

ตามแผนภูมิที่ดูว่าตัวอย่างโดยจะรวมเร่งด่วนในไทย
เชิงอนุพลเพื่อเป็น
มาตรฐานที่จะช่วย
รองรับการมีความพึง

planet

หน้า ๑๗

๗๔

สิ่งสำคัญ
มีความต้องการ
อย่างรุนแรง
และพัฒนา
ศักยภาพ
ผู้นำ แห่ง
ภารกิจ

กลยุทธ์สื่อสารพูน้ำขันไฟ
Think on your feet สร้างความเชื่อมั่นของคุณ

- เมื่อผู้นำตัดใจ...แต่ปราศจากหักหงส์สื่อสารที่ดี
 - เผชิญภาวะกดดัน-เมื่อไม่เป็นโอกาสได้เตรียมตัว
 - แต่บุ่งหัวงสร้างความเชื่อมั่นให้องค์กรทั้งภายใน+ภายนอก
 - ต้นเหา ทางออกของผู้นำ กับ ระบบตัด-สื่อสารอย่างเป็นระบบ Think on your feet

ในการบริการดูแลผู้ป่วยในองค์กรทุกรายดับ มีภารกิจสำคัญใน
การนำพาองค์กรให้ก้าวเดินอยู่ต่อไป สิ่งที่ห่วงใยคือสัมภาระและภาระ
ความเสี่ยงมั่นคงและคุณภาพ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทางเลือกสาร
ภายนอกองค์กรที่ดีจะเป็นมาตรฐานสู่การบริหารงานของบุคคลและภาคบุคคล
คนเก่งไว้กับองค์กร กระซิบให้เรียนรู้ความงามและความสำราญในการอธิบ
ดี สร้างสรรค์และทุ่มเททำงานให้กับองค์กร ในขณะเดียวกันการ
สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีให้กับบุคคลในองค์กร ให้ความสนับสนุนและ
ผลักดันให้บุคคลสามารถแสดงความสามารถและศักยภาพ ให้ความรู้และ
ประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับบุคคลในองค์กร ให้ความสนับสนุนและผลักดัน
ให้บุคคลสามารถแสดงความสามารถและศักยภาพ ให้ความรู้และ
ประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับบุคคลในองค์กร ให้ความสนับสนุนและผลักดัน

“มีงานวิจัยเบริชชั่นได้ติดอันดับ Fortune 100 ราย ด้วยที่จะทำให้เป็นผู้นำที่ดี นอกจากต้องเก่งและรักลูกยิ่งกว่าเดิม สามารถแล้วยังต้องมีทักษะการสื่อสารเก่งและดี เพราะการเรียนรู้ต่อความเชื่อถือของลูกน้องและทีมงาน รวมทั้งความรู้ธุรกิจอีกด้วย” ดร.瓦สิตา บุญลาภ อารามย์ปาร์ค ห้าหัวพยากรณ์มนุษย์และรองผู้อำนวยการสำนักวิจัยสถาบันบริหารศาสตร์ (ผู้ดี) บอก ในงานเสวนา “การสื่อสารที่สร้างความเชื่อมั่นในภาวะวิกฤต จัดโดยคณบดีพัฒนาฯ นิด้า เมื่อเร็วๆ นี้

ความเชื่อมั่นองค์กร

รวมการผู้จัดการ และที่ปรึกษาอาวุโส บริษัท AcComm International อัจฉรา อุ้ยเจริญ ยังได้ให้เชื้อคิด เกี่ยวกับการถือส่วน ในการสร้างความเชื่อมั่นขององค์กรทั้งภายใน กว่า สิ่งสำคัญที่สุด คือ ผู้นำ บรรยากาศ ขององค์กร เพราะทั้งพนักงานและบุคคล ความเชื่อมั่นขององค์กรมักมองมาที่ผู้นำเป็นหลัก โดยในองค์กรถือเป็นศูนย์กลาง สำหรับบุคคล ทุคน ลูกค้า ก็มักมองทั้งผู้นำและตัวแทน ให้เชื่อถือกับบุคคลภายนอก

การออกใบประกันภัยจำเป็นที่ต้องติดต่อ
ประกวด ดังนั้นถ้าหากไม่ให้ความสำคัญ
ร่างความเรื่องนั้น ก็จะมีผลต่อภาพลักษณ์
ของคุกคามนานขนาดใหญ่เท่านั้น รวม

ไปถึงการรักษาภัยพุดก์เมืองข้อหงส์ เพราะการลัญญาไปแล้วและสามารถทำได้ ขณะเดียวกันก็ต้องมีความชัดเจนเข่นกัน เพราะบางครั้งผู้เสื่อมาร์มีชัดเจน ก็มีผลต่อความเชื่อของคน"

ទំនាក់ទំនង D2



ເລີ່ມຕົ້ນກົດລັບໄລນ໌ !
ເອົາເລີຍ 02-629-4488 ແລະ 2126-2130

ສານກົກ ດັບນັກບໍທາວ ບໍ່ທີ່ 123
ຊູນອົວກໍາຈັດຊູນຫລິນ

ຕາສຕຣາຈາດຍົ່ງເກີນ
ວະແນບະສິບ

D4

D5

3G TOT ชิงลงมือก่อนย่อมไม่ได้เปรียบ

ໂຕຍ...ເກີບຍວທົກ
ໃຫຍມຕະກະລອດຍ

“ອົກຮັກໜີ” ຮຸកເກຣມທີ່ກ່າວພື້ນຖານ
ສຽງເຕັກໂນໂລຢີ

The D3 logo consists of the letters 'D3' in a bold, white, sans-serif font. The letter 'D' is positioned above the number '3'. A thick, red, wavy line starts from the bottom right corner of the 'D' and sweeps upwards and to the left, ending at the top right corner of the '3'. The background behind the logo is a blurred photograph of four people in professional attire.

D3

D5

వరదేశ లెసిస్ రోడ్ పోస్ట్

ព្រៃនុយោបល់សារពូហ័ន្ធិនទេ
ព័ត៌មានអាជីវកម្ម គ្រប់គ្រង និងរៀបចំ
ព័ត៌មានអាជីវកម្ម គ្រប់គ្រង និងរៀបចំ

ຕ້ອງຈາກහັນ້າ D1

ที่ปรึกษาอาวุโส คนเดิม บอกอธิกว่า การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นกับบุคลากร จำเป็นต้องวิเคราะห์ และชูใจคนฟัง โดยเฉพาะในภาวะวิกฤต พนักงานมักได้ยินข่าวลือจากภายนอกจากการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ ที่เกิดจากพนักงานพอดีกันเองหรือข่าวสารจากลือต่างๆ

ผู้นำองค์กรจำเป็นต้องรักษาความเชื่อมั่น
และจูงใจให้พนักงานเชื่อในสิ่งที่ผู้นำสื่อสารไว้
พึงว่า เป็นข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด ไม่ เช่น กัน พนัก
งานก็จะเลี่ยงข้อมูลกำลังใจ โดยเฉพาะผู้นำที่คิด
เก่งและสื่อสารถ่ายทอดไม่ดีมีจำนวนนวนมาก โดย
เฉพาะการสื่อสารที่มีเป้าหมายสร้างความเข้าใจ
แต่ส่งผลให้เกิดความขัดแย้ง โดยไม่ได้ตั้งใจเจ็บ
จำเป็นเมื่อลักษณะและมีวิธีการ"

Think on your Feet
คิด-สื่ออย่างเป็นระบบทันท่วงที

กรรมการผู้จัดการ AcComm & Image
บอกต่อไปว่า เนื่องจากในชีวิตส่วนตัวและในการทำงาน มักเสียโอกาสในการสร้างความเข้าใจกันในการทำให้ลูกค้ายอมรับในข้อมูลและสินค้าหรือบริการของเรา โดยไม่สามารถทำให้ผู้บริหารยอมรับในความคิดที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรของเรา เจรจาต่อรองแล้วไม่เป็นผลและความเชื่อมั่น ศรัทธา (Trust) จึงจะไปเพียง เพราะคิดและสื่อสารไม่ทัน ทำให้ต้องสูญเสียความสัมพันธ์ที่ดี เพราะการตอบกลับแบบใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล และการจะใจอย่างเป็นระบบ รวมถึงผู้บริหารระดับผู้นำที่เก่งในการคิดและสื่อสารไม่ดี สามารถนำเอาหลักการสื่อสารแบบ Think on Your Feet อันเป็นหลักการที่มีการเรียบเรียงความคิดและสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

เริ่มจากการวิเคราะห์ทัศน์ฟังเป็นอันดับแรก โดยวิธีการแรก คือ จะต้องรู้ในสิ่งที่ผู้ฟังคาดหวัง(Hope) ตามด้วยความกังวลใจ(Fear) ขณะเดียวกันถ้าหากมีเวลาให้ต้องค่อยวิเคราะห์ข้อมูลประวัติของผู้ฟัง วิธีการต่อมา คือ ต้องจัดโครงสร้างการพูดที่ดี (Speech Structure) โดยอาจแบ่งออกเป็นมิติต่างๆ เช่น ก้านบาก ด้านลบ และมิติการประสานด้านบวก ละด้านลบ หรือ การแบ่งออกเป็นขั้นตอนๆ Step by Step) ชัดเจน จะทำให้คนฟังเชื่อถือ พูดได้เป็นอย่างดี เพราะการพูดเป็นภาระสร้างได้แสดงว่า ผู้พูดรู้ว่าตัวกำลังพูดอะไรอยู่นั่นเอง

“จากประสบการณ์ เคยเห็นผู้ที่อภิมหาอำนาจผลงานที่ได้ตั้งอกตั้งใจสร้างมา ถึงแม้จะเตรียมการอย่างดี ก็ยังเจอผู้บริหารยิงคำรามที่คิดไม่ถูก ทั้งการตรวจสอบคำรามและภาษาที่มีมั่นใจที่สื่อออกไป มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ตบอนอย่างมาก ทั้งที่เขามีความคิดที่ดีมากยกแต่การถ่ายทอดความคิดในภาวะเช่นนั้น มิใช่เรื่องง่าย การสื่อสารเพียงไม่กี่ประโยค มิลุตต่อผู้ฟังสาร และในบางสถานการณ์ส่งผลต่องาน ต้องคิด แล้วความรู้สึกของบุคคลภายในกองค์กรที่มีต่อองค์กรอีกด้วย”

นอกจากนี้ ในการสื่อสารแต่ละชุดแบบ Think on your feet มีหลักการว่า ไม่ควรสื่อสาร อ้อมูลในแต่ละชุด มากกว่าสามประเด็น นั่นเป็น ประเด็นสามประเด็น ง่ายต่อความเข้าใจ และการ ง่ายใจ เพราะคนเราจะคุ้นเคยกับสามข้อ หรือ สามประการจากที่เราได้เคยรับฟังผู้สื่อสารแล้ว ง่ายและงุนใจปอยครั้งเราจะเห็นว่าพากษา ง่าย ตามมุมมองเท่านั้น พูดถึงสามประเด็น และสามมุมมองเท่านั้น แต่ในที่สุดแล้ว ที่สำคัญที่สุดคือ “The

"สิงที่ใกล้ตัวที่เห็นได้ชัดๆ เกี่ยวกับ "The technique of 3" เช่น ละครัยเป็น สามหนุ่ม สามมوم วงนักร้องเช่น สามโภก สาว สาว สาว

ลายครั้งแต่มักจำชื่อคนแรกทั้งเจดไม่ค่อยได้
ตทุกที่เป็นเช่นนั้น เพราะมากว่า ๔๕

ขณะเดียวกัน หากต้องการสื่อสารให้คน
ร่วมมือหรือจูงใจให้ปฏิบัติตามนั้น เอ็มดี ของ
eComm & Image International แนะนำว่า
อาจารย์ จะต้องทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจก่อน
พระคณเจ้าทำอะไร โคลล้อยตามอย่างแรกต้อง^ก
เกิดความเข้าใจ ข้อสอง ควรรีบพูดจากมุมมอง
ของคนฟังก่อน เพื่อแสดงความเข้าใจในมุมมอง
ของคนฟังก่อนแล้วค่อยเชื่อมต่อเข้ากับมุมมอง
ของเรา โดยเฉพาะคนที่ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง
พระเห็นว่าไม่ส่งผลต่อตนเอง

"ถ้าหากวิเคราะห์แล้วว่า คนกลุ่มนี้ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงก็ควรเริ่มสื่อสารจากมุมมองของคนพังก่อน อย่างเช่น คุณหรือผู้ผลเข้าใจว่าที่ผ่านมาในเรื่องการเปลี่ยน แปลง ทำให้คุณได้รับผลกระทบ หรือจากประสบการณ์ของคุณ ทำให้มองการเปลี่ยนแปลงเป็นแบบนี้"

สโตร์ลีอสาร์แบบ 7 Eleven
เพิ่มความถี่+ต่อเนื่อง

ทางด้านผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ
แฟรนไชส์ “วรเดช เลิศโภจน์ปัญญา” บริษัท ซีพี
ออลล์ จำกัด (มหาชน) จำกัด กล่าวถึง การ
สื่อสารของซีพีออลล์ที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับ
องค์กรว่า เนื่องจากเซเว่นอีเลฟเว่นมีสาขา
จำนวนมากร้าวประเทศ ดังนั้นจึงเป็นโจทย์
ใหญ่อันดับแรก คือ สื่อสารอย่างไรให้พนักงาน
และทีมงานที่มีอยู่แต่ละสาขาจำนวนมากเข้าใจ
ตรงกันอีกทั้งสายบังคับบัญชาขององค์กรก็มีหลายชั้น
 เพราะผู้บริหารระดับสาขาหนึ่งคนจะต้องดูแล
สาขาหลายแห่ง

จึงเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยกลยุทธ์การสื่อสารลำดับที่ใช้ คือ เน้นความถี่ และต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจได้โดยง่าย และเป็นภาษาทั่วไปแบบ อารี ช่องทาง อิมเมล์ โทร. โทร. โทร. โทร.

เจี่ยวกัน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดมุขภานาคที่จะ
ระหว่างผู้บริหารระดับบุนเดส์วัสดุที่จะบีบ
ระดับล่าง ทางบริษัทก็จะมีการเผยแพร่ความ
ภาษาที่เข้าใจง่าย

พัฒนา ฝึกอบรม และสนับสนุน
บัญชาการฝ่ายขั้นต้นในการสื่อสารเชิงมีอิทธิพล
ทั้งฝ่ายผู้บริหารและพนักงานในระดับต่ำลง
ความเด็กต่างจابةเพื่อหันความตื่นตัวและกระ
ห้าใจในภาษาเดียวกัน เพาะล่อสื่อสารที่จะช่วย
ต่อความเชื่อมันให้กับบุคลิกและลูกค้า
ทั้งนี้ในภาษาสื่อสาร

หันนั้นผู้เชี่ยวชาญท่าน Think on your feet
คณดิมบอกอีกว่า การสื่อสารที่จะสร้างความ
เชื่อมั่นให้กับบุคลากรนั้นกลยุทธ์ที่ใช้เป็นการสื่อ
และต่อเนื่องของเช็ฟ ออลร์ เป็นสิ่งที่ดี
หลักทรัพย์รูปแบบแล้ว ผู้สื่อสารก็มีความ
สำคัญเช่นกัน ที่จะต้องมีหลักการสื่อสารและ
ผิดชอบต่อสิ่งที่สื่อสาร เพราทุกคนที่รับสาร
สามารถเข้าใจเหมือนกันที่ผู้สื่อสารสื่อออก
ทุกคนย่อมเป็นไปได้

ผู้ถือครองต้องรับผิดชอบไปให้สื่อสาร
หลักง่ายๆ ข้อนี้คือ what ลิงที่ทำหรืออะไร และ why ทำไม่หรือเหตุที่ทำ เพราะเป็นลิงที่ทุกคน
อยากรู้และทำให้เข้าใจ นอกจากนั้นยังต้องมี How
อย่างไร หรือทำอย่างไร และสุดท้าย คือ Benefit
ทำแล้วจะได้อะไรบ้าง

ที่ปรึกษาอาวุโส คนเดิมบอกในตอนท้าย
อีกว่า หากผู้บริหารสามารถตอบโจทย์คำณ์ดัง
กล่าวได้ การสื่อสารออกมาก็จะมีผลให้ทุกคน
ในองค์กรปฏิบัติตามได้โดยไม่ยาก โดยเฉพาะ
ในยามวิกฤตการสื่อสารที่ชัดเจนและตอบใน
ประดิษฐ์หลักของการสื่อสารจะช่วยให้ผู้คนฟัง
วิกฤตไปได้

ในยามวิกฤต บางครั้งผู้บุริหารองค์กร
เตรียมตัวมาดี อาจต้องเจอกับภัยภัยที่ไม่คาด
คิดมาก่อน ตั้งนั้น หากมีการสื่อสารอย่าง ต่อ
เนื่องและมีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เพื่อนำมา
สื่อสารให้กับผู้ดูบังคับบัญชาฟัง อันช่วยสร้าง
ความเชื่อใจและเรื่องนั้นให้กับบุคลากรทั่วไปและ
นอกองค์กรให้ปฏิบัติและยอมรับในสิ่งที่สื่อสาร
ได้