



انتشارات ادیبان روز

اولین دقیقه مکالمه

آیا به شیوه درست ارتباط برقرار می کنید؟
چگونه مکالماتی را شروع کنیم که به نتیجه برسند؟

نویسنده:

کریس فنینگ

مترجم:

سارا اصل شیرین

مشخصات کتاب

سرشناسه: فنینگ، کریس / Fenning, Chris

عنوان و نام پدیدآور: اولین دقیقه مکالمه (آیا به

شیوه درست ارتباط برقرار می کنید؟)

نویسنده: کریس فنینگ

مترجم سارا امل شیرین

مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۱۴۰ صفحه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۵۳-۵

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: کسب و کار / ارتباط بین اشخاص

موضوع: ۲۰۲۰. The first minute.

رده بندی کنگره: HF۵۷۱۸

رده بندی دیویی: ۶۵۱/۷

شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۶۴۳۲۰

دست اندرکاران

صفحه آرا: گلنوش صلاحی

طراح جلد: رضا رضوانی

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۷۰۰۰۰ تومان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱

نوبت چاپ: اول

چاپ و صحافی: سرمدی

انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب های مدیریت،
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۱۵-۶۶۹۵۶۸۱۲

مقدمه

این کتاب یک راهنمای گام به گام برای شروع مکالمات روشن و واضح در شرایط کاری روزمره است که شامل مکالمات و ایمیل های شما با تیم تان، همتایان تان، و مدیران تان می شود که بیش از ۸۰ درصد از ارتباطات شما در محیط کار را پوشش می دهد.

تکنیک های تشریح شده در این کتاب، مبتنی بر اصول بنیادین زیر هستند:

- باید قبل از آنکه پیام تان را مخابره کنید، مخاطب تان را برای دریافت آن آماده کنید.
 - انسان های مشغله های زیادی دارند، بنابراین باید منظور تان را سریع برسانید.
 - مؤثرترین مکالمات کاری، بر روی اقدامات و راه حل ها تمرکز دارد، نه مشکلات.
- در ارتباطات اجتماعی هم پوشانی هایی وجود دارد، اما تمرکز این کتاب بر گفتگوهای کاری است.

ما روزانه در محیط کار با چندین و گاهی صدها نفر، ارتباط برقرار می کنیم. هر گفتگویی مرتبط با موضوع یا وظیفه متفاوتی است، و همگی اهداف و برآیندهای متفاوتی دارند. هر بار که مکالمه ای را شروع می کنیم، می دانیم در مورد چه چیزی قرار است صحبت کنیم و چرا برای ما اهمیت دارد. متأسفانه، طرف مقابل ما از هیچ کدام از اینها اطلاعی ندارد.

وقتی شروع به مکالمه می کنیم، مغز مخاطب ما باید زمین و موضوع صحبت را درک کند. مخاطب سعی می کند سردر بیاورد که چرا ما با او صحبت می کنیم و او باید با این

اطلاعات چه کاری انجام دهد. اگر این موارد در چند جمله اولیه مشخص نباشند، ذهن آنها نسخه ویژه خودشان از وقایع را می‌سازد که منجر به مشکلات زیادی می‌شود، از زمان هدررفته گرفته تا فرضیات نادرست و اشتباهات پرهزینه.

مطالعه انجام شده توسط ارتباطات سازمانی زیمنس^۱ نشان داد که یک کسب و کار با صد کارمند، به طور میانگین در هفته هفده ساعت را صرف رفع ابهام پیش آمده در ارتباطات می‌کند، که معادل ۸۸۴ ساعت در سال است که می‌تواند به جای تکرار اطلاعات به منظور حصول اطمینان از صحت دریافت اطلاعات، صرف ارزش آفرینی برای مشتری شود. برای پرهیز از این تکرار، هر گفتگو باید با وضوح و دقت آغاز شود. خواه در مورد کاغذ پرینتر صحبت کنید یا شروع یک کارزار تبلیغاتی میلیون دلاری.

اگر زمینه، هدف و پیام هر گفتگو مشخص باشد، آن گفتگو به موفقیت می‌رسد. حتی پیچیده‌ترین موضوعات اگر با استفاده از ساختار درست خلاصه شده باشند، می‌توانند ساده و واضح شروع شوند. رسیدن به تمام اینها در کمتر از یک دقیقه، با استفاده از تکنیک‌های ارائه شده در این کتاب ممکن است.

با متمرکز شدن بر دقیقه اول، می‌توانید هر گفتگوی کاری را به موفقیت برسانید. این کار را انجام دهید و به عنوان یک ارتباط گیرنده حرفه‌ای شناخته شوید.

تکنیک‌های این کتاب نشان می‌دهند که چگونه اطلاعاتی که مخاطب واقعاً نیاز دارد را به او انتقال دهید. تکنیک دقیقه اول بدین معنا نیست که تمام اطلاعات را در ۶۰ ثانیه فشرده کنید. بلکه به معنای داشتن نیت واضح، صحبت کردن فقط در مورد یک موضوع خاص و به جای پیمانه کردن به مشکلات، پرداختن به راه حل هاست.

ایجاد مؤثرترین دقیقه اول برای هر مکالمه کاری، یک فرآیند دوحل‌ه‌ای است:

- **مرحله اول:** گفتگورا برای پانزده ثانیه یا کمتر تنظیم کنید. این پیکربندی سبب می‌شود زمینه، هدف مشخص، و عنوان صحبت واضح ارائه شود.

- **مرحله دو:** یک خلاصه ساختارمند از کل پیامی که می خواهید بدهید، تهیه کنید. هدف تان را بیان کنید و مشکلی که میان شما و رسیدن به آن هدف وجود دارد را تعریف کنید. سپس بر راه حل تمرکز کنید. با پیروی از این مراحل، می توانید هر گفتگوی کاری را با اعتماد به اینکه ارتباطی شفاف خواهید داشت، شروع کنید. صرف نظر از اینکه موضوع چقدر پیچیده باشد، اجرای این موارد در کمتر از یک دقیقه امکان پذیر است.

در این کتاب در خواهید یافت که چگونه:

- چگونه جلسات و مکالمات کوتاه تر و بهتری داشته باشید
 - بدون زیاده گویی و به حواشی پرداختن، سریع سراصل مطلب بروید
 - ریسک برداشت اشتباه از پیامتان توسط دیگران را کاهش دهید
 - مخاطبان تان را به سمت راه حلی که نیاز دارید، هدایت کنید
 - تقریباً در همه گفتگوها از یک تکنیک با نتایج عالی استفاده کنید
- اهمیتی ندارد که عنوان شغلی شما چیست یا در چه سطحی در سازمان کار می کنید، قواعد این کتاب به شما کمک می کند به ارتباط گیرنده ای دقیق تر، شفاف تر و مؤثرتر تبدیل شوید یا سریعتر ارتباط برقرار کنید.

من با پرداختن به شایع ترین دلایل سوء ارتباطات در محیط کار شروع خواهم کرد.

- عدم وجود زمینه
- هدف نامشخص
- نپرداختن به اصل موضوع
- مخلوط کردن چندین موضوع در یک گفتگو
- گفتگوهای طولانی و غیرشفاف

خواهید آموخت که چگونه از این مشکلات اجتناب کنید و چگونه کل پیام تان را در کمتر از یک دقیقه خلاصه کنید. نتیجه آن خلاصه ای خواهد بود که مشخص می کند شما به دنبال چه چیزی هستید و می خواهید مخاطب تان چه کاری انجام دهد. خواهید دید که چگونه این تکنیک در موقعیت ها، صنایع و مشاغل مختلف، نتیجه بخش خواهد بود.

همچنین در مورد سه مؤلفهٔ پیکربندی، یعنی زمینه، هدف، و پیام اصلی، و اینکه چگونه این پیکربندی شالودهٔ یک مکالمهٔ موفق را فراهم می‌کنند، خواهید آموخت. در آخرسه مؤلفهٔ لازم برای یک خلاصهٔ ساختارمند را خواهید آموخت: (۱) هدفی که می‌خواهید به آن دست یابید (۲) مشکلی که بر سر راه رسیدن به آن هدف قرار دارد (۳) راه حل آن مشکل. این سه مورد شما را قادر خواهد ساخت هر موضوعی را صرفنظر از پیچیدگی آن، خلاصه کنید.

بخش آخر این کتاب، نشان می‌دهد که چگونه این تکنیک‌ها را در موقعیت‌های متنوع به کار ببرید. در این مسیر شما با مدیران، توسعه‌دهندگان نرم‌افزار، منشی‌ها و مدیران اجرایی ملاقات خواهید کرد، شاهد ناامیدی‌های به خاطر از دست دادن دسر خواهید بود، سوار بر ترن هوایی محاورات خواهید شد، از یک تعمیرکار خودرودرس ارزشمندی در مورد ارتباطات خواهید گرفت و حتی خواهید آموخت که چرا در جریان قرار دادن افراد، انقدر هزینه بر است.

این کتاب حاصل بیش از ۲۰،۰۰۰ گفتگو در مشاغل تجاری و فنی است. من به افراد و تیم‌هایی از سراسر جهان این تکنیک‌ها را یاد داده‌ام. با سازمان‌ها از استارت‌آپ گرفته تا فورچون ۵۰^۱ و شرکت‌های شاخص ۱۰۰ فایننشال تایمز^۲ کار کرده‌ام. این روش‌ها برای همهٔ آنها مفید واقع شد.

با استفاده از این تکنیک‌ها، مکالمات شفاف‌تر و کوتاه‌تری خواهید داشت که به نتیجه می‌رسند. این موضوع از آنچه انتظارش را دارید آسانتر است و دستیابی به آن با دقت اول شروع می‌شود.

1 Fortune 50

۲ شاخص ۱۰۰ بورس اوراق بهادار فایننشال تایمز (Financial Times Stock Exchange 100 Index) که با نام‌های اف‌تی‌اس‌ای ۱۰۰، شاخص اف‌تی‌اس‌ای ۱۰۰، یا به طور غیررسمی «فوتسی» نیز خوانده می‌شود، یک شاخص بازار سهام از ۱۰۰ شرکت بورس لندن با بالاترین ارزش بازار است. این شاخص در واقع گویای میزان موفقیت سیستم کسب و کار برنامه‌ریزی شده بوسیلهٔ قانون شرکت‌های انگلستان است.

فهرست مندرجات

صفحات	عنوان
۵	مقدمه
۱۱	فصل اول: دقیقه اول چیست؟
۱۲	چرا دقیقه اول مهم است؟
۱۵	فصل دوم: پیکربندی
۲۰	زمینه
۲۳	نیت
۲۹	ترکیب زمینه و نیت
۳۱	پیام اصلی
۳۹	در کنار هم قراردادن همه عناصر
۵۳	خلاصه فصل
۵۵	فصل سوم: خلاصه‌های ساختارمند
۶۰	خلاصه ساختارمند هدف، مشکل، راه حل
۷۶	چگونه گفتگویی با چندین مشکل را سازماندهی کنیم
۷۸	راه حل‌ها نگاه به آینده دارند
۸۶	خلاصه فصل
۸۹	فصل چهارم: زمان سنجی و گرفتن تأیید
۹۱	فرآیند دومرحله‌ای برای رفع مشکل «یک دقیقه وقت داری؟»
۹۶	چه زمان تأیید بگیریم؟
۹۸	خلاصه فصل

۱۰۱	فصل پنجم: کاربرد تکنیک‌ها در موقعیت‌های مختلف
۱۰۲	ایمیل‌ها
۱۱۰	دعوت به جلسات
۱۲۱	ارائه‌ها، ارجاعات، و دیگر موقعیت‌ها
۱۲۲	ارائه گزارش‌ها
۱۲۴	سوالات غیرمترقبه
۱۲۶	ارجاعات
۱۲۷	انتقال پیام‌های مثبت
۱۲۸	پلتفرم‌های پیام‌رسانی فوری
۱۲۹	شرکت در جلسات مصاحبه
۱۳۷	نتیجه‌گیری: ارتباطات شفاف با درست انجام دادن دقیقه اول شروع می‌شوند
۱۳۹	منابع و مآخذ

فصل اول:

دقیقه اول چیست؟



دقیقه اول زمانی شروع می‌شود که شما شروع به صحبت در مورد موضوعی کاری می‌کنید.

در بستر این کتاب، دقیقه اول همیشه شروع تعامل با مخاطبتان نیست. همچنین شامل احوالپرسی و زمان صرف شده برای تعامل شخصی نیز نمی‌شود. دقیقه اول در سراسر این کتاب اشاره به شروع یک گفتگوی کاری دارد. ساعت از وقتی به کار می‌افتد که شما از موضوعات شخصی به موضوعات کاری می‌روید.

کتاب‌های بسیاری در مورد چگونگی شروع یک مکالمه که منجر به ایجاد ارتباطات شود، صحبت می‌کنند. برخی دیگر به شما نشان می‌دهند که چگونه در یک مصاحبه یا قرار، تأثیر اولیه خوبی به جای بگذارید. اما بیشتر آنها به شما نشان می‌دهند که چگونه یک مکالمه چالش برانگیز را درست شروع کنید. آن چیزی که هیچکدام از این کتاب‌ها به شما یاد نمی‌دهند اینست که چگونه یک گفتگو در مورد موضوعات کاری عادی و روزمره را شروع کنید.

ممکن است تأثیر اولیه عالی بر روی یک همکار بگذارید، اما وقتی صحبت کاری را شروع کنید آن را خراب کنید. مهم نیست بقیه چقدر شما را دوست دارند، اگر نتوانید اطلاعات را به شیوه‌ای سازمان یافته انتقال دهید، مورد احترام قرار گرفتن از نظر حرفه‌ای برای شما دشوار خواهد بود.

چرا دقیقه اول مهم است؟

شیوه ارتباط گیری ما در محیط کار، بر نگرش دیگران نسبت به ما اثر می گذارد. همچنین می تواند بر فرصت هایی که بدست می آوریم یا از دست می دهیم نیز اثر بگذارد، و این امری است که عواقب آن می تواند جدی باشد. مهارت های ارتباطی ضعیف یکی از بزرگترین دلایلی است که افراد ترفیع نمی گیرند. این امر به خصوص در مورد افرادی که برای سمت های مدیریتی درخواست می دهند، بیشتر صادق است.

ما روزانه بیش از ۸ ساعت را صرف کار می کنیم. بیش از ۵۰٪ از این زمان، صرف برقراری ارتباط به صورت شفاهی یا کتبی می شود که زمان زیادیست. تمام آن تعاملات اثری خوب یا بد در مورد توانایی ما در برقراری ارتباط از خود به جای می گذارند.

به مهارت های ارتباطی تان چه نمره ای می دهید؟ آیا اثر خوبی به جای می گذارید، یا باید برای بهتر شدن تلاش کنید؟

اگر در حال خواندن این کتاب هستید و با خود فکر می کنید دیگر دیر شده است و شما پیش از این، اثر منفی از خود به جای گذاشته اید و اصلاح آن دیگر فایده ای ندارد، مأیوس نشوید! ممکن است گفتگوهای چندان جالبی در محل کار نداشته اید، اما می توانید اوضاع را تغییر دهید و به الگویی برای ارتباط شفاف بدل شوید.

تحقیقات نشان می دهد که تأثیرات ضعیف و ناخوشایند اولیه را می توان با عملکرد قوی مداوم تغییر داد. هشت تأثیر خوب لازم است تا یک تأثیر بد خنثی شود. ممکن است به نظر زیاد برسد، اما ما در محیط کار آنقدر تعامل داریم که برای داشتن هشت گفتگو با کسی نباید چندان منتظر بمانیم. مثلاً اگر با همکاری در روز یک مکالمه دارید، می توانید در کمتر از دو هفته از یک ارتباط برقرارکننده ضعیف، به ارتباط گیرنده ای عالی تبدیل شوید. وقتی ایمیل ها و نشست ها را هم در نظر بگیرید، تعداد دفعات ارتباط شما بالاتر می رود، و حتی زمان تغییر تأثیر بد کوتاه تر هم می شود.

شما برای آنکه ظرف تنها هشت گفتگو، از یک ارتباط برقرارکننده ضعیف یا متوسط به ارتباط برقرارکننده عالی تبدیل شوید، چه کارهای می‌کنید؟

مضاف براین، درحالی‌که باید برای تغییر تأثیر اولیه بر افرادی که با آنها کار می‌کنید تلاش کنید، همچنان شانس‌های دیگری هم برای گذاشتن تأثیر مثبت بر افراد جدید در تیم‌های دیگریا شرکت‌های دیگر وجود دارد.

در فصول بعدی، خواهید آموخت صرف‌نظر از آنکه در مورد چه چیزی می‌خواهید در محیط کار صحبت کنید، یک دقیقه اول خوبی را بسازید. وقتی از این تکنیک در همه مکالمات کاری‌تان استفاده کنید، به بخشی طبیعی از انتقال اطلاعات و دیگرانواع ارتباطات روزمره کاری برای شما تبدیل می‌شود.