



Tóth Éva Mária

Kommunikációelméleti alapok



A követelménymodul megnevezése:
Üzleti kommunikáció

A követelménymodul száma: 2567-06 A tartalomelem azonosító száma és célcsoportja: SZT-001-50



A KOMMUNIKÁCIÓ FOGALMA, FOLYAMATA, TÍPUSAI. VERBÁLIS ÉS NEM VERBÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

A beszéd az ember kizárólagos tulajdonsága. Érzelmeket, akaratukat, sőt talán bizonyos gondolataikat az állatok is képesek kifejezni, érzékeltetni, de ezt biológiai ösztön alapján teszik. Az ember a beszéddel érzelmeinek, akaratának kifejezésén túl a világ leírására, bemutatására, viszonyainak megváltoztatására, sőt cselekvésre is képes; ráadásul tud múlttól és jövőről is kommunikálni.

A ügyfélkapcsolatban a beszéd a legalapvetőbb kommunikációs közeg, a munka alapja. Következésképpen az ügyfélszolgálati asszisztensi munkakör kommunikációs szakmának minősül, akár csak az újságíróé, a tanaré, a lelkészé, a politikusé. A technikai eszköz – a telefon – természetesen korlátozza a totális kommunikációt, sőt torzítja a hangot, tehát másként kell beszélni, mint akkor, ha partnerünk szemben áll velünk. Természetesen használjuk a beszéd további technikai változatait: az írást, a hangrögzítést, és ezek legmodernebb, az informatikával érkező változatait: e-mail, chat, beszéd szintetizálás stb.

A beszéd tanulás csecsemőkorban indul el, s magának a beszédnek a megtanulása 4-5 éves korban be is fejeződik. De ne gondoljuk azt, hogy aki tud beszélni, az a kommunikációs szakmák minden fortélyának a birtokában van!

A magánéleti beszéd, írás rendszerint problémamentes, de a nyilvános beszédben nagyobb az elvárás. A kifejezőkészség fejlesztését, a nyilvános beszéd tudományát az ókortól tanítják, napjainkban – az általános, szak- és felnőttképzésben is – ismét mind nagyobb hangsúlyt kap.¹

¹ Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 20.

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

1. A kommunikáció fogalma

A kommunikáció – mint kifejezés – a latin “communicatio” és “communicare” szógyökérből, valamint a “communus” (közös) szóból ered. Hiszen amikor kommunikálunk, akkor közösséget akarunk létrehozni valakivel, meg akarunk osztani egy információt, értesülést, gondolatot vagy hírt valakivel.

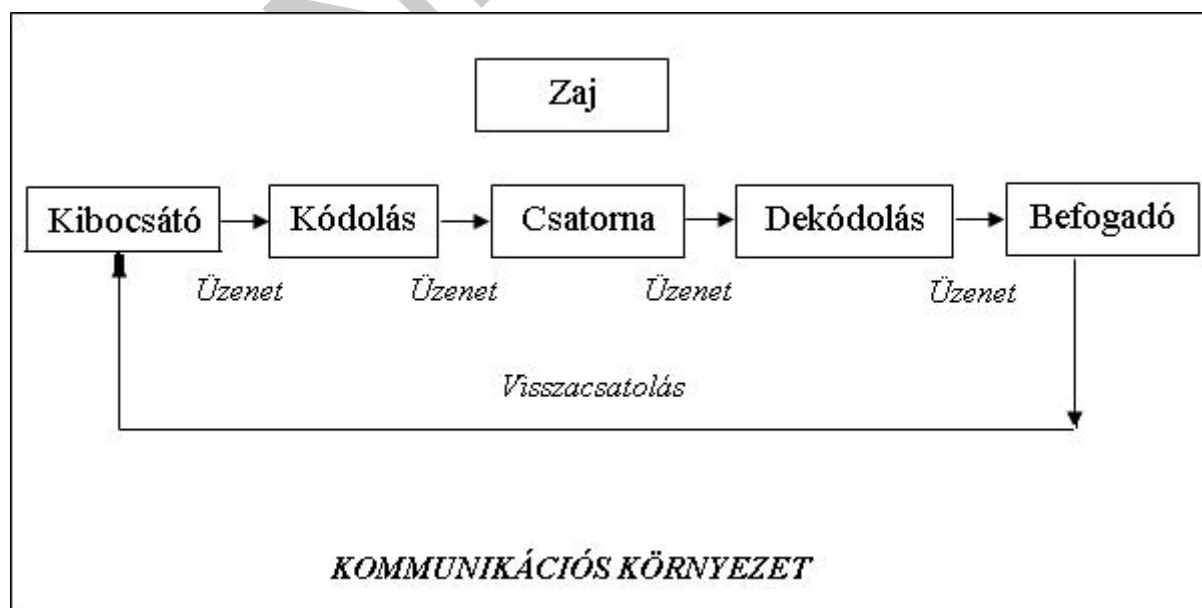
A kommunikáció információk közlése vagy cseréje valamilyen erre szolgáló eszköz, illetve jelrendszer (nyelv, gesztusok stb.) útján. Köznapi értelemben gyakran csak tájékoztatást, hírközlést értünk alatta.

Napjainkra komoly tudományterületté és önálló – ha nem a legfontosabb – iparággá vált. A kutatások alapvetően két irányba folynak:

- *A kommunikáció humán (emberi) vonatkozásaira irányulnak és a fogalmat, mint társadalmi viszonyt értelmezik;*
- *A folyamat és jelenség érdemi alapegységére, az információra vonatkoznak, annak matematikai törvényszerűségeire helyezve a hangsúlyt.*

A kommunikációs szakember – így az ügyfélszolgálati munkát végző is – a társas kapcsolatok világában él, így tanulmányaink során mi csupán a kommunikációs folyamat társadalmi aspektusaival és szabályszerűségeivel foglalkozunk.

A kommunikáció tehát bármilyen emberi, társadalmi rendszeren belüli információcserét jelent, megvalósulásának feltételeit és összetettségét jelzi az alábbi modell:



1. ábra. Warren Weaver-féle kommunikációs modell

A kommunikáció tehát társadalmilag meghatározott (pl. az ősember bizonyára nem használt még olyan fogalmakat, mint parlament, számítógép), a tudathoz kapcsolódó (pl. stop-táblát látva megállunk), folyamatként értelmezhető (pl. napilapban olvasható hírek avulása) kategória.²

Mindenféle kapcsolattartás alapvető eleme a partnerekkel való hatékony kommunikáció. A hivatásos kommunikátornak – így nekünk, ügyfélszolgálatosoknak is – tudatosan és folyamatosan össze kell egyeztetnünk mások (ügyfeleink) érdekeit az általunk képviselt szervezet érdekeivel.

2. A folyamat elemei

A kommunikációs folyamatnak három legfontosabb eleme:

- a kommunikátor, kibocsátó, adó – tehát aki információt bocsát ki,
- az üzenet, – tehát amit kibocsát a kommunikátor, az adó,
- a másik fél, a befogadó, a címzett, a vevő – vagyis akinek szól az üzenet.

Könnyű belátni, hogy bármelyikük hiánya lehetetlenné teszi a kommunikációt. Gondoljunk csak arra, hogy egy lakatlan szigeten hiába kiáltozik a hajótörött segítségért, nincs senki, aki meghallja, befogadja az üzenetét.

A kommunikáció klasszikus hatásmodellje szerint a kommunikáció ingerként éri a tudatot, amelyre az azonnal és közvetlenül reagál. A modern pszichológia és szociológia ma már túlhaladta ezt a rövidre zárt, lineáris láncot. Így a kommunikációs folyamat 7 állandó elemét különböztetjük meg:

1. a kommunikátor (valaki)
2. a kommunikáció tárgya (valamiről)
3. a közlés célja (valamiért)
4. a közlemény (valamit)
5. a közlés eszköze (valamilyen módon, eszközzel)
6. a befogadó (valakinek)
7. a kommunikáció hatása, eredménye (valamilyen hatással akar elmondani).

A kommunikációs folyamat jellemzői:

- dinamikusan előrehaladó (lineáris) folyamat, a benne résztvevő különböző jelek rendszert alkotnak,
- mindig egyszeri és ugyanúgy megismételhetetlen,
- rugalmas, mert a szituációtól, a partnerektől függően, hozzájuk alkalmazkodva módosulhatnak a csatornák, a kódok, s az üzenet is.³

² Forrás: Szeles Péter: Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 9–11.

³ Forrás: Szeles Péter: Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 11–19.

A kommunikációs folyamatban az üzenet valamilyen jelrendszeren közvetített formában (kódolva) érkezik a címzetthez. A kommunikáció csak akkor lesz eredményes, ha a dekódolás (vagyis az üzenet "megfejtése", megértése) is megtörténik.

3. Kommunikációs típusok, szintek

A kommunikáció a folyamat irányulása szerint lehet:

- interperszonális (személyközi) kommunikáció
- csoportkommunikáció (bizonyos szempontból homogén, meghatározható számú sokaság alkotja)
- tömegkommunikáció (nagy létszámú, heterogén, ún. arctalan tömeg, tagjai között kapcsolat nincs)
- interkulturális (kultúraközi) kommunikáció (különböző nyelvi, kulturális identitású közösségek közötti kapcsolat).

A kommunikációs alaphelyzet (a kibocsátó és a befogadó viszonya) szerint:

- közvetlen (direkt) kommunikáció – ha a partnerek látó vagy hallótávolságban vannak (megbeszélés),
- közvetett (indirekt) kommunikáció – ha a partnerek közt idő- vagy térbeli távolság van (pl. levelezés),
- kölcsönös kommunikáció – ha a partnerek mindegyike aktív (pl. üzenetváltás),
- egyoldalú kommunikáció – ha csak az egyik fél aktív (pl. előadás).

A vevő és az adó elkülönültsége foka szerint:

- primer (közvetlen) kommunikáció – nincs szükség semmilyen közvetítő eszközre (pl. személyes beszélgetés)
- szekunder kommunikáció – a kommunikátor (közlő) igénybe vesz valamilyen technikai eszközt (pl. könyv)
- terciér kommunikáció – a partnerek mindegyikének szüksége van valamilyen technikai eszközre (pl. tv-műsor).

A kódolás módja szerint:

- verbális kommunikáció – az üzenet természetes vagy mesterséges nyelven kódolva jut el az adótól a vevőig (pl. anyanyelv, szaknyelv, szleng, jelnyelv),
- nem verbális kommunikáció – mindazon kommunikációs események jellemzői, melyek a beszélt vagy írott nyelv határain túl vannak. Ide tartozik a metakommunikáció (testmozgások), a testi jellemzők és az érintkezéshez kapcsolódó viselkedés is.

A nem verbális kommunikációt nem szabad elszigetelt egységként tanulmányozni, hanem csakis a teljes kommunikációs folyamat elválaszthatatlan részeként. A nem verbális kommunikáció megerősítheti vagy gyengítheti, kiegészítheti vagy helyettesítheti, hangsúlyozhatja vagy szabályozza, s néha negligálja (érvénytelenné teszi) a verbális közlést.⁴

A verbális és a nem verbális kommunikációknak összhangban kell állnia egymással. Ennek hiánya csökkenti a kommunikáció sikerét, nehezítheti a megértést, bizalmatlanságot eredményez a partnerek közt. A hatásos kommunikációs tevékenységhez (beszédhez, telefonáláshoz, írásbeli közléshez) szervesen hozzátartozik, hogy nem verbális közléseinket is tudatosan ellenőrizzük és irányítsuk.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. Mi a hasonlóság és különbség a különböző kommunikációs csatornák alkalmazása közt?

A kommunikációs csatorna meghatározása kezdetben azt a közvetítő közeget jelölte, ami személyes észleléskor az információ cseréjét lehetővé tette. A technika fejlődésével a kommunikációs csatorna fogalma bővült és sokoldalúvá vált. A hír közlésének a legrégebbi történelmi időktől visszanyúlóan létezett közvetett formája is, értve ez alatt a hír olyan cseréjét, amikor a felek nem voltak jelen személyesen, tehát a személyközi kapcsolatba csatornaként beékelődött egy közvetítő elem. Ez lehet(ett) egy személy (pl. a futár, a hírnök), egy intézmény (pl. a levelet továbbító posta), s egyre inkább technikai eszköz illetve rendszer (a hangot továbbító telefon, a telefax, majd a számítástechnika jóvoltából az e-mail, az internet). Az elektronikus posta a hagyományos levélformát forradalmasította, az internet pedig a kommunikációnak egészen sajátos formáját hozta létre. A közös elem ezekben a csatornában, hogy a másik személy észlelése mindegyik esetben hiányos, bizonyos kódok – bár a technika fejlődésének eredményeként egyre kevésbé – kimaradnak.

Feladat: Hasonlítsa össze a személyes, telefonos és az írásos kommunikációt! Vízszintesen azonos szempontot követve töltsse ki a táblázat üres celláit!

⁴ Forrás: Szeles Péter: Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 20–33.

Személyes kommunikáció	Telefonos kommunikáció	Írásos kommunikáció
Totális benyomás: akusztikai, vizuális és egyéb csatornákon (tapintás, szaglás, tér- és egyensúlyérzékelés) érkező információk sokaságát ötvözi		
	Időben mulandó, pillanatnyi, térben kevésbé korlátozott, képes nagy távolságok áthidalására	
		A hallgatónak történő visszajelzés korlátozott, késleltetett
	Gyors gondolkodást, azonnali és nagyon precíz megfogalmazást követel	
A közlés minden eszköze szerepet kaphat a gondolatcserében: <ul style="list-style-type: none"> • A szókincs és a nyelvtani szabályok • A hangélmény (hangfekvés, érzelmi felhangok) • A látvány (környezet, öltözködés, demonstráció) • A mozgás (mimika, taglejtés, testtartás, hely és helyzetváltoztatás) • A tapintás • A szaglás (kísérő illatok) 		
		A szóbeli kommunikációnál tudatosabb, igényesebb nyelvi viselkedést igényel
	A normáktól kisebb-nagyobb eltérést megengedett	
		Szabályosabb, megformáltabb szerkesztés, összetett mondatok

2. ábra. A személyes, a telefonos és az írásos kommunikáció összehasonlítása

2. Kommunikációs stílus és gyakorlat

Akkor is kommunikálunk, ha nem tudunk róla, sőt akkor is, ha nem is akarjuk. Nem lehet nem tenni, de hatásával, következményeivel mindenképpen számolnunk kell. Előnyben vagyunk embertársainkkal szemben, ha képesek vagyunk jól csinálni, hátrányokat szenvedhetünk, ha képességeink e téren szerényebbek. Vágyak, célok, ambíciók beteljesülése, siker és eredmény függhet attól, hogy a partnert (pl. családtagot, barátot, munkatársat, ügyfelet) sikerül-e megnyerni magunknak, az ügyünknek, vagy kudarcot vallunk. Azok az emberek, akik jó kommunikációs készségekkel rendelkeznek, előnyben vannak azokkal szemben, akiknek ez a képesség kevésbé adatott meg. Szerencsére a kommunikációs készség fejleszthető, egyénileg vagy másokkal együttműködve gyakorolható.

Ismerjük meg erősségeinket (pl. helyes levegővétel, megnyerő mosoly, szép testtartás) és gyenge pontjainkat (pl. artikulációs hibák)!

Becsüljük és őrizzük meg, illetve használjuk ki értékeinket (pl. bársonyos hang, gazdag szókincs, harmonikus gesztusok)!

Tegyünk szert kellő önbizalomra és kitartásra, hogy meglévő adottságainkat képesek legyünk fejleszteni és interperszonális kapcsolatainkban sikerrel kamatoztatni!

Feladat: Tanulótársaival közösen, kis (4–6 fős) csoportban dolgozzanak. Tekintsék át a következő, 20 tulajdonságpárból álló listát. Előbb önmagukat, majd egymást pontozzák hatfokú skálán. Az 1-es azt jelenti, hogy a tulajdonságpár első tagja nagyon illik önre, társára, a 6-s azt, hogy pont a második jellemző. A 2-est, illetve 5-öst akkor választja, ha adott tulajdonság jellemző, de azért mégsem "telitalálat". Ha a párból egyik tulajdonság sem passzol, akkor is döntenie kell, adjon hármast, ha inkább az elsőt, 4-est, ha inkább a másodikat érzi elfogadhatóbbnak, jellemzi. A pontozást ki-ki önállóan végezze, majd hasonlítsák össze és elemezzék eredményeiket!⁵

⁵ Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 13–14.

Sor- szám	Tulajdonságpárok	Pontszámok (1-6)			
		saját			
1	kellemetlen a hangja – kellemes a hangja				
2	beszéde alig érthető – beszéde jól érthető				
3	szegényes a szókincse – gazdag a szókincse				
4	merev a tekintete – élénk, kifejező a tekintete				
5	barátságtalan – barátságos a mosolya				
6	merev az arca – élénk az arcjátéka				
7	rendezetlenek – harmonikusak a mozdulatai				
8	remeg a keze, ha ideges – kezei sosem remegnek				
9	beszéd közben gyakran gesztikulál - beszéd közben kezei mozdulatlanok				
10	beszédes – hallgatag				
11	rezzenéstelenül hallgat végig másokat – gyakran bólogat, fejet csóvál				
12	néha türelmetlenül dobol – kezeit oldottan tartja				
13	görnyedt a testtartása – szép a tartása				
14	lassan beszél – jó ritmusban beszél				
15	gyakran billeg, feszeng állás közben – stabilan áll				
16	hadar beszéd közben - jó ritmusban beszél				
17	néha elakad a lélegzete – nincs gondja a levegővétellel				
18	néha gúnyos a tekintete – néha megértő a tekintete				
19	zavarba jön, ha mások szemébe néz – szemkontaktust tart				
20	néha felemeli a hangját – sose emeli fel a hangját				

*3. ábra. Kommunikációs erősségek gyakorlat***3. A nem-verbális kommunikáció a gyakorlatban**

Nyitott szemmel járva szokásos napi útvonalunkon, igen sokat tanulhatunk mások nem-verbális kommunikációjának megfigyeléséből, elemzéséből. Végezhetünk – egyedül vagy tanuló társainkkal közösen – tanulságos, másokat nem sértő kisebb kísérleteket is, megfigyelve, hogyan reagálnak az emberek tudatosan megválasztott, módszeresen variált nem-verbális üzeneteinkre.

Feladatok: Néhány napon át, különböző élethelyzetekben az a, b, és c pontokban megadott szempontok szerint folytasson megfigyeléseket! Tapasztalatiról készítsen rövid, tényszerű feljegyzést. A gyűjtőmunka során szerzett tapasztalatokat tanári irányítással tanuló csoportban dolgozzák fel, a legjellemzőbb helyzeteket, mozdulatokat játsszák is el!

a) Figyeljen meg öt férfit és nőt, amint gyalog mennek (pl. sietnek vagy sétálnak) az utcán vagy felszállnak valamilyen közlekedési eszközre! Nézze meg alaposan testtartásukat ülés vagy állás közben, ahogy a felső testüket tartják, ha ismerőssel közösen vagy egyedül mennek vagy utaznak, ahogy keresik vagy kerülnek mások tekintetét menet-, illetve beszéd közben.

b) Egy viszonylag üres térben (pl. üzlet, mozi előcsarnoka) egy beszélgetés során lépjen be a partner személyes terébe. Lépjen néhány centiméterrel közelebb, mint ami szokásos lenne és figyelje meg a reakciókat!

c) Figyelje meg, hogy az arcára kiülő hangulata miként befolyásol másokat! Nyilvános helyen, pl. postán, boltban vagy buszmegállóban tájékozódási céllal szólítson meg ismeretlen embereket. Egyik alkalommal legyen sugárzóan vidám, mosolygós, másik alkalommal aggódó, szomorú, harmadszor "érzelemmentes".

Megoldások:

1. feladat: Táblázat kiegészítése

Személyes kommunikáció	Telefonos kommunikáció	Írásos kommunikáció
	Az élőbeszéd korlátozott változata, az akusztikai benyomást (verbális üzenet tartalmát és a hangélményt) a technikai feltételek erősen befolyásolják	A hangzó beszéd átváltása írásjelekre, vizuális, térbeli benyomás
Időben mulandó, pillanatnyi, szűkebb hatókörű, helyhez kötött ("A szó elszáll...")		Időben, térben kevésbé korlátozott
A hallgatónak többféle visszajelzési lehetőséget kínál (verbális és nem verbális módon)	A hallgatónak lehetősége van az azonnali visszajelzésre, de a módja korlátozott (csak akusztikai eszközök)	
Gyors gondolkodást, azonnali megfogalmazást igényel		Van idő a gondolkodásra, a felkészülésre
	A kifejezőeszközök köre korlátozott: <ul style="list-style-type: none"> • A szókincs és a nyelvtani szabályok • A hangélmény erőteljesen befolyásol: kellemes hangfekvés, jól érthető kiejtés, értelmezést segítő hangsúlyozás, frappáns szóhasználat, érzelmi felhangok • A háttérzaj is információkat hordoz (időnként külön magyarázatot igényel) 	A kifejezőeszközök köre korlátozott: <ul style="list-style-type: none"> • A szókincs és a nyelvtani szabályok • A zenei elemek, gesztusok csak korlátozott mértékben, áttételesen jelennek meg (pl. hangutánzó, hangulatfestő szavak, írásjelek)
Részben ösztönös nyelvi viselkedés	Körütekintő fogalmazást, kontrollt igénylő nyelvi viselkedés	
A normáktól kisebb-nagyobb mértékű eltérés		Szigorúbb normák
A telefonos és az írásos kommunikációnál lazább, szabálytalanabb szerkesztés, hosszabb mondatok	A személyes kommunikációnál szabályosabb, megformáltabb szerkesztés, rövid, könnyen érthető mondatok.	

4. ábra. A személyes, telefonos és írásbeli kommunikáció összehasonlítása

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK**1. feladat**

Sorolja fel a kommunikációs folyamat legfontosabb 7 elemét!

Megoldás 1.

2. feladat

Hasonlítsa össze az írásos és a telefonos kommunikációt! Soroljon fel legalább 5-5 előnyös, illetve hátrányos tulajdonságát mindkettőnek!

Megoldás

Írásos kommunikáció előnyei:

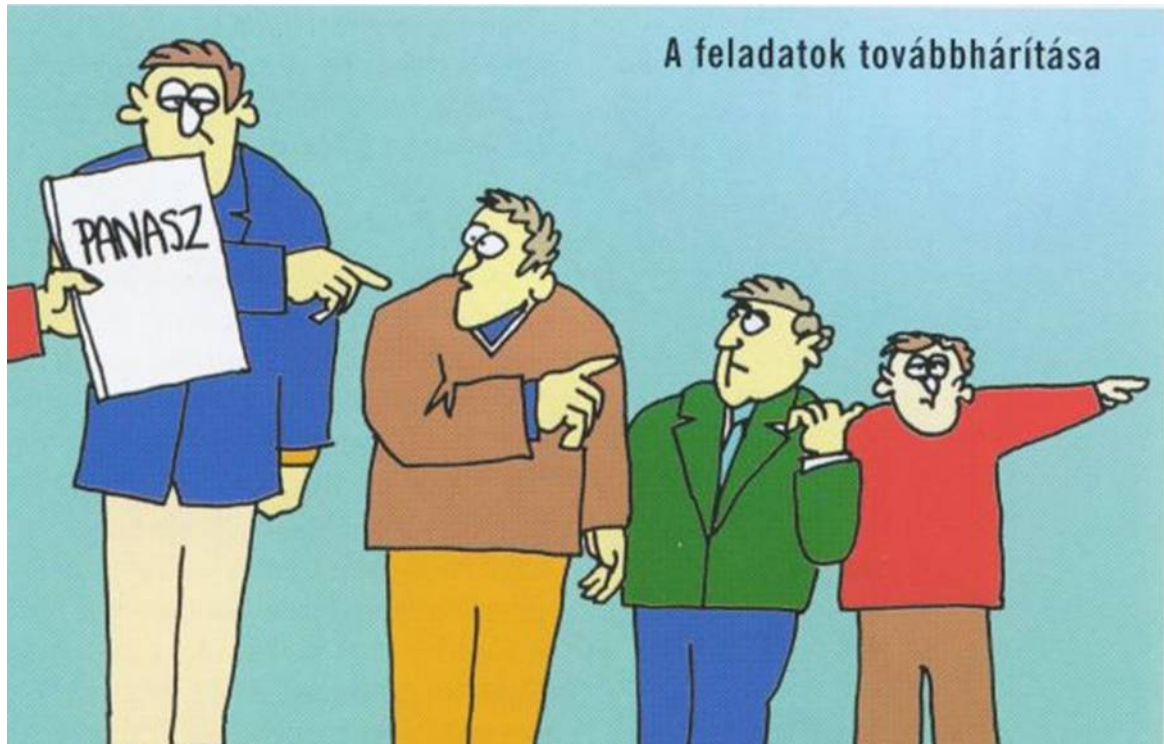
Telefonos kommunikáció előnyei:

<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

Írásos kommunikáció hátrányai:	Írásbeli kommunikáció hátrányai:

3. feladat

A képen bemutatott szituáció segítségével igazolja, hogy néha meg sem kell szólnunk ahhoz, hogy a másik fél pontosan értsen bennünket! Értelmezze a képen látható 4 ember nem-verbális üzeneteit! A feladatot írásban oldja meg!



5. ábra. Beszédarcok és gesztusok⁶

Megoldás 3.

A szituáció komplex értelmezése:

A képen látható nem-verbális üzenetek:

a) _____

⁶ Forrás: Arany Ferenc: Az ügyfélszolgálat működési kockázatainak kezelése = CEO Magazin, 2003/5. p. 40.

b) _____

c) _____

d) _____

MUNKANYAG

MEGOLDÁSOK

1. feladat

- a kommunikátor (valaki)
- a kommunikáció tárgya (valamiről)
- a közlés célja (valamiért)
- a közlemény (valamit)
- a közlés eszköze (valamilyen módon, eszközzel)
- a befogadó (valakinek)
- a kommunikáció hatása, eredménye (valamilyen hatással akar elmondani).

2. feladat

Az írásos kommunikáció előnyei pl.:

- maradandó(bb)
- általában több idő van a megírásra, van mód a felkészülésre, javításra
- szemléltetésre is alkalmas (pl. kép, grafika)
- sokszorosítás
- a partnereknek nem kell egy időben, egy helyen lenniük

A telefonos kommunikáció előnyei pl.:

- hang alapján történő felismerés, azonosítás
- gyors információcsere
- azonnali visszacsatolás
- térben határtalan
- érzelmeket is közvetít

Az írásos kommunikáció hátrányai pl.:

- időigényesebb a beszédnél
- egyoldalú kommunikáció
- gyakran túl hivatalos a megfogalmazás
- a kommunikációs partnerek személye bizonytalan lehet (más készíti el, mint akinek a neve van rajta)
- elévülés

A telefonos kommunikáció hátrányai pl.:

- a szó elszáll (de: hangrögzítés)
- gyakori a félreértés, elhallás
- megszakadhat a hívás
- háttérzaj nehezítheti a megértést

- a kommunikációs partnerek eltérő helyszínen, körülmények közt vannak

3. feladat

Szervezetben belül senki sem akarja vállalni az ügyféltől érkezett panasz kivizsgálását, megoldását.

Kék kabátos úr: Felhúzott vállak, összeszorított száj, megfeszített áll – harag, ellenszenv kifejezése (pl. "Mit képzelnék!") Parancsolóan lefelé, valószínűleg a beosztott felé mutató ujj – "Intézzé el!"

Barna pulóveres úr: Behúzott vállak (aggódás), kissé nyitott száj, tétova, felfelé néző tekintet, a mutatóujj figyelmeztetően megemelve – "A főnök azt akarja, nagyon gyorsan intézzé el!"

Zöld kabátos úr: Könnyedén, válla felett hátrabök, arcán nincs se ijedség, se sürgetés, inkább csak a nagyfőnökre – biztonságos távolságból való odafigyelés – "A főnök megint átpasszolt valamit, fogja!"

Piros pulóveres úr: Semmi harag, nem nagyon érdekli a dolog – "Hogy mik vannak!"

A SZERVEZETI KOMMUNIKÁCIÓ, MINT KOMPLEX RENDSZER ÉRTELMEZÉSE.

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Amiben hiszünk - Telenor - Windows Internet Explorer

http://www.telenor.hu/telenor-magyarorszag/misszio/

Amiben hiszünk - Telenor

telenor LAKOSSÁGI KISVÁLLALKOZÓK VÁLLALATOK INTERNET RÖLUNK

Írd be a keresett kifejezést!

Telenor csoport Telenor Magyarország Vállalati felelősségvállalás Hírek és média Karrier ENGLIS

Amiben hiszünk

Stratégiánk

Amivel foglalkozunk

Digitális Magyarország

Céginformációk

Elismeréseink

Amiben hiszünk

Fejlesztéseink középpontjában ügyfeleink igényei állnak. Megoldásaink megkönnyítik az emberek életét, egyúttal hozzájárulnak az ország gazdasági és társadalmi fejlődéséhez is. Számunkra a mobilszolgáltatás ezért többet jelent egyszerű technológiánál. Hisszük, hogy a mobilkommunikáció egyszerre lehet a gazdaság katalizátora és a társadalmi felzárkózás fontos összetevője.

jogi közlemény / általános szerződési feltételek és azok módosításai / menüterkép / kapcsolat

TELENOR MAGYARORSZÁG ZRT. 2010 © MINDEN JOG FENNTARTVA.

6. ábra. Telenor Magyarország hitvallás és stratégia⁷

"Amiben hiszünk: Fejlesztéseink középpontjában ügyfeleink igényei állnak. Megoldásaink megkönnyítik az emberek életét, egyúttal hozzájárulnak az ország gazdasági és társadalmi fejlődéséhez is. Számunkra a mobilszolgáltatás ezért többet jelent egyszerű technológiánál. Hisszük, hogy a mobilkommunikáció egyszerre lehet a gazdaság katalizátora és a társadalmi felzárkózás fontos összetevője.

⁷ Forrás: <http://www.telenor.hu/telenor-magyarorszag/misszio/> (mentés: 2010.08.09.)

Stratégiánk: Célunk, hogy Magyarország kedvenc mobilszolgáltatójává váljunk. Ennek eléréséhez minőségi mobil szélessávú szolgáltatásokat nyújtunk a lakossági ügyfeleknek és az üzleti szektornak egyaránt, illetve tovább növeljük vezető szerepünket a hangalapú szolgáltatások piacán is.

Feladatunknak tekintjük, hogy olyan termékeket és szolgáltatásokat nyújtsunk, amelyek megfelelnek ügyfeink igényeinek, és használatuk megkönnyíti a napjainkban elengedhetetlen kapcsolattartást. Legyen szó akár mobilhívásokról, akár internet-elérésről, segítségünkkel ügyfeink értéket jelentő, a társadalom és a jövő generáció számára is hasznos tevékenységet végezhetnek."⁸

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

1. A vállalat mint szervezet

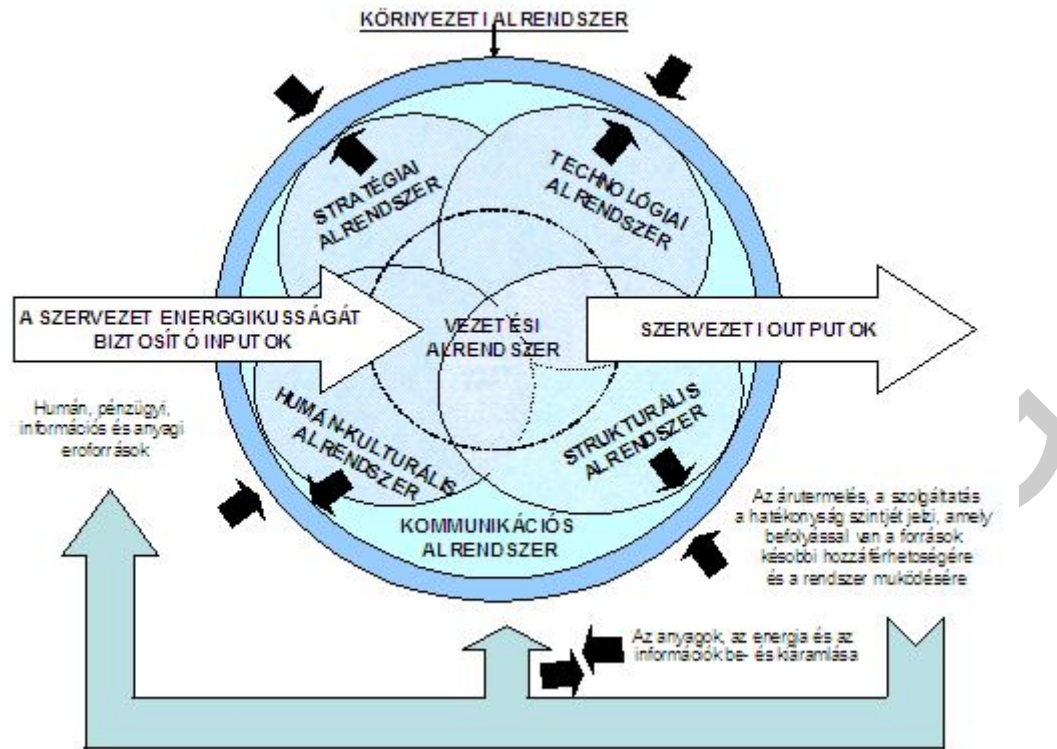
A szervezet több személy tevékenységének ésszerű koordinációja valamely közös, kinyilvánított szándék vagy cél megvalósítására a munkamegosztás és a tevékenységi körök megosztása, a tekintély és a felelősség hierarchiája alapján.

A szervezet alatt olyan ember-, gép- és információ-rendszert értünk, amelyet

- jellemez a társadalmilag elfogadott célja,
- szerkezettel rendelkezik,
- speciális funkciókat alakít ki,
- környezetével folyamatos kölcsönhatásban van.

A szervezet a nyílt rendszerek olyan típusa, amely integrálja a természeti és társadalmi rendszerek funkcióit, működésében pedig az élő rendszerek törvényszerűségeinek engedelmeskedik.

⁸ Forrás: <http://www.telenor.hu/telenor-magyarorszag/misszio/> (mentés: 2010.08.09.)



7. ábra. A szervezet mint önálló alrendszerek halmaza⁹

Az eredményesen működő szervezetek legfőbb érdeme abban keresendő, hogy tagjai – megfelelő módon kapcsolatba lépve egymással – többre képesek, mint egyenként. A szervezetbe életet az emberek visznek, nélkülük csak üres váz. A szervezet tagjai nem csupán kapcsolatban vannak egymással, hanem kölcsönösen függenek is egymástól, vagyis egyik tevékenysége a másikat feltételezi és viszont.¹⁰

2. A vállalati kommunikáció fogalma

A vállalat mindennel kommunikál, mindennel, amit tesz, gyárt, szolgáltat, végez, és minden szavával, minden (kommunikációs) megnyilatkozásával.

A vezérigazgató nyilatkozata, utasítása vagy beszéde ugyanúgy számít, mint a vevőszolgálaton vagy call centerben ügyfelekkel közvetlen kapcsolatban álló munkatárs tájékoztatása, a tv-film vagy újsághirdetés üzenete, illetve a vállalat szervezett kommunikációs (szakmai) tevékenységei (marketing-kommunikáció, public relations, üzleti adminisztráció).

A szervezeti (vállalati) kommunikáció tehát egy adott szervezet viselkedése a környezet vonatkoztatási keretében, a szervezet tervezett és spontán aktivitásainak összessége.

⁹ Forrás: Szeles Péter: Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 37–41.

¹⁰

A vállalat stílusán a szervezet látható, tapasztalható és megismerhető magatartását értjük.

Minden szervezetet külső és belső környezete – cél- és érdekcsoportjának tagjai, pl. vevői, üzleti partnerei, versenytársai, alkalmazottai – aszerint értékelnek, hogy

- a szervezet milyen tevékenységet folytat (l. mit tesz),
- hogyan teszi azt (l. vállalati magatartás),
- mit tud a szervezet működéséről (saját tudás + tapasztalat + közzétett információk)

Mindebből következik, hogy a vállalati kommunikáció legalább annyira információtovábbítást, mint sokszínű kapcsolattartás jelent.¹¹



8. ábra. A szervezet totális kommunikációja

3. A vállalati belső kommunikáció

"A vállalati belső kommunikáció célját és értelmét a vállalat működőképességének biztosítása és szolgálata jelenti. Ezt – humán aspektusból – talán legszembetűnőbben a világhírű válságmenedzser, Jan Carlzon fogalmazta meg:

- Az ember számára az a legfontosabb, hogy tudja és érezze: szükség van rá.
- Minden ember azt szeretné, ha egyénként kezelnék.
- Azzal, hogy valakinek megadjuk a felelősségvállalás szabadságát, olyan energiákat szabadítunk fel, amelyek egyébként rejtve maradnának.

¹¹ Forrás: Szeles Péter: Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 42–56.

- Akinek nem áll rendelkezésére információ, az nem vállalhat felelősséget. De akinek biztosítják az információkat, az szükségképpen felelősséget vállal."¹²

4. A vállalati kultúra

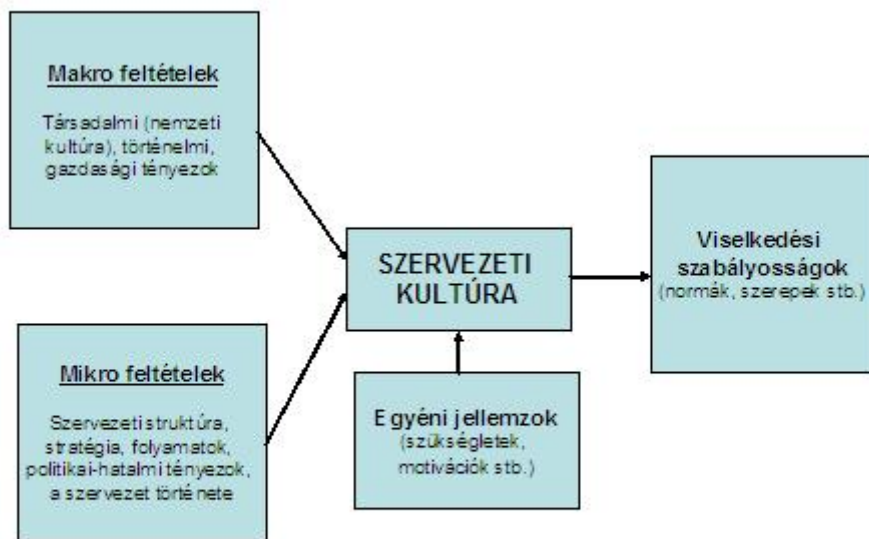
A vállalati kultúra a vállalat vezetői és munkatársai számára érvényes érték- és normarendszert tartalmazza, és az általuk követendő magatartásra tesz ajánlásokat.

A szakirodalom a vállalati kultúra 7 elemét különbözteti meg:

- Értékek, amelyeket a szervezet tagjai elfogadnak és követnek (pl. innovációhoz, hagyományokhoz való viszony, vezetői szerepfelfogás)
- Az információgyűjtéssel és feldolgozással kapcsolatos felfogás (pl. információáramlás iránya, hozzáférhetőség)
- Az elgondolások, célok, ötletek, utasítások létrehozásának és közreadásának módja (pl. nyilvánosság, kötelezőség)
- Az ötletek, elgondolások értékelésének formái, a kockázatvállalás foka, módja (pl. félelem a kudarcból)
- A vezetők és a beosztottak közti kooperáció alakulása (pl. erős-e a belső hierarchia, egyéni és csoportmunka aránya)
- A vállalathoz való lojalitás mértéke (pl. vélemény a vállalatról, milyen időtávra szól az alkalmazás, könnyen elcsábíthatók-e a dolgozók egy kedvező, külső ajánlattal)
- A motiváció alakulása (pl. felelősségvállalás, szabálykövetés mértéke, munkamorál)

A kultúra elemei az emberi érintkezéssel, a kommunikációval terjednek.

¹² Forrás: Szeles Péter: Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 62–63.



9. ábra. A kultúra kapcsolati rendszere

Az erős vállalati kultúrák az összetartozás érzetét sugallják, a munkatársak "félszavakból" is értik egymást, a formális szabályzatok szinte feleslegessé válnak.¹³

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

Tanulótársaival közösen válasszanak ki három különböző üzleti területen tevékenykedő nagyvállalatot (pl. mobilszolgáltatót, pénzügyintézetet, közszolgáltatót), s elemezzék, értékeljék szervezeti kommunikációjukat a következő kérdések szóban történő megválaszolásával!

1. Milyen tevékenységet folytatnak?
2. Hogyan – milyen célok, hitvallás és értékrend mentén – működnek?
3. Ön(ök) mit tudnak, tapasztaltak és másoktól mit hallottak a szervezet működéséről? (saját tudás + tapasztalat + közzétett információk)

¹³ Forrás: Szeles Péter: Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 94–105.

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

Döntse el, hogy a felsorolt állítások közül melyik igaz, melyik hamis!

1. feladat

Az eredményesen működő vállalatok legfőbb érdeme abban keresendő, hogy tagjai – megfelelő módon kapcsolatba lépve egymással – többre képesek, mint egyenként.

Megoldás 1.

- igaz hamis

2. feladat

A vállalat mindennel kommunikál, mindennel, amit tesz, gyárt, szolgáltat, végez, és minden szavával, minden (kommunikációs) megnyilatkozásával.

Megoldás 2.

- igaz hamis

3. feladat

A vállalati kultúra egy, a vállalat alapítása óta vezetett krónika, ami tartalmazza az alapítók által megfogalmazott hitvallást, bemutatja a kezdetektől gyártott legfontosabb termékeket, elért eredményeket.

Megoldás 3.

- igaz hamis

4. feladat

A vállalat stílusán a szervezet látható, tapasztalható és megismerhető magatartását értjük.

Megoldás 4.

- igaz hamis

5. feladat

A szervezeti belső kommunikáció döntően írásos formában, szervezetileg szabályozott csatornákon folyik, jellemzően vezető-beosztottak közti információcserét jelent.

Megoldás 5.

- igaz hamis

MEGOLDÁSOK

1. feladat:

igaz

2. feladat:

igaz

3. feladat:

hamis

4. feladat:

igaz

5. feladat:

hamis

MUNKANYAG

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony megoldása. Gold Invest Tanácsadó Kft., 2000.
- Bohonné Keleti Katalin: Elégedett az ügyfél? PublicPress Kft., 2005.
- Erdei Magdolna: Őfelsége az ügyfél. Gereblye, 2001.
- Kovács Tünde: Az ügyfélszolgálat művészete. Stratégiai Kommunikációs és Tanácsadó Iroda, 2000.
- Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Telefonos ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Ügyfélszolgálat felsőfokon. Z.Press, 2005.
- Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Wellemin, John: Az ügyfél szolgálatában. SHL, 1998.

AJÁNLOTT IRODALOM

- Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Telefonos ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.

A(z) 2567-06 modul 001-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
52 347 03 0100 31 02	Telefonkezelő, ügyféltájékoztató
52 347 03 0100 52 01	Telemarketing asszisztens
52 347 02 0000 00 00	Személyes ügyfélszolgálati asszisztens
52 347 03 0000 00 00	Telefonos és elektronikus ügyfélkapcsolati asszisztens

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

10 óra

MUNKANYAG

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1–2008–0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210–1065, Fax: (1) 210–1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató