

העברת מסרים לא נעימים בכתב

איש לא אוהב לשמוע מסרים לא נעימים. מסרים לא נעימים הם חדשות רעות, תשובה שלילית, דחיית בקשה וכיוצא באלה. קיימים קווים המנחים הכלליים בהעברת מסרים לא נעימים בארגון, המשותפים לכל המחלקות בארגון: הנהלה בכירה, מכירות, שיווק, שירות לקוחות ומנהלה. לדוגמה: תשובה שלילית ללקוח מאת המחלקה לפניות הציבור, התנגדות להקצאת תקציב לפרויקט או דחייה לבקשה בהעלאת שכר.

השלבים בהעברת מסרים לא נעימים, שייקלו עליך ועל הנמענים:

1. נסה לראות את הפיתרון מנקודת המבט של הצד השני. לפני שאתה מעביר את המסר השלילי, חשוב כיצד עשוי הנמען לקבל אותו. אם האדם מצפה למסר השלילי, או הוא עשוי לבוא לקבלו בהפתעה? האם החדשות עשויות לבוא כאכזבה גדולה או יצרות עבורו מצב קשה ביותר? האם הן עשויות לגרום לו עצב או כעס?
2. התמקד בעובדות. הימנע מתיאורים ארוכים מדעות, מהערות מניחושים או מהנחות. פשוט אמור את העובדות. תאר את המצב בעזרת הסבר המתאים לאדם השני כדי להבינו: אם מדובר בתשובה שירותית ללקוח, הימנע משימוש בז'רגון פנים-ארגוני. השתמש במלים שוות לכל נפש, שהן רשמיות. לדוגמה: בעולם הסלולר, הימנע מהמילה "אקטיבציה" של הנייד. דבר על "הפעלה". בעולם הביטוח, אל תדבר על חיתום, אלא על "התנאים שבהם התקבלת לביטוח בחברה". לשם כך, היעזר במילוני מונחים מסחריים ורשמיים, או אפילו באדם חדש במחלקה.
- דוגמה להצהרה על הקפאת המשכורות לעובדים: "הצפי לרבעון השני נמוך בעשרה אחוזים מהצפוי. כדי שנוכל לעבור רבעון זה, עלינו להקפיא את כל המשכורות. פירושו של דבר, שלא תהיה כל העלאת שכר עד לתום השנה לכל היותר".
3. הימנע מהובלה לחדשות הרעות. יותר משאנשים שונאים לקבל חדשות רעות, הם שונאים כשעליהם להתאמץ לשם כך. למרות שיהיה עליך להשתמש במספר מלים כדי להציג את הנקודה העיקרית, הגע לנקודה זו במהירות. לאחר מכן, הוסף כל פרטים תומכים או מסבירים שבהם יהיה עליך להשתמש. ייתכן שהנמען עדיין יכעס, אבל על החדשות הרעות, לא עליך ועל הדרך שבה העברת אותן.
4. כשאתה אומר "לא", הצע חלופות. לא תמיד ניתן להיענות לבקשות אנשים עם "כן". אבל אם אתה יכול, התמקד במה שאתה יכול לומר. אמור: "אני מצטער שאני לא יכול.. אבל הנה מה שאני יכול לעשות".

ההבדל בין העברת מסרים בעל פה להעברת מסרים בכתב בנתיבה

העברת מסרים לא נעימים בכתב שונה במעט מהעברתם בעל פה. מאחר שהשימוש בהיגיון ובהסבר הוא אחד מחוזקותיה של השפה הכתובה, יש להשתמש בהסבר בסמיכות למסר הלא נעים. בשפה הכתובה, אין אנו יכולים לרכך את המסר בעזרת שפת גוף או בעזרת היבטים מטא-לשוניים. ההסבר, הגיוני, מדויק וענייני מתאים לכתיבה כאמצעי תקשורת ומתאים להקשר הארגוני. בכתיבה עסקית, שירותית או שיווקית, עלינו להישאר נאמנים לעיקרון הקיצור: על ההסבר להיות קצר וענייני, משפט אחד או שניים, ולבוא בסמיכות לתשובה השלילית. באופן זה, תספק הסבר קצר, אם כי לא מתנצל ואסרטיבי לקורא.

לשאלות נוספות, אתה מוזמן ליצור קשר עם אילת צור:

03-6471355

052-3510583

ayelet@ayeletz.co.il