

Добрите вътрешни комуникации спасяват бизнеса

Демо семинар на тема „Криза, комуникация и успех“ събра HR мениджъри и специалисти от различни браншове в Европейския мениджмънт център (ЕМС). За отправна точка към дискутираните теми бе избрана мисълта на Чарлз Дарвин „Няма да оцелеят най-силните, а най-адаптивните към промените“.

Участниците в семинара заедно с гост консултанта от Австрия

д-р Александър Шлик и консултанта по комуникационни и презентационни умения Надя Савова търсеха отговори на въпросите: Как да използваме настоящата криза, за да подобрим представянето си и да имаме успех? Как да адаптираме стратегията си спрямо човешките ресурси? Какво е влиянието на вътрешните комуникации за справянето с кризата?

Депресирани кандидати за работа, усещане за загуба и стремеж към оцеляване на хората от екипа, пасивност на довчерашни активни в мисленето си специалисти - тези човешки състояния правят почти невъзможно посланието на мениджърите да стигне до служителите. Нещо трябва бързо да се промени и това е естеството на комуникацията, което трябва да преодолее кризата вътре в екипа.

Д-р Шлик увлекателно разказа за няколко големи кризи със световен отзвук от XVII в. до наши дни, които бяха илюстрирани като балони. И в основата на всички тях, независимо дали става дума за свръхпроизводство или за очаквания на големи печалби от нови географски райони, стои „прекалената надежда“.

„Но след всяка криза остава нещо реалистично, от което се раждат нови производства и услуги. Важно е мениджърите да се освободят от излишното и да мотивират служителите си по нов начин, следвайки тенденциите, подсказани в прогнозите на икономическите и демографските анализатори“, успокои д-р Шлик аудиторията.

Формулата може би е скрита в китайския йероглиф за криза, който съдържа две думи – опасност и шанс. И е добре да я разшифроваме така - да изготвим планове и сценарии за всяка ситуация, за да не се изненадаме, когато ни връхлети криза – локална или световна, финансова или демографска.

