

Top Ten 2020 Skills Project

COMPETÊNCIA 4 – GESTÃO DE PESSOAS

Comunicação



Objetivos principais – compreender a importância de uma boa comunicação; desenvolver a capacidade de comunicar eficazmente com os outros.







Objetivos secundários:

- 1. Compreender as bases da comunicação;
- 2. Explorar as vantagens e as barreiras da comunicação eficaz;
- 3. Examinar as etapas no planeamento de uma comunicação eficaz.







Bases da comunicação

A comunicação consiste num **processo bidirecional** de troca de ideias, de informação ou de transmissão de mensagens verbais e não-verbais.







Bases para uma comunicação eficaz

- A forma como se diz algo possui uma maior relevância do que aquilo que é dito.
- O estilo de comunicação engloba um conjunto de vários comportamentos e métodos de transmissão da informação que influenciam diferentes aspetos da vida.





Bases para uma comunicação eficaz

- Aprender todos os estilos de comunicação existentes permite evitar a utilização de formas de comunicação menos eficazes, possibilita o reconhecimento desses estilos nas outras pessoas, e desenvolve a capacidade para lidar com esses mesmos estilos.
- De uma forma geral, as pessoas não são difíceis, apenas parecem sê-lo, caso não possua as competências necessárias para lidar com as suas caraterísticas. É a **falta de conhecimento** que torna a situação penosa.





Comunicação eficaz

Comunicamos para:

- Obter informação:
- Motivar;
- Elogiar;
- Obter feedback;
- Vender;
- Cumprimentar, etc.

Co-funded by the Erasmus+ Programme

of the European Union

Comunicação Efetiva



Relação Produtiva



Vantagens de uma comunicação eficaz



Barreiras para uma comunicação eficaz





Etapas no planeamento de uma comunicação eficaz



- Conhecer o objetivo da mensagem:

O propósito da mensagem é o **motivo primário** para escrever ou falar. A sua identificação conduz à identificação dos conteúdos da mensagem. Cada mensagem deve ter um objetivo específico, por exemplo: pedir um reembolso sobre mercadorias defeituosas; anunciar vendas em saldos; ativar uma quantia inativa; realizar um inquérito; procurar um trabalho; etc.









- Visualizar o leitor:

É de extrema relevância adaptar a mensagem às opiniões do leitor. Porém, o escritor, frequentemente, não possui grande conhecimento sobre o leitor.

- Escolher as ideias:

A próxima etapa consiste na escolha de ideias. As ideias a incluir dependem da mensagem que será transmitida. Por exemplo, uma carta de boas vindas a um cliente deve incluir as seguintes ideias:

- a. Dar as boas-vindas e agradecer pelo facto de ter aberto uma conta;
- b. Anunciar os serviços e os equipamentos oferecidos a clientes habituais;
- c. Mencionar o horário de trabalho.





- Obter todas as informações:

Os factos e os valores que serão declarados numa mensagem podem ser apresentados como nomes, datas, moradas, percentagens, declarações, etc. Porém, em determinadas mensagens, a veracidade dos factos pode ser do conhecimento do escritor, no entanto, para outro escritor, pode ser necessária uma profunda investigação primária e/ou secundária para recolher os dados necessários.





- Delinear e organizar a mensagem:

A mensagem, antes de ser escrita, deve ser delineada e organizada, em papel e mentalmente.

Existem **quatro planos organizacionais diferentes**: a solicitação direta, as boas notícias, as más notícias e a solicitação persuasiva.





- Revisão e edição:

a. O **rascunho deve ser lido**, parágrafo por parágrafo, frase por frase, e palavra por palavra para verificar a continuidade de ideias, a gramática, a pontuação e erros ortográficos.

b. Durante a revisão e edição da mensagem, deve garantir que a mesma cumpre todos os **princípios** da boa comunicação empresarial.







c. Uma **nova revisão rigorosa** é essencial após a redação da mensagem, previamente revista e editada.

d. A mensagem deve ser lida por uma pessoa responsável e de confiança antes de ser enviada, para evitar erros; caso seja enviada sem a retificação dos erros, poderão ocorrer perdas de boa vontade, vendas, lucros ou até mesmo vidas.







Comunicação passiva

- Permitir que os próprios direitos sejam desrespeitados pelo fracasso na expressão de verdadeiros sentimentos.
- O comunicador passivo tem como objetivo evitar conflitos, aconteça o que acontecer.
- Ligeiros riscos associados muito seguro.
- Manifesta pouco contacto ocular; habitualmente, discorda com as opiniões dos outros, mas expressa-se num tom tranquilo, podendo, de forma repentina, explodir, após um período de passividade demasiado longo.



Exemplos de comunicação passiva:

- "Eu não sei."
- "Como quiseres."
- "Tu tens mais experiência do que eu. Tu é que decides."
- "Eu concordo com aquilo que o grupo decidir."
- "Eu não quero saber. Isso não me interessa."
- "Sim, sim, sim, sim, sim, sim. . . NÃO!"







Comunicação agressiva

- Proteger os próprios direitos à custa dos direitos dos outros sem exceções.
- O objetivo do agressor é ganhar a todo o custo; ter razão.
- Não consideram estas ações um risco porque os agressores conseguem sempre aquilo que querem. São perigosos ao nível de relacionamentos.
- Manifestam um contacto ocular irritado e intimidante; possuem muita energia; são barulhentos e depreciativos; nunca intercedem pelos outros ou, pelo menos, não admitem que o fazem; são manipuladores e controladores. Frequentemente, recorrem a gestos violentos e ao abuso verbal.





Exemplos de comunicação agressiva:

- "Eu não percebo porque é que não compreendes que esta é a forma correta de fazer as coisas."
- "Ou é feito à minha maneira ou então não é feito de todo."
- "Tu és estúpido se pensas que isso vai funcionar."
- "Ninguém quer saber aquilo que tu sentes. Estamos a falar de como as coisas funcionam por aqui."







Comunicação assertiva

- Proteger os próprios direitos sem desrespeitar os direitos dos outros.
- O objetivo de uma pessoa assertiva é comunicar com respeito e compreender os outros; é encontrar uma solução para o problema.
- As pessoas assertivas assumem um risco nos seus relacionamentos com os outros, a curto prazo, mas, a longo prazo, esses relacionamentos tornam-se muito mais fortes.
- Manifestam contacto ocular; escutam e valorizam os outros; são confiantes, fortes e objetivos, porém, também são flexíveis e sensíveis; apresentam as suas pretensões de forma clara e educada.

Exemplos de comunicação assertiva:

- "Então, aquilo que estás a dizer é...";
- "Eu consigo perceber que isto é importante para ti e também é importante para mim, por isso, talvez possamos falar melhor e tentar resolver o problema de forma adequada.";
- "Eu penso... Eu sinto... Eu acredito que...";
- "Eu ficaria muito agradecido(a) se tu..."
- "Deixa-me tentar perceber as tuas opiniões em relação a isto..."



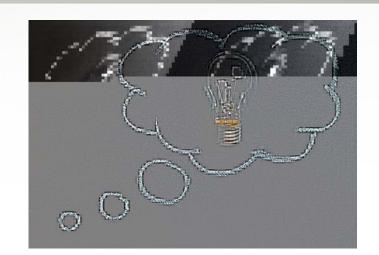




Qual é o melhor estilo?

- Todos os estilos possuem propósitos e momentos de utilização adequados.
- Porém, a comunicação assertiva é considerada a mais saudável:
 - Os limites de todos os envolvidos s\u00e3o respeitados;
 - Torna-se mais fácil resolver o problema;
 - Verificam-se menos explosões emotivas;
 - Requere a aquisição de competências e uma mudança de mentalidade, assim como muita prática e trabalho árduo;
 - Quando todos os envolvidos comunicam de forma assertiva, ninguém se magoa e todos beneficiam de alguma forma.







Competências de comunicação

A capacidade de **comunicar eficazmente** com superiores, colegas e colaboradores é essencial, independentemente do tipo de empresa na qual trabalhe. Os trabalhadores da era digital devem saber como comunicar eficazmente, seja pessoalmente, através do telefone, email ou redes sociais.

Possuir boas competências de comunicação ajudarão ao nível da contratação, da aquisição de promoções, e contribuirão para ser **bem-sucedido(a)** ao longo da sua carreira.





As top 10 competências de comunicação:

- Escutar;
- Comunicação não-verbal;
- Clareza e concisão;
- Cordialidade;
- Confiança;
- Empatia;
- Recetividade;
- Respeito;
- Feedback;
- Escolher o meio de comunicação adequado.











Top Ten 2020 Skills Project

http://www.topten2020.eu/

http://www.facebook.com/toptenskills2020



Aviso: Esta publicação foi feita com o apoio do Programa Erasmus+ da União Europeia. Os conteúdos desta página são da responsabilidade única dos parceiros e não poderão de forma alguma refletir as visões da AN e da Comissão.