

KOMUNIKÁCIA-4

Rozhovor

Jonathan vzal svoj produktový tím do kina a film o Michaelovi Jacksonovi. Oveľa menej zjavným cieľom toho „výjazdu“ bolo, že to bol **spôsob nadviazania rozhovoru**. Mesiace po akcii zastavovali Jonathana pri kávoch, či v kaviarni, členovia jeho tímu, ďakovali mu za film a porozprávali sa.

Rozhovor je stále najdôležitejšou a najcennejšou formou komunikácie. Technológie a pracovné tempo však z neho robia jednu z najvzácnejších.

Vrcholoví manažéri majú otvorené dvere, ale ľudia musia cez ne prejsť. Pre ľudí, ktorí sa v organizácii nevyznajú, môže byť náročné nadviazať rozhovor. Úlohou lídra je pomôcť im v tom.

Najlepší lídri v Googli využili na to **neobvyklé metódy**.

- Urs Hölzle napísal a vydal „**používateľskú príručku**“ k sebe. Každý člen jeho tímu (niekoľko tisíc ľudí) si ju môže prečítať a zistiť, ako je najlepšie osloviť ho a ako ho opraviť, ak sa pokazí.
- Marissa Mayerová pravidelne mávala **konzultačné hodiny**-ďalšia kultúrna charakteristika, pri ktorej sa Google inšpiroval akademickou pôdou. Marissa si vyčlenila niekoľko hodín do týždňa, keď za ňou mohol ktokoľvek prísť a porozprávať sa. Ľudia sa zahlasovali na tabuli pred jej kanceláriou.
- V Googli lídri spájajú šikovných kreatívov s „**ľuďmi, ktorí napísali knihu**“, aby sa spolu porozprávali. Je to jedna z najväčších láskavostí, ktorú môže líder preukázať ľuďom.

Opakovanie

Pri väčšine situácií v živote **musíte veci opakovať** možno 20krát na to, aby bolo vidno nejaký vplyv. Ak niečo poviete iba zopárkrát, ľudia si to v zhone ani nevšimnú. Preto ako líder musíte komunikáciu presycovať. V storočí internetu je klasickým prístupom **deliť sa o viac vecí s väčším počtom ľudí**.

Základné rady, ako správne **presycovať komunikáciu**:

- **Posilňuje komunikácia základné témy**, o ktorých chcete, aby všetci vedeli? Najprv je potrebné ujasniť si, čo sú to tie základné témy. Sú to veci, ktoré by mal podľa vás každý chápať a ktoré by ste si mali vážiť (misia, hodnoty, stratégia, oblasti zamerania, používateľ na prvom mieste, myslieť vo veľkom a nebáť sa zlyhania). Všetci sme technologickí optimisti-veríme, že technológie a internet majú schopnosť spraviť svet lepším.
- Je komunikácia **efektívna**? Správne presýtenie musí priniesť niečo nové.
- Je komunikácia **zaujímavá, zábavná či inšpiratívna**?
- Je komunikácia **autentická**? Nebojte sa povedať svoj príbeh.
- Je komunikácia **určená tým správnym ľuďom**? Dobrá komunikácia je určená iba tým, pre ktorých je užitočná.
- Používate **správne spôsoby**? Ak je správa dôležitá, použite všetky dostupné prostriedky, aby ste ju dostali, kam treba: email, video, sociálne siete, stretnutia, videokonferencie, letáky, plagáty na stenách kuchynky. Naučte sa metódy, ktoré fungujú na nadviazanie spojenia s vašimi kolegami a používajte ich.
- Buďte **úprimní, pokorní a urobte zásoby dobrej povesti** na horšie časy. Šikovní kreatívci nemusia pracovať pre vás, majú množstvo iných možností. Ak budete neustále hovoriť pravdu a budete pokorní, vybudujete si tak v tíme zásobu dobrej povesti a lojality. A keď potom niečo pokašlete, hovorte o tom otvorene a s pokorou. Možno vaša povest' trochu utrpí, neprídete však o ňu úplne.

Literatúra

Eric Schmidt a Jonathan Rosenberg, Ako funguje Google, Ikar, 2015