje određuje poslovni protokol, od odlučujućeg značaja za uspešno izvođenje međunarodnog poslovanja i komunikacijskih procesa
- Da se 88% anketiranih muškaraca i žena oseća neprijatno kad se prvi put poslovno sretne sa nepoznatom osobom

Da li ste znali...

- Da formula savremenog poslovnog uspeha sadrži samo 15% znanja, a 85% je zapravo umetnost komunikacije
- Da su pozitivni mentalni procesi (optimizam i samopouzdanje) izuzetno važni za podizanje kreativnosti i poslovnog uspeha
- Koliko je “Time Management” bitan?
 - Važi zakonitost da 10 minuta pravilnog planiranja zamenjuje 100 minuta realnog rada

Sadržaj

- Poslovni protokol
- Dress code – business smart, business casual, casual/smart
- Poštovanje hijerarhijskog reda
- Tabu teme
- Korisni saveti
 - Telefonski poziv, pisanje maila, sastanak, prevodi funkcija
- Najveći neprijatelj uspeha
- Značenje neverbalne komunikacije

Poslovni protokol

- Protokol je skup pravila koja opisuju dobre manire u poslovnom i diplomatskom svetu
 - Dobri maniri su pravila koja sledimo u svakodnevnom kontaktu sa drugim ljudima
- Poslovni protokol postoji da bi se izbegla anarhija, radi lakšeg funkcionisanja i olakšanja komunikacije na svim nivoima

Dress code – pravila oblačenja

- “Kada vidite loše obučenu ženu primetićete njenu odeću, kada vidite dobro obučenu ženu, primetićete ženu.” (Coco Channel)
- Pravila oblačenja u poslovnom svetu su jasna i prilično konzervativna, a modni trendovi ih tu i tamo dopunjuju

Business smart

- “Business Smart” predstavlja “kod” oblačenja pri poslovnim susretima, obedima i koktel prijemima
- Za muškarce to znači:
 - tamne čarape bez šara, dovoljno duge, da se ne vidi koža na nogama pri sedenju
 - teget, crno ili tamno sivo odelo
 - pamučna košulja, bela, svetlo plava ili krem boje
 - preporučuje se svilena kravata
 - odgovarajuće tamne cipele
- Za žene to znači:
 - ženski kostim (pantalone ili suknja)
 - suknja, ne treba da bude kraća od 12 – 15 cm iznad kolena
 - izbor nakita i ostalih modnih dodataka prepušten je ukusu savremene poslovne žene, ali ne bi trebalo da se preteruje

Business casual

- Ako “Business Smart” znači “dress-up”, “Business Casual” znači “dress-down”, što podrazumeva opušten način odevanja
- Za muškarce važi da tamno odelo i kravata nisu obavezni
- Žene ne moraju da dođu u kostimu
- “Dress-down” ne važi ukoliko imate dogovoren poslovni sastanak
- Za sve zaposlene koji rade sa strankama nošenje “jeans” odeće se ne preporučuje
 - Jeans spada u sportsku odeću

Casual Smart

- Casual/Smart je koristan način oblačenja u trenucima druženja i susretanja van radnog mesta
- Za muškarce to znači:
 - Dozvoljene su bermude, polo majice, mokasine
- Za žene to znači:
 - Polo majice i sandale
- Casual/Smart isključuje patike, vrlo kratke pantalone i suknje, trenerke

Poštovanje hijerarhije (1)

- Vrh hijerarhijske lestvice u poslovnom svetu zauzima uvek stranka – poslovni partner
- Oba pola su potpuno izjednačena u poslovnom svetu
- “Manje važna” osoba se predstavlja “važnijoj” osobi, bez obzira na pol
- U poslovnom protokolu vrata se pridržavaju osobi koja je viša na hijerarhijskoj lestvici, bez obzira na pol
 - U suprotnosti sa običajnim bontonom

Poštovanje hijerarhije (2)

- U lift i iz lifta prva ulazi/izlazi osoba koja je najbliža vratima
- Na poslovnim sastancima važi pravilo da se stolice nikome ne pridržavaju
- Muškarcu i ženi se pridrži kaput samo ako se radi o stranci ili osobi višeg poslovnog hijerarhijskog reda

Tabu teme u poslovnom svetu

- Politika
- Religija
- Nacionalna pripadnost
- Humor/šala
- Pol, bolest i smrt
- Lični novac (u bilo kojoj kombinaciji)

Komunikacija telefonom (1)

- Prilikom poziva:
 - Obavezno se predstavite
 - Proverite da li ste dobili pravi broj
 - “**Dobar dan**, kraj telefona NN” – umesto “NN kraj telefona ili Izvolite”
 - Kratko objasnite zbog čega zovete
- Budite kratki i jasni, ali ubedljivi!
 - Štedite i poštujujte tuđe vreme
- Prilagodite se osobi sa kojom razgovarate
 - Izuzetno bitan efekat mirroring-a
- Ne koristite žargon, pripremite glas pre nego što pozovete, budite u tihom ambijentu

Komunikacija telefonom (2)

- Ponovite dva puta ime i broj telefona na koji vas mogu naći ukoliko ostavljate poruku na elektronskoj sekretarici
- Svi propušteni telefonski pozivi bi trebalo da se “uzvrate” što pre
 - I u slučajevima kada smo mi inicirali prvi poziv
- Ukoliko se veza prekine, osoba koja je inicirala razgovor bi trebalo da pozove opet
- Nemojte zvati nakon isteka radnog vremena

Kako napisati poslovno pismo (1)

- Pažljivo treba odabrati formu pisma
 - Blok forma, zupčasta forma, slobodna forma
 - Nije neophodno pridržavati se strogo bilo koje forme
 - Pasusi moraju biti jasno odvojeni
 - Ne sme biti narušena sadržajnost, urednost i preglednost pisma
- Podaci pošiljaoca se uvek prvi naznačuju u pismu
 - Mogu biti u zaglavlju/memorandumu ili mogu biti otkucani na vrhu
 - Puno ime, funkcija, kompanija, adresa i mesto, telefon, faks, mejl, web adresa
- Nakon toga idu podaci primaoca pisma
 - Naziv organizacije, adresa i mesto
 - Poželjno je lično se obratiti zaposlenom ili odgovornoj osobi

Kako napisati poslovno pismo (2)

- Predmet pisma
 - Kratka naznaka o čemu se u pismu radi
 - Predmet: ponuda za učešće na konferenciji "Telfor"
- Mesto i datum pisanja
 - U gornjem desnom ili donjem levom uglu
- Oslovljavanje primaoca
 - Poštovani/poštovana...
 - Dragi/draga...
- Telo pisma i pozdrav
 - U prvom pasus kratko opišite razlog zašto pišete
 - Ostatak pisma posvećujemo detaljima o temi
 - Poslednji pasus sadrži vaša očekivanja u vezi teme pisma
 - "U nadi da ćemo ostvariti uspešnu saradnju, srdačno Vas pozdravljamo!"

Kako napisati poslovno pismo (3)

- Potpis pošiljaoca
 - Obavezan na kraju pisma
 - Puno ime i funkcija, poželjan pečat
- Ukoliko šaljete priloge, naznačite ih u donjem levom uglu po crticama
 - Zahtevajte ih ili spojite spajalicom sa glavnim dokumentom
- Pismo je poželjno da bude dugačko do jedne stranice A4 formata, najviše dve
 - Ostale podatke predstavite u priložima
- Poželjno je koristiti standardne fontove
 - Poput Arial i Times New Roman
 - Veličina fonta maksimalno 12pt

Kako napisati e-mail (1)

- Elektronska pošta je manje formalna od poslovnog pisma
 - Može sadržati emocije, poziv na akciju
- Ipak, vodite računa o pravopisu i gramatici
- Jasno formulišite adresu i naslov (subject) poruke
 - Naziv mora biti prepoznatljiv u sandučetu
 - Označite hitne mejlove, oznakom [hitno] ili zvezdicama
- Pismo započnite pozdravom, a završite potpisom
 - Potpis: puno ime, funkcija, firma, adresa, telefon, mejl
- Poruka treba da bude kratka, jasna i ljubazna
 - Trudite se da date sve neophodne informacije
 - Detalje ostavite za telefonski razgovor ili sastanak

Kako napisati e-mail (2)

- Izbegavajte pisanje poverljivih podataka
- Poštujte privatnost tuđih e-mail adresa
 - Ukoliko imate potrebu da pošaljete poruku na više od 3-4 adrese, stavite adrese u “bcc” polje
- Na mail odgovorite u roku od 24h
- Naziv attachment-a treba pažljivo izabrati
- Vizuelni utisak mora biti dobar
 - Font, veličina slova, caps lock, sličice
- Ako radimo:
 - Reply – uključite prethodnu poruku ili barem bitan deo
 - Forward – prokomentarišite zašto prosleđujete pismo
- Revizija pre slanja!

Komunikacija na sastanku

- Na pozivnicu odgovorite u roku od 7 dana
- Nosite vizit karte sa sobom
 - Ne razmenjujte ih tokom jela
- Na sastanak dođite do 5 minuta ranije
- Utišajte zvono na telefonu tokom sastanka
- Persirajte drugim učesnicima sastanka
- Rukovanje preko stola nije dozvoljeno
- Nemojte držati monolog
- Koristite politički korektne izraze
 - Umesto izraza cena ili trošak upotrebite: ukupna investicija, vrednost, je ponuđen za, vredni, je dostupan za...
 - Umesto ugovor upotrebite sklopljen dogovor

Ponašanje na sastanku (1)

- Pored učesnika, teme i izrečenih stavova, još niz drugih faktora utiče na tok sastanka
- Mesto za stolom:
 - Ako pažljivo izaberete poziciju, ostavićete bolji utisak pri nastupu i lakše postići cilj (stolica moći)
 - Uticajniji ste sa mesta koje ima dobru preglednost
 - Nije dobro sedeti na ovom mestu ako ne vodite sastanak
 - Ukoliko aktivno učestvujete na sastanku, zauzmite neku od centralnih pozicija
 - Ako ne uzimate aktivnu ulogu, bolje je sedeti sa strane
 - Sedenje na visokom mestu takođe daje utisak moći

Ponašanje na sastanku (2)

- Sedite blizu “problema”
 - Ukoliko očekujete raspravu sa nekim, nemojte sedeti naspram te osobe, već poželjno sa njene desne strane
- Udaljite se od “linije vatre”
 - Ukoliko očekujete raspravu između nekih učesnika sastanka, udaljite se od njih i po mogućstvu izbegnite učešće u raspravi
- Gledajte ljude pravo u oči
 - Time ćete ljudima pokazati da ništa ne krijete i ostavićete utisak sigurnosti i samopouzdanja
- Ukoliko dođete ranije na sastanak, trudite se da vreme upotrebite korisno
 - Pročitajte beleške i još jednom proanalizirajte ciljeve koje želite da postignete na sastanku

Prevodi funkcija

- Direktor = Managing Director
- Zamenik direktora = Deputy Managing Director
- Sekretarica = Administrative Assistant ili Executive Assistant
- Poslovni sekretar = Personal Assistant (PA) ili Administrative Executive ili čak Management Assistant

Pozdravljanje i predstavljanje

- “Manje važna” osoba se uvek predstavlja “važnijoj” osobi, bez obzira na pol
 - Važnost se određuje po funkciji
- Rukovanje:
3-5 sekundi, 1-2 trešenja ruku, bez dodirivanja ramena, bez dve ruke, bez ljubljenja
 - Stisak ruke vrlo često govori o osobi koja se rukuje
- Domaćin prvi pruža ruku pri dolasku gosta
- Pri odlasku gost prvi pruža ruku
- Samopredstavljanje ne znači nametanje

Neprijatelji uspeha na poslu

- **Strah pred komunikacijom** – onemogućava uspostavljanje kontakata
- **Sumnja u sebe** – sprečava odlučivanje i akciju

Poslovna neverbalna komunikacija

- Moć poslovnog uspeha je poverenje koje dostižemo u kontaktu sa partnerima
- Obratiti pažnju na:
 - Uspravno držanje
 - Podignut pogled
 - Prijatan izraz lica
 - Prekrštene ruke na grudima
 - Dodirivanje lica i glave

Ključna poruka

- Značaj poruke
nije u tome šta ste stvarno rekli,
niti u tome šta ste stvarno mislili,
već na kakav ste odziv naišli
(Richard Green)

Hvala na pažnji!

Pitanja?