Основи комунікації у сфері обслуговування

Техніки самопрезентації: Small Talk, ARE, сторітеллінг

Комунікативна компетентність

передбачає здатність встановлювати і підтримувати
необхідні контакти з іншими людьми,
певну сукупність
знань, умінь і навичок, що забезпечують ефективне спілкування.
Насамперед це стосується професійної сфери.

Основними соціальними вміннями будь-якого професіонала є:

- адекватна самоподача себе як професіонала,
- ефективність в діловій взаємодії,
- вміння конструктивно вирішувати протиріччя в професійному спілкуванні.

Одним з основних способів осмислення людиною себе в світі, свого життєвого досвіду є створення наративів

Наратив

- *Тлумачний словник української мови:* Розповідь, оповідання, викладання фактів, подій.
- *Вікіпедія:* самостійне створене оповідання про деяку кількість взаємопов''язаних подій, представлених читачу або слухачу у вигляді послідовності слів або образів.

Таким чином, наратив може бути розглянутий як інструментальний компонент самопрезентації.

Історії людини формують її імідж.

- Імідж включає як природно притаманні властивості особистості, так і такі, що навмисно, свідомо подаються (самоподача).
- Види самоподачі:

• самоподача переваги – виділення, акцентування зовнішніх ознак переваги в одязі, манері мовлення, поведінці;

• самоподача привабливості – робота, витрачена на приведення одягу відповідно до зовнішніх даних;

• самоподача ставлення – демонстрація партнеру свого ставлення до нього як вербальними, так і невербальними засобами;

• самоподача стану і причин поведінки – привернення уваги до тієї причини власних дій, яка видається суб'єкту найбільш прийнятною.

В основі формування іміджу взагалі та ділового зокрема лежать принципи:

- принцип повторення: добре запам'ятовується та інформація, яка повторюється;
- принцип безперервного посилення впливу, тобто нарощування аргументованого й емоційного звернення;
- принцип «подвійного впливу», сприйняття не тільки на свідомому, а й на підсвідомому рівні.

Особистість, що презентує себе в діловій взаємодії, активно користується такими психологічними механізмами:

- *фасцинація* - чарівність, привабливість; вона характеризується словесним впливом, інтонацією, мімікою, манерами (говорити, рухатися тощо), при яких досягається мінімальна втрата інформації для партнерів по спілкуванню, їхня доброзичлива прихильність.
- *атракція* – це залучення, тяжіння; вона характеризується візуально фіксованим емоційним ставленням людини до будь-кого у вигляді проявів симпатії чи готовності до спілкування (усмішка, радісні вигуки, рух назустріч тощо).
- *стереотипізация* – використання того чи іншого стереотипного уявлення, яке задає специфічний «ореол» ставлення партнера по спілкуванню до нас.

Самоподача, самопрезентація

В останні десятиліття в галузі практичної психології та педагогіки розроблено безліч програм, пов'язаних з розвитком комунікативної компетентності щодо самопрезентації. Багато програм психологічних тренінгів містять відповідні блоки, безпосередньо присвячені проблемам самоподачі в діловому спілкуванні при встановленні контакту, при здійсненні впливу на думку, рішення, дії партнера по спілкуванню.

Small Talk - мистецтво маленької бесіди

У багатьох розвинених країнах Small Talk є невід'ємним атрибутом будь-якої угоди, початком спільного бізнесу. Під час нього люди оцінюють один одного, отримують багато невербальної інформації, складають короткий психологічний портрет співрозмовника.

Методика ARE

- A – Anchor – Якір. На основі наявної інформації відшукується точка дотику; темою може служити ситуація в компанії, галузі та на ринку, і все, що пов'язано з темою професійної діяльності. У випадках, коли вважається дурним тоном одразу говорити про роботу (у таких країнах, як, наприклад, Японія), підійдуть «стандартні» теми: погода, вихід нової техніки, гучна прем'єра тощо;
- R – Reveal – Розкриття, подальший рух за обраною темою. Так, розмову про актуальну погоду можна продовжувати розвивати міркуваннями про любов до заміських поїздок, відпочинку на природі, туризм;
- E – Encourage – Заохочення участі співрозмовника в розмові. На цьому етапі необхідно задавати відкриті запитання (чи любить він/вона бувати за містом, подорожувати). В отриманих відповідях містяться нові якорі.

Сторітеллінг

- особистий наратив як організоване у часовій послідовності оповідання (історія) суб'єкта про актуальні життєві події.

Функції сторітеллінга в професійному спілкуванні різноманітні. Розповідання історій дозволяє встановити психологічний контакт з партнерами і дає наступні ефекти:

- опис обставин, ситуації;
- ілюстрацію проблеми і переживань, пов'язаних з нею;
- стимул для обговорення;
- опис концепції проекту, суті проблеми;
- опис ефектів і наслідків дій сторін;
- навчання (передача знань не у вигляді правил і директив, а у вигляді історій).

Сторітеллінг

Історії більш виразні, цікаві і легше асоціюються з особистим досвідом, ніж правила або директиви. Вони краще запам'ятовуються, їм надають більше значення, їхній вплив на поведінку людей сильніший за більш формальну інформацію. Історії зберігають інформацію і досвід, допомагають застосовувати накопичений досвід в життєвих ситуаціях; стимулюють емоційні реакції, спонукають до дії; розвивають комунікативні навички особистості.

Rory's Story Cubes

використовується тренерами-психологами та педагогами для розвитку вміння професіонала вільно висловлювати думки в заданому напрямку з точки зору психологічних закономірностей процесу самопрезентації особистості і риторики зокрема.