

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN
TRƯỜNG CAO ĐẲNG LƯƠNG THỰC - THỰC PHẨM

GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: KỸ NĂNG GIAO TIẾP

NGÀNH/NGHỀ: QUẢN TRỊ KINH DOANH

TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 761 /QĐ-CĐLTTP-ĐT ngày 17 tháng 8 năm 2017 của
Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Lương thực Thực phẩm)*



Đà Nẵng, năm 2017

LỜI GIỚI THIỆU

Ở mọi thời đại, mọi xã hội, giao tiếp và ứng xử giữa con người với con người diễn ra liên tục trên mọi lĩnh vực cuộc sống, trong sinh hoạt đời thường cũng như trong công việc. Giao tiếp vừa thể hiện văn hóa của mỗi người vừa thể hiện mức độ văn minh của xã hội. Chính vì vậy, giao tiếp là một mặt cơ bản của công tác giáo dục và đào tạo.

Nhằm đáp ứng nhu cầu học tập của học sinh sinh viên trường Cao đẳng Lương thực thực phẩm, tác giả đã biên soạn giáo trình “Kỹ năng giao tiếp”. Trong cuốn sách này, tác giả đã tổng hợp những lý luận về giao tiếp của các tác giả trong và ngoài nước, tham khảo tài liệu giảng dạy của các trường Đại học cao đẳng, trung cấp, các trường dạy nghề trong thời gian gần đây, đồng thời hướng dẫn thực hành, rèn luyện những kỹ năng giao tiếp cơ bản, cần thiết cho một nhân viên làm việc trong môi trường hiện đại.

Giáo trình được biên soạn dựa trên chương trình khung trình độ trung cấp các nghề: Công nghệ thực phẩm, Kỹ thuật chế biến món ăn, Kế toán doanh nghiệp. Giáo trình gồm có 3 chương:

Chương 1: Tổng quan về giao tiếp

Chương 2: Kỹ năng lắng nghe trong giao tiếp

Chương 3: Kỹ năng nói trong giao tiếp

Chương 4: Kỹ năng viết trong giao tiếp

Chương 5: Kỹ năng giao tiếp khi xin việc làm và giao tiếp nơi công sở

Giáo trình cũng đã được Hội đồng thẩm định trường Cao đẳng Lương thực thực phẩm nghiệm thu; sử dụng làm tài liệu chính phục vụ giảng dạy và học tập tại trường.

Lần đầu tiên biên soạn, chắc chắn giáo trình sẽ không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả rất mong nhận được ý kiến đóng góp của người sử dụng và đồng nghiệp để giáo trình ngày càng hoàn thiện hơn.

Trân trọng cảm ơn!

Tham gia biên soạn

Lê Thị Kim Phượng

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP	9
1. KHÁI NIỆM, ĐẶC ĐIỂM VÀ CHỨC NĂNG CỦA GIAO TIẾP	9
1.1. Khái niệm	9
1.2. Đặc điểm của giao tiếp	10
1.3. Các chức năng của giao tiếp.....	11
2. PHÂN LOẠI GIAO TIẾP	12
2.1. Phân loại dựa vào nội dung tâm lý của giao tiếp	12
2.2. Phân loại dựa vào đối tượng hoạt động giao tiếp.....	12
2.3. Phân loại dựa vào tính chất tiếp xúc	13
2.4. Phân loại dựa vào hình thức giao tiếp	13
2.5. Phân loại dựa vào vị thế giao tiếp	14
2.6. Phân loại dựa vào thái độ và sách lược giao tiếp	14
3. QUÁ TRÌNH GIAO TIẾP	15
4. CÁC PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP	17
4.1. Phương tiện giao tiếp bằng ngôn ngữ	17
4.2. Phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ	18
5. CÁC YẾU TỐ TÂM LÝ ẢNH HƯỞNG ĐẾN GIAO TIẾP	23
5.1. Nhận thức trong giao tiếp.....	24
5.2. Tình cảm, cảm xúc trong giao tiếp.....	26
5.3. Ấn tượng ban đầu	27
5.4. Trạng thái bản ngã trong giao tiếp	27
5.5. Sự hòa hợp tâm lý giữa những người giao tiếp với nhau.....	28
CHƯƠNG 2. KỸ NĂNG NGHE TRONG GIAO TIẾP.....	31
1. LỢI ÍCH CỦA VIỆC LẮNG NGHE	31

2. NHỮNG THÓI QUEN XẤU TRONG LẮNG NGHE.....	32
3. CÁC CẤP ĐỘ NGHE	33
4. PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG LẮNG NGHE HIỆU QUẢ.....	34
5. CÁC KIỂU LẮNG NGHE.....	35
5.1. Lắng nghe để thu thập thông tin.....	35
5.2. Lắng nghe để giải quyết vấn đề	35
5.3. Lắng nghe để thấu cảm	36
CHƯƠNG 3. KỸ NĂNG NÓI TRONG GIAO TIẾP.....	41
1.TẦM QUAN TRỌNG CỦA NÓI TRONG GIAO TIẾP	41
2. NHỮNG YẾU TỐ GIÚP PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG NÓI	41
2.1. Kiểm soát chất giọng.....	41
2.2. Biết rõ người nghe.....	42
3. PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH TRƯỚC CÔNG CHÚNG .	43
3.1. Tạo sự lôi cuốn khi thuyết trình trước đám đông.....	43
3.2. Tự tin trước đám đông khi thuyết trình.....	44
3.3. Tạo sự cuốn hút người nghe khi thuyết trình trước đám đông	45
4. PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG PHÒNG VẤN.....	45
4..1. Các kiểu phỏng vấn.....	45
4.2. Cấu trúc của một cuộc phỏng vấn.....	46
5. PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG DẪN DẮT HỘI NGHỊ, HỘI HỌP	47
5.1. Dẫn dắt các hội nghị.....	47
5.2. Dẫn dắt các cuộc họp mang tính chất thảo luận.....	48
6. KỸ NĂNG TRẢ LỜI ĐIỆN THOẠI.....	50
CHƯƠNG 4. KỸ NĂNG VIẾT TRONG GIAO TIẾP.....	55
1. ĐẶC ĐIỂM GIAO TIẾP BẰNG NGÔN NGỮ VIẾT.....	55

2. CÁC YẾU TỐ GIÚP VIẾT HIỆU QUẢ	55
3. KỸ NĂNG VIẾT CÁC LOẠI THƯ TRONG GIAO TIẾP.....	55
4. GIAO TIẾP QUA CÔNG VĂN.....	60
4.1. Các chức năng của công văn.....	60
4.2. Các đặc tính của công văn.....	61
4.3. Thông tin bằng công văn.....	61
4.4. Những hướng dẫn bổ ích khi soạn thảo công văn.....	61
4.5. Những yêu cầu và bố cục khi soạn thảo công văn.....	62
CHƯƠNG 5. NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP KHI XIN VIỆC LÀM & GIAO TIẾP NƠI CÔNG SỞ	65
1. NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP KHI XIN VIỆC LÀM.....	65
1.1. Tìm hiểu về quá trình xin việc làm	65
1.2. Chuẩn bị bản tóm tắt lý lịch	66
1.3. Chuẩn bị đơn xin việc	67
1.4. Phát triển kỹ năng phỏng vấn khi xin việc làm.....	67
2. NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP NƠI CÔNG SỞ.....	77
2.1. Giao tiếp với khách hàng	77
2.2. Giao tiếp với cấp trên.....	78
2.3. Giao tiếp với đồng nghiệp.....	78
2.4. Giao tiếp với cấp dưới.....	79

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm giao tiếp;
- Hiểu được vai trò và chức năng của giao tiếp;
- Biết phân loại các hình thức giao tiếp;
- Phân tích những yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến quá trình giao tiếp..

A. NỘI DUNG

1. KHÁI NIỆM, ĐẶC ĐIỂM VÀ CHỨC NĂNG CỦA GIAO TIẾP

1.1. Khái niệm

Ngạn ngữ La tinh có câu “người nào sống được một mình thì là Thánh nhân, hoặc là quỷ sứ”. Phạm đã là người thì ai cũng phải sống trong một xã hội nhất định, sinh hoạt trong những nhóm người, tập thể và những cộng đồng khác nhau. Trong quá trình sống và làm việc chung với mọi người con người có rất nhiều nhu cầu cần phải được thỏa mãn. Đó là nhu cầu trao đổi thông tin, trao đổi những kinh nghiệm giữa mình với người khác, nhu cầu thổ lộ những tâm tư, tình cảm, suy nghĩ và mong muốn được người khác cùng chia sẻ những niềm vui nỗi buồn trong cuộc sống; trong hoạt động của mình chúng ta còn muốn được người khác hợp tác và giúp đỡ và ai cũng muốn khẳng định những tài năng và đức hạnh của mình trước người khác. Tất cả những nhu cầu tâm lý xã hội đó chúng ta chỉ có thể thông qua hoạt động giao tiếp.

Giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các mối quan hệ xã hội giữa người với người, hoặc giữa người với những yếu tố xã hội nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định.

Giao tiếp bao hàm hàng loạt những yếu tố, như trao đổi thông tin, xây dựng hoạt động chiến lược phối hợp, tri giác và tìm hiểu người khác. Tương ứng với các yếu tố trên thì giao tiếp có ba khía cạnh chính: giao lưu, tác động qua lại và tri giác.

Khía cạnh giao lưu của giao tiếp gắn liền với việc tìm hiểu những đặc điểm đặc thù của quá trình trao đổi thông tin giữa hai bên giao tiếp với nhau có tính đến cả mục đích, tâm thế và ý định của nhau. Quá trình giao lưu sẽ làm giàu thêm về ý thức, kinh nghiệm của những người tham gia giao tiếp.

Một khía cạnh quan trọng khác của giao tiếp đó là tác động qua lại giữa hai bên. Trong trường hợp này, ngôn ngữ thống nhất và cùng tìm hiểu về tình huống, hoàn cảnh giao tiếp là điều kiện cần thiết đảm bảo sự tác động qua lại đạt hiệu quả. Có nhiều kiểu tác động lẫn nhau, trước hết đó là sự hợp tác và cạnh tranh, tương ứng với chúng là sự đồng tình hay xung đột.

Khía cạnh thứ ba là tri giác của giao tiếp bao hàm quá trình hình thành hình ảnh về người khác, xác định được các phẩm chất tâm lý và đặc điểm hành vi của người đó (thông qua các biểu hiện bên ngoài). Trong khi tri giác người khác cần chú ý đến các hiện tượng như: ấn tượng ban đầu, hiệu ứng cái mới, sự điển hình hóa...

1.2. Đặc điểm của giao tiếp

Giao tiếp có những đặc trưng cơ bản sau

- Mang tính nhận thức

Cá nhân ý thức được mục đích giao tiếp, nhiệm vụ, nội dung của tiến trình giao tiếp, phương tiện giao tiếp; ngoài ra còn có thể hiểu đặc trưng được của giao tiếp là khả năng nhận thức và hiểu biết lẫn nhau của các chủ thể giao tiếp, nhờ đó tâm lý, ý thức con người không ngừng được phát triển. Nếu không giao tiếp với những người xung quanh, đứa trẻ không nhận thức được.

- Trao đổi thông tin

Dù với bất kỳ mục đích nào, trong quá trình giao tiếp cũng xảy ra sự trao đổi thông tin, tư tưởng, tình cảm, thế giới quan, nhân sinh quan. Nhờ đặc trưng này mà mỗi cá nhân tự hoàn thiện mình theo những yêu cầu, đòi hỏi của xã hội, của nghề nghiệp, của vị trí xã hội mà họ chiếm giữ. Cũng nhờ đặc trưng này, những phẩm chất tâm lý, hành vi ứng xử, thái độ biểu hiện của con người được nảy sinh và phát triển theo các mẫu hình “nhân cách” mà mỗi cá nhân mong muốn trở thành.

- Giao tiếp là một quan hệ xã hội, mang tính chất xã hội.

Quan hệ xã hội chỉ được thực hiện thông qua giao tiếp người - người. Con người vừa là thành viên tích cực của các mối quan hệ xã hội vừa hoạt động tích cực cho sự tồn tại và phát triển của chính các quan hệ xã hội đó.

- Giao tiếp giữa các cá nhân mang tính chất lịch sử phát triển xã hội.

Giao tiếp bao giờ cũng được cá nhân thực hiện với nội dung cụ thể, trong khung cảnh không gian và thời gian nhất định.

- Sự kế thừa chọn lọc

Giao tiếp bản thân nó chứa đựng sự kế thừa, sự chọn lọc, tiếp tục sáng tạo những giá trị tinh thần, vật chất thông qua các phương tiện giao tiếp nhằm lưu giữ, gìn giữ những dấu ấn về tư tưởng, tình cảm, vốn sống kinh nghiệm của con người. Giao tiếp được phát triển liên tục không ngừng đối với cá nhân, nhóm xã hội, dân tộc, cộng đồng tạo thành nền văn hoá, văn minh của các thời đại.

Trong cuốn Tâm lý học xã hội, giao tiếp còn có những đặc trưng cơ bản khác như:

- Tính chủ thể trong quá trình giao tiếp

Quá trình giao tiếp được thực hiện bởi các cá nhân cụ thể: một người hoặc nhiều người. Các cá nhân trong giao tiếp là các cặp chủ thể - đối tượng luôn đối

chỗ cho nhau, cùng chịu sự chi phối và tác động lẫn nhau tạo thành “các chủ thể giao tiếp”. Mức độ ảnh hưởng lẫn nhau giữa các chủ thể giao tiếp và hiệu quả giao tiếp phụ thuộc rất nhiều vào các đặc điểm cá nhân của chủ thể như vị trí xã hội, vai trò xã hội, tính cách, uy tín, giới tính, tuổi tác... cũng như các mối quan hệ và tương quan giữa họ.

- Sự lan truyền, lây lan các cảm xúc, tâm trạng.

Sự biểu cảm thể hiện đầu tiên bằng nét mặt có ý nghĩa tiến hoá sinh học cũng như ý nghĩa tâm lý - xã hội, nó phản ánh khả năng đồng cảm, ảnh hưởng lẫn nhau của con người. Sự chuyển toả các trạng thái cảm xúc này hay khác không thể nằm ngoài khuôn khổ của giao tiếp xã hội.

1.3. Các chức năng của giao tiếp

*** Nhóm các chức năng thuần túy xã hội**

Là các chức năng giao tiếp phục vụ xã hội hay của một nhóm người, bao gồm:

- Chức năng thông tin, tổ chức.

Trong hoạt động chung, người này giao tiếp với người kia để thông báo cho nhau những thông tin giúp cho hoạt động của tổ chức được thực hiện một cách hiệu quả. Ví dụ, thủ trưởng truyền đạt mệnh lệnh cho nhân viên, nhân viên báo cáo kết quả thực hiện lại cho tổ trưởng.

- Chức năng điều khiển

Chức năng này thực hiện trong khía cạnh tác động lẫn nhau của giao tiếp. Trong giao tiếp, người ta dùng những phương pháp tác động lẫn nhau như: ám thị, thuyết phục, áp lực nhóm... để điều khiển người khác. Chức năng này cực kỳ quan trọng trong hoạt động quản trị kinh doanh. Bằng các hình thức giao tiếp khác nhau như ra lệnh, thuyết phục, tạo dư luận, mà nhà quản trị hướng hoạt động của nhân viên vào thực hiện mục đích chung của doanh nghiệp. Cũng thông qua những hình thức tác động lẫn nhau trong giao tiếp và trong kinh doanh mà có thể thỏa thuận được với các đối tác khác về những hợp đồng thương mại có lợi.

- Chức năng phối hợp hành động

Trong một tổ chức thường có nhiều bộ phận với các chức năng nhiệm vụ khác nhau. Tuy nhiên để tổ chức hoạt động một cách thống nhất, đồng bộ, thì các bộ phận, các thành viên trong tổ chức cần phải giao tiếp với nhau để phối hợp hành động cho hiệu quả. Trong khi kéo pháo các chiến sỹ “hò dô” là một chức năng phối hợp hành động.

- Chức năng động viên kích thích

Chức năng này có liên quan đến lĩnh vực cảm xúc của con người. Trong quá trình giao tiếp con người không chỉ truyền tin cho nhau hay tác động điều khiển lẫn nhau mà còn tạo ra các cảm xúc kích thích hành động của họ. Trong hoạt động của mình nhà quản trị có khi dùng những kích thích giao tiếp như

khen ngợi, động viên, có những lời nói việc làm thể hiện sự quan tâm đến gia đình họ, bản thân họ sẽ làm cho cấp dưới cảm động, hài lòng từ những kích thích họ làm việc tốt hơn.

*** Nhóm các chức năng tâm lý xã hội**

Là các chức năng giao tiếp phục vụ các nhu cầu của từng thành viên của xã hội, bao gồm:

- Chức năng tạo mối quan hệ

Đối với con người, trạng thái cô đơn, cô lập đối với những người xung quanh là một trong những trạng thái đáng sợ nhất. Giao tiếp giúp con người tạo ra mối quan hệ với mọi người.

- Chức năng cân bằng cảm xúc

Mỗi chúng ta đôi khi có những cảm xúc cần bộc lộ. Sung sướng hay đau khổ, hy vọng hay thất vọng, niềm vui hay nỗi buồn đều muốn được người khác cùng chia sẻ. Chỉ có giao tiếp chúng ta mới tìm được sự đồng cảm, cảm thông và giải tỏa được cảm xúc của mình.

- Chức năng phát triển nhân cách

Trong giao tiếp con người lĩnh hội những kiến thức xã hội, tâm hồn con người trở nên phong phú, tri thức sâu sắc, tình cảm và thế giới quan được hình thành, củng cố và phát triển. Thông qua giao tiếp những tiêu chuẩn về đạo đức, cũng như tinh thần trách nhiệm, nghĩa vụ tính nguyên tắc, tính vị tha, tính trung thực... không chỉ được thể hiện mà còn được hình thành ở chúng ta. Cũng thông qua giao tiếp con người học được cách đánh giá hành vi thái độ, nhận biết được chính mình để rồi hoàn thiện các phẩm chất nhân cách bản thân.

2. PHÂN LOẠI GIAO TIẾP

Có nhiều cách phân loại giao tiếp theo những tiêu chuẩn khác nhau:

2.1. Phân loại dựa vào nội dung tâm lý của giao tiếp

Người ta phân ra thành:

- Giao tiếp nhằm thông báo thông tin mới.
- Giao tiếp nhằm thay đổi động cơ và giá trị.
- Giao tiếp nhằm kích thích, động viên hành động.

2.2. Phân loại dựa vào đối tượng hoạt động giao tiếp

Người ta chia ra:

- Giao tiếp liên nhân cách (giữa 2-3 người với nhau)
- Giao tiếp xã hội là giao tiếp giữa một người với 1 nhóm người (như lớp học, hội nghị...)
- Giao tiếp nhóm – đây là loại hình giao tiếp đặc trưng cho một tập thể nhỏ liên kết với nhau bởi hoạt động chung và nó phục vụ cho hoạt động này.

2.3. Phân loại dựa vào tính chất tiếp xúc

Ta có thể chia làm hai loại:

- **Giao tiếp trực tiếp-** là loại giao tiếp thông dụng nhất của mọi hoạt động của con người, trong đó các đối tượng của giao tiếp gặp gỡ nhau và thường dùng ngôn ngữ nói biểu cảm để truyền cho nhau những ý nghĩ tình cảm của mình. Đây là loại hình giao tiếp có hiệu quả nhất, bởi vì trong tình huống mặt đối mặt nhờ có những thông tin không bằng lời đi kèm mà mọi sự hiểu lầm, thông tin thiếu chính xác được điều chỉnh kịp thời trong quá trình giao tiếp. Điển hình của loại hình giao tiếp này là các cuộc phỏng vấn, đàm thoại trực tiếp, các cuộc đàm thoại song phương, các cuộc hội nghị ở quy mô nhỏ...
- **Giao tiếp gián tiếp-** là giao tiếp thông qua một phương tiện trung gian khác như thư từ, sách báo điện thoại, vô tuyến truyền hình, fax.vv..Đây là hình thức giao tiếp kém hiệu quả hơn vì sự phản hồi thông tin rất chậm, nhất là hình thức giao tiếp bằng văn bản. Hơn nữa loại giao tiếp này rất ít được hỗ trợ bởi các phương tiện phi ngôn ngữ, vì vậy các đối tác có thể hiểu hết những khía cạnh tế nhị của thông tin.

Tất nhiên là giao tiếp trong kinh doanh không phải bao giờ cũng được tiến hành bằng hình thức hiệu quả nhất (trực tiếp). Đôi khi vì những lý do về thời gian, không gian, tài chính,...mà các nhà kinh doanh phải giao tiếp gián tiếp với nhau. Hơn nữa, việc kết hợp các hình thức giao tiếp khác nhau để giải quyết vấn đề thường đem đến hiệu quả chung tốt hơn. Chẳng hạn, gặp những vấn đề phức tạp, chúng ta nên tiến hành trao đổi thông tin dưới dạng văn bản trước, sau đó tiến hành thảo luận trực tiếp. Như vậy, cả hai bên đều có cơ hội, thời gian nghiên cứu những vấn đề và chuẩn bị tốt cho cuộc gặp gỡ trực tiếp. Hoặc là sau khi đã thỏa thuận với nhau về một vấn đề nào đó trong cuộc gặp gỡ mặt đối mặt, chúng ta có thể khẳng định lại điều đó bằng một văn bản thường có tính pháp lý cao hơn (“giấy trắng, mực đen”) và cũng tiện lưu trữ hồ sơ, tài liệu.

2.4. Phân loại dựa vào hình thức giao tiếp

- **Giao tiếp chính thức-** là giao tiếp có sự ấn định theo pháp luật, theo một quy trình được tổ chức thừa nhận như hội họp, mít tinh, đàm phán,...loại này công tác quản trị chiếm một tỷ lệ khá cao, nó ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động của tập thể.
- **Giao tiếp không chính thức-** là loại hình giao tiếp không theo sự quy định nào cả, mang nặng tính cá nhân. Ví dụ, giao tiếp giữa bạn bè với nhau, thủ trưởng trò chuyện riêng tư với nhân viên,...Loại hình giao tiếp này trong công tác quản trị cũng hay được sử dụng, nó có tác dụng tạo ra bầu không khí đầm ấm, vui tươi, thân mật hiểu biết lẫn nhau, tạo điều kiện thuận lợi cho giao tiếp chính thức thực hiện có hiệu quả. Vì vậy không phải ngẫu nhiên mà trong thời gian dự hội nghị, đàm phán, ký kết hợp đồng, nhiều cơ quan tổ chức cho khách đi tham quan, xem

văn nghệ, dự tiệc tất cả những điều đó cốt lõi tạo thuận lợi cho giao tiếp chính thức được tiến hành thuận lợi.

2.5. Phân loại dựa vào vị thế giao tiếp

- Giao tiếp thế mạnh
- Giao tiếp thế yếu
- Giao tiếp thế cân bằng

Thế tâm lý tức là vị thế tâm lý giữa hai người trong quan hệ giao tiếp, nó nói lên ai mạnh hơn ai về mặt tâm lý (ví dụ: ai cần ai, ai không cần ai, ai sợ ai, ai không sợ ai...) thế tâm lý của một người đối với một người khác chi phối những hành vi trong giao tiếp của họ. Chẳng hạn, khi chúng ta giao tiếp với bạn bè trong lớp (là thế cân bằng) sẽ có những hành vi cử chỉ, tư thế khác khi chúng ta giao tiếp với một vị giám đốc trong cuộc phỏng vấn xin việc làm (khi chúng ta là ở thế yếu). Chính vì vậy để có những hành vi giao tiếp là hợp lý, chúng ta cần phải xác định thế tâm lý của ta so với của đối tượng, tức là xem ai mạnh hơn ai về mặt tâm lý trong cuộc giao tiếp ấy. Khi đánh giá thế tâm lý của nhau, chớ chủ quan, phiến diện dẫn đến sai lầm. Bởi vì giữa ta với đối tượng giao tiếp có thể có rất nhiều mối quan hệ ràng buộc, cũng có khi chúng ta mạnh hơn họ trong mối quan hệ này, nhưng họ lại mạnh hơn ta trong mối quan hệ khác. Trong giao tiếp chúng ta còn phải cố gắng điều chỉnh thế tâm lý của mình phù hợp với những tình huống cụ thể.

2.6. Phân loại dựa vào thái độ và sách lược giao tiếp

- Giao tiếp kiểu thắng - thắng: trong giao tiếp kiểu này mọi người luôn mong muốn tìm kiếm lợi ích chung, làm cho các bên tham gia giao tiếp đều thỏa mãn nhu cầu của mình. Những người ưa kiểu giao tiếp này thường nhìn cuộc sống là một sự hợp tác, chứ không phải là cạnh tranh. Giao tiếp kiểu thắng – thắng dựa trên nguyên lý cho rằng “có đầy đủ cho mọi người, thành công của một người không ảnh hưởng hoặc không loại trừ người khác”. Kiểu giao tiếp này thường được áp dụng trong các cuộc thương lượng, khi mà hai bên muốn hợp tác với nhau nhằm tìm kiếm những lợi ích chung.

- Giao tiếp kiểu thắng – thua: là kiểu ngược với kiểu thắng- thắng. Mục đích chủ yếu của giao tiếp này là làm sao cố gắng đè bẹp đối phương bằng mọi cách. Ở đây người ta chỉ nghĩ rằng “nếu tôi thắng thì anh phải thua”, đây là cuộc chơi có tổng bằng không. Nhà quản trị nào thường áp dụng kiểu giao tiếp này là thường độc đoán, ưa sử dụng sức mạnh quyền lực để áp đặt những mệnh lệnh, chỉ thị của mình đối với người khác. Nếu nhà kinh doanh thường áp dụng kiểu giao tiếp này thường khó giữ được chữ tín, khó giữ được các mối quan hệ với khách hàng, với bạn hàng. Trong kinh doanh họ thường thực hiện những cuộc

cạnh tranh không lành mạnh. Nói chung kiểu giao tiếp này thường không thích hợp với sự hợp tác.

- Giao tiếp kiểu thua - thắng: với kiểu giao tiếp này người ta thường làm hài lòng hoặc nhân nhượng vô nguyên tắc, miễn sao giữ được mối quan hệ phức tạp. Trong giao tiếp kiểu này người ta không có những tiêu chuẩn, không có yêu cầu, không có chứng kiến không có dự định, không có ước mơ. Họ tìm sức mạnh từ sự ưa thích của quần chúng hoặc được chấp nhận. Bước vào các cuộc giao tiếp kiểu này, người ta thường nghĩ: “tôi thua, bạn thắng”; “tôi là người thua cuộc, tôi luôn là người thua cuộc”; “tôi là người muốn hòa giải. Tôi làm tất cả để giữ bình yên”... Nếu trong kinh doanh bạn luôn áp dụng kiểu này thì sẽ bị người ta lợi dụng và sẽ nhận sự thua thiệt, nhất là khi gặp phải những đối tác chuyên áp dụng kiểu thắng – thua.

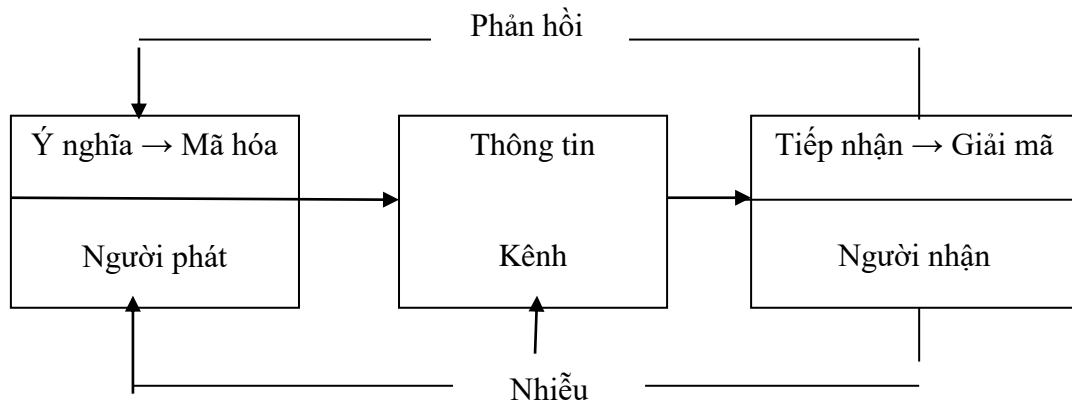
- Giao tiếp kiểu thua - thua: khi hai bên đều cố tình chọn kiểu thắng – thua để giao tiếp với nhau, tức là hai bên kiên quyết giữ lập trường của mình một cách ương bướng, thì kết quả sẽ là thua – thua. Cả hai đều thua, vì mối quan hệ giữa hai bên đều căng thẳng và kết quả của cuộc giao tiếp không thành.

- Giao tiếp kiểu thắng – thắng hoặc không hợp đồng: là kiểu giao tiếp mà ở trong đó nếu cả hai bên đều không đưa ra được giải pháp có lợi cho cả hai thì thà là không hợp tác, bởi như thế còn tốt hơn là thực hiện giải pháp chỉ có lợi cho một bên. Khi chọn kiểu giao tiếp thắng – thắng hoặc không hợp đồng, thường các đối tác cảm thấy thoải mái hơn về mặt tâm lý và tự do hơn trong hoạt động của mình.

3. QUÁ TRÌNH GIAO TIẾP

Giao tiếp bao hàm hàng loạt yếu tố trao đổi như trao đổi thông tin xây dựng chiến lược hoạt động phối hợp, tri giác và tìm hiểu người khác. Tương ứng với các yếu tố trên thì giao tiếp có 3 khía cạnh chính: giao lưu, tác động qua lại và tri giác.

Giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin, ý tưởng và các cảm xúc; Quá trình này bao gồm nhiều yếu tố khác nhau như nguồn thông tin (người gửi), bản thông điệp, kênh (người nhận), phản hồi, các cản trở (nhiều)



Sơ đồ 1.1. Quá trình giao tiếp

- Thông tin: là đặc tính của tín hiệu hay của bản thông điệp giúp có thể truyền đi một điều gì đó có ý nghĩa, mà người nhận chưa biết trước được. (Thông tin là sự diễn dịch bên trong của một sự kiện xảy ra ở bên ngoài)

Thông tin được đo bằng đơn vị là “bit”. Trong quá trình giao tiếp giữa người với người các “bit” chính là từ, ngữ, các ký hiệu, dấu hiệu hoặc các hành vi mà con người sử dụng trong giao tiếp.

- Bản thông điệp: là một thể kết hợp các “bit” thông tin có thể gửi đi được. Các thông điệp được xây dựng bằng một hoặc nhiều loại ngôn ngữ giao tiếp, do máy hoặc con người thực hiện. Trong quá trình truyền tin diễn ra việc mã hóa và giải mã thông tin do bộ não (của con người hoặc của máy) nguồn thông tin thực hiện. Khi nói người truyền tin sẽ mã hóa thông tin, còn khi nghe người nhận sẽ giải mã.

- Quá trình mã hóa: là quá trình lựa chọn, sắp xếp các “bit” thông tin thành một loại ngôn ngữ giao tiếp có thể gửi đi được.

- Quá trình giải mã: là quá trình diễn dịch một bản thông điệp

- Phản hồi (feedback) là việc gửi ngược lại toàn bộ bản thông điệp hay một phần của nó từ người nhận tới người gửi, để họ điều chỉnh, sửa chữa lại cho rõ ràng, dễ hiểu. Phản hồi là sự phản ứng lại của người nhận về bản thông điệp của người gửi.

- Dữ liệu nhập: là toàn bộ những thông tin được nhập vào bộ nhớ của não dùng để giao tiếp.

- Người gửi và người nhận: trong phần lớn các tình huống giao tiếp con người vừa là “người gửi” và “người nhận” cùng một lúc. Họ là “người gửi - người nhận”

- Các kênh: là đường truyền tải thông tin từ người gửi đến người nhận

+ Giao tiếp trực tiếp: mặt đối mặt các kênh chủ yếu là nhìn và nghe, bắt tay, trang phục...

+Giao tiếp gián tiếp: không phải mặt đối mặt các kênh truyền tin có thể là viết thư, văn bản, gọi điện hoặc gửi các băng ghi âm...

- Các cản trở: (nhiều) trong quá trình giao tiếp là những yếu tố cản trở việc trao đổi thông tin, làm hiểu không đúng về ý nghĩa của bản thông điệp

+Cản trở mang tính chất vật lý như tiếng ồn xung quanh, hệ thống âm thanh không đạt yêu cầu...

+Cản trở mang tính chất xã hội có thể xuất hiện do sự thiếu hiểu biết giống nhau về các tình huống giao tiếp, hoặc do những điểm khác nhau về xã hội, chính trị, tôn giáo, nghề nghiệp, trình độ văn hóa...

+Cản trở mang tính chất tâm lý, đặc tính tâm lý đặc biệt của cá nhân như tính nhút nhát quá mức, tính cởi mở, kỹ năng giao tiếp....

4. CÁC PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP

Trong quá trình giao tiếp chúng ta phải sử dụng những phương tiện giao tiếp. *Phương tiện giao tiếp là tất cả những yếu tố mà chúng ta dùng để thể hiện thái độ, tình cảm, mối quan hệ và những tâm lý khác của mình trong cuộc giao tiếp.*

Phương tiện giao tiếp hết sức phong phú và đa dạng. Tuy nhiên, chúng ta chia thành hai nhóm chính: giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ. Giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ ít tách rời nhau, mà thường bổ sung cho nhau. Trong các mối quan hệ tương đối gần gũi, thân thiết, giao tiếp phi ngôn ngữ chiếm ưu thế hơn, còn trong các mối quan hệ mang tính chất xã giao thì giao tiếp phi ngôn ngữ làm nền cho giao tiếp ngôn ngữ.

4.1.Phương tiện giao tiếp bằng ngôn ngữ

Ngôn ngữ là phương tiện giao tiếp chủ yếu của con người. Bằng ngôn ngữ, con người có thể truyền bất kỳ một thông tin nào, như diễn tả tình cảm, ám chỉ, miêu tả sự vật...ở phương tiện này, sự giao tiếp thường dựa vào những yếu tố sau:

- Nội dung ngôn ngữ: tức ý nghĩa của lời nói, của từ. Ở đây chúng ta cần phải lưu ý đến vai trò của các cá nhân của ngôn ngữ trong giao tiếp. Một từ hay một tập hợp từ đều có một hay một vài ý nghĩa nhất định. Ý nghĩa của ngôn ngữ có hai hình thức tồn tại: khách quan và chủ quan. Khách quan bởi nó không phụ thuộc vào sở thích, ý muốn của một cá nhân nào. Chẳng hạn, không ai dùng từ “cái tử” để chỉ “cái cây” và ngược lại. tính chủ quan thể hiện ở chỗ, có những từ vô thưởng vô phạt, nhưng quá trình sử dụng gây ra những phản ứng, những cảm xúc tích cực hay tiêu cực nào đó. Đây là ý cá nhân của ngôn ngữ. Ví dụ từ “ma túy” đối với người nghiện hút không gợi cảm giác tiêu cực như ở những người chạy tịnh, ngăn nắp.

Ngay trong một nhóm người, đôi khi cũng có những quy định ý nghĩa riêng cho một số tập hợp từ. Tiếng “lóng” là một ví dụ. Mỗi cá nhân, mỗi người từ cộng đồng địa phương đến đẳng cấp dân tộc đều có những sắc thái riêng trong cách sử dụng ngôn ngữ. Hiểu được ý cá nhân là cơ sở tạo nên sự đồng điệu trong giao tiếp, còn gọi là khả năng đồng cảm.

- Tính chất của ngôn ngữ: trong giao tiếp có những tính chất của ngôn ngữ như nhịp điệu, âm điệu, ngữ điệu... cũng đóng vai trò rất quan trọng. Có người mới trông vào “ cái gì coi cũng được”, nhưng khi họ thốt ra những tiếng chát chúa hay the thé làm người ta cụt hứng ngay. Cũng có người tiếng nói ầm áp dịu dàng, quyến rũ làm cho người nghe có cảm tình ngay, mặc dù dung mạo không lảy gì làm khả ái.

Trong khi nói, chúng ta cần chú ý tới giọng điệu, ngữ điệu. Lời nói có được rõ ràng, khúc chiết hay không, phụ thuộc nhiều vào cách nhấn giọng. Nhờ cách nhấn giọng mà người nói có thể làm cho người nghe chú ý đến những lời nói của mình. Muốn nhấn giọng chúng ta phải hiểu rõ chúng ta đang nói gì và suy nghĩ gì, dẫn đo từng lời một. Biết nhấn mạnh những lời quan trọng và để những lời nói phụ lướt nhẹ đi.

Hai yếu tố khác có thể thay đổi ý nghĩa của lời nói là cách uốn giọng và ngữ điệu. Trong lúc nói phải có cách lên giọng và xuống giọng, lúc nhặt lúc khoan lúc nói nhẹ lúc gằn từng tiếng thì lời nói mới nổi bật lên. Trước và sau khi nói ra những lời quan trọng nhất phải ngừng một chút để cho người nghe chú ý.

- Điệu bộ khi nói. Điệu bộ là những cử chỉ của tay chân vui vẻ mặt. Có khi vừa nói vừa chỉ, vừa nói vừa nhìn chăm chăm, vừa nói vừa liếc, vừa nói vừa vuốt ve, âu yếm... Thường điệu bộ phụ họa theo lời nói để giúp thêm ý nghĩa cho nó. Tuy nhiên, việc sử dụng điệu bộ khi nói cũng phải phù hợp với phong tục, tập quán, nền văn hóa. Những cử chỉ, điệu bộ tự nhiên là đáng yêu nhất, đừng gò ép mình bằng cách bắt chước điệu bộ của người này hay người khác.

4.2. Phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ

Trong giao tiếp chỉ 1 tỷ lệ những người hiểu nhau mà chúng ta có được là nhờ nghe qua lời nói. Các nhà nghiên cứu chỉ ra rằng, tác động của ngôn ngữ chiếm 30-40%, phần còn lại là do cách diễn đạt bằng cơ thể, hoặc giao tiếp không lời qua vẻ mặt, động tác, dáng điệu và tín hiệu khác. Việc nghiên cứu phương tiện phi ngôn ngữ hết sức quan trọng, giúp chúng ta trở nên nhạy cảm hơn trong giao tiếp.

- Nét mặt: trong giao tiếp nét mặt biểu lộ thái độ, cảm xúc của con người. Các công trình nghiên cứu thống nhất rằng nét mặt của con người biểu lộ 6 cảm xúc: vui mừng, buồn, ngạc nhiên, sợ hãi, tức giận, và ghê tởm. Ngoài tính biểu cảm, nét mặt còn cho ta biết khá nhiều về tính cách con người. Người có nét mặt

căng thẳng là người dứt khoát, trực tính. Người có nét mặt mềm mại ở vùng miệng thì hòa nhã, thân mật, biết vui đùa và dễ thích nghi trong giao tiếp. Nướng mày thường là dấu hiệu cho biết người ta không hiểu và muốn lặp lại thông tin. Đôi khi nó chỉ sự không tin tưởng mấy. Nhăn trán, cau mày là dấu hiệu phổ biến của sự lúng túng và sự lo lắng, và đôi khi biểu hiện của sự giận dữ.

- Nụ cười: trong giao tiếp có thể dùng nụ cười để biểu lộ tình cảm, thái độ của mình. Con người có bao nhiêu kiểu cười thì bấy nhiêu cá tính. Có cái cười tươi tắn, hồn nhiên, đôn hậu, có cái cười chua chát, miễn cưỡng, đanh ác, có cái cười đồng tình, thông cảm, nhưng cũng có cái cười chế diễu, cười khinh bỉ... Mỗi điệu cười đều biểu hiện một thái độ nào đó, cho nên trong giao tiếp, chúng ta phải tinh nhạy quan sát nụ cười của đối tượng giao tiếp để biết được lòng dạ họ.

- Ánh mắt: dân gian có câu “đôi mắt là cửa sổ tâm hồn”. Bởi lẽ cặp mắt là điểm khởi đầu cho tất cả mọi nghiên cứu, quan sát, tìm hiểu, qua ánh mắt con người có thể nói lên tất nhiều thứ. Ánh mắt phản ánh trạng thái cảm xúc, bộ lộ tình cảm, tâm trạng và ước nguyện của người ra bên ngoài.

Trong giao tiếp ánh mắt còn đóng vai trò đồng bộ hóa câu chuyện, biểu hiện sự chú ý, tôn trọng, sự đồng tính hay phản đối. Ánh mắt trong giao tiếp cũng phụ thuộc vào vị trí xã hội của mỗi bên. Người có địa vị xã hội cao hơn (hay tự cho mình là có vai trò cao hơn) thường nhìn vào mắt của người kia nhiều hơn, kể cả khi nói lẫn khi nghe.

Ánh mắt của một người còn phản ánh cá tính của người đó: người có óc thực tế thường có cái nhìn lạnh lùng, người ngay thẳng nhân hậu có cái nhìn thẳng và trực diện, người nham hiểm đa nghi có cái nhìn xoi mói, lục lọi...

- Các cử chỉ: các cử chỉ gồm các chuyển động của đầu (gật đầu, lắc đầu...), của bàn tay (vẫy, chào, khua tay), của cánh tay... Vận động của chúng có ý nghĩa nhất định trong giao tiếp. Thật vậy, chuyển động của đầu có thể là đồng ý hay không đồng ý, của bàn tay là lời mời, sự từ chối, chống đối hay van xin...

Người ta cũng có thể dùng cử chỉ để dễ dàng điều khiển cuộc giao tiếp, chẳng hạn như một số vận động của tay và đầu có ý nhắc nhở người đối thoại nói nhanh, chậm, dừng lại hay giải thích thêm.

Mũi cũng là phương tiện truyền thông, bởi vì khi nhìn người khác với cái vẻ coi khinh người ta thường nhìn xuống mũi của mình. Khi động tác này đi kèm với một cái hít vào khinh khinh thì thái độ phủ nhận lại càng gia tăng.

Ngoài ra cử chỉ le lưỡi thiếu tôn kính ra, lưỡi cũng được dùng trong truyền thông không chủ định. Chúng ta liếm môi khi chúng ta căng thẳng hoặc đứng trước một điều kích động, và chúng ta lúng búng lưỡi trong miệng khi chúng ta

nói một điều gì mà chúng ta không thực sự muốn nói hoặc không tin tưởng cho lắm.

Một cái cảm hích lên thường biểu hiện một thái độ gầy gò. Khi buồn chán người ta thường chống cằm bằng cả hai tay. Việc vuốt cằm cho thấy người ta đang suy nghĩ cân nhắc gì đó và đang chuẩn bị đưa ra một quyết định.

Thường cử chỉ bàn tay cũng nói lên nhiều điều. Các ngón tay chụm lại thành hình tháp chuông chống dưới cằm chứng tỏ sự nghi ngờ. Đưa bàn tay lên mũi biểu hiện sự sợ hãi. Đưa bàn tay lên môi chứng tỏ có sự xấu hổ. Khi ngồi mà hai bàn tay để mở lung lẳng giữa hai chân chứng tỏ đang thất vọng.

Vị trí của bàn chân đang đứng đang ngồi nói chuyện sẽ cho chúng ta biết đối tượng đang có thái độ, trạng thái như thế nào. Nếu hai đôi bàn chân hướng vào nhau, tức là hai người không muốn sự tham gia của người thứ ba. Khi đôi bàn chân đặt chéch nhau, hoặc hay hơn nữa, có một bàn chân hướng về phía bạn, thì bạn hãy tự tin rằng bạn đã được chấp nhận tham gia câu chuyện. Trong một đám đông nói chuyện với nhau, thường chúng ta hướng bàn chân tới người mà chúng ta có tính cảm hơn. Khi đứng nói chuyện với bạn mà hai bàn chân của đối tượng quay về phía cửa, thì chứng tỏ anh ta đang rất vội muốn đi.

- Tư thế: tư thế cũng là một trong những phương tiện giao tiếp. Nó có liên quan mật thiết với vai trò, vị trí xã hội của cá nhân. Thường thường, một cách vô thức nó bộc lộ cương vị xã hội mà cá nhân đang đảm nhận. Ví dụ, tư thế ngồi thoải mái, đầu hơi ngả về phía sau là tư thế của bề trên, của lãnh đạo. Tư thế ngồi hơi cúi đầu về phía trước tựa hồ lắng nghe là tư thế của cấp dưới.

Tư thế có vai trò biểu cảm, có thể tìm thấy qua tư thế trạng thái tinh thần thoải mái hay căng thẳng. Những tư thế để mở tay và chân tựa như tạo điều kiện để tiếp cận, gần gũi cho người đối thoại, phản ánh một thái độ cởi mở tay và chân tựa như tạo điều kiện để tiếp cận, gần gũi cho người đối thoại, phản ánh một thái độ cởi mở, hòa hợp.

- Diện mạo: là những đặc điểm tự nhiên, ít thay đổi được như tạng người (cao hay thấp, mập hay ốm, mặt vuông hay dài, môi mỏng hay môi dày...) sắc da (trắng hay đen, xanh xao, vàng vọt hay ngăm ngăm...) và những đặc điểm thay đổi được như tóc, râu, trang điểm, trang sức, trang phục...

Diện mạo có thể gây ấn tượng rất mạnh, nhất là lần đầu tiên. Ví dụ, đàn ông cao ráo, có vẻ mạnh khỏe, sẽ gây ấn tượng tốt hơn là người thấp bé hay gầy đét; một người tốt tướng thường được mọi người tôn trọng từ cái nhìn đầu tiên.

Các trang sức cũng nói lên nhiều cá tính, văn hóa, nghề nghiệp của một cá nhân. Cách ăn mặc cũng giúp chúng ta đoán được trạng thái tình cảm và phẩm chất tâm lý của mọi người. Người mặc quần áo rực rỡ thường có tâm lý vui vẻ, sáng khoái. Người thích mặc quần áo sáng màu là những người thích giao du, hướng ngoại.

Cách ăn mặc cũng phản ánh nghề nghiệp, địa vị, lứa tuổi. Các nghề có đồng phục đặc biệt biểu hiện quyền lực, vị trí xã hội. Ví dụ, đồng phục không quân, hải quân thường gây ấn tượng mạnh đối với giới trẻ. Trên doanh trường vest, cà vạt là mẫu mực.

- Không gian giao tiếp: không gian giao tiếp cũng là phần bộc lộ mối quan hệ, tình cảm giữa các bên với nhau. Về cơ bản chúng ta thường xích lại gần những người mà chúng ta thích và tin tưởng, nhưng lại tránh xa những người mà chúng ta sợ hoặc không có tình cảm.

Thông thường người ta chia thành bốn vùng xung quanh mỗi cá nhân:

+ Vùng mật thiết (0-0.5m): vùng này chỉ tồn tại khi có mối quan hệ thân tình với người khác hoặc khi hai người đang đánh nhau. Lúc này xúc giác và khứu giác là hai phương tiện truyền thông quan trọng. Lời nói có thể chỉ thì thầm.

+ Vùng riêng tư (0.5-1.5m): hai người phải rất quen nhau đến mức thấy thoải mái, mặc dù họ chưa đến mức mật thiết.

+ Vùng xã giao (1.5-3.5m): đây là vùng tiến hành phần lớn các hoạt động kinh doanh, vì nó hợp với mối quan hệ riêng tư, ví dụ như giao tiếp giữa người bán hàng và khách hàng. Thông thường các sếp cũng giữ không khoảng cách này khi nói chuyện với nhân viên.

+ Vùng công cộng (>3.5m): là phạm vi tiếp xúc với những người xa lạ vì mục đích công việc, là phạm vi được các chính khách nhà nước ưu thích.

Trong cuộc sống hàng ngày, mỗi chúng ta đều đảm nhận và tuân theo những khoảng cách nói trên với đối tượng giao tiếp một cách chính xác theo bản năng. Người xin việc thận trọng và hay e ngại khi phải gặp người xét tuyển chọn mình, thậm chí có thể bất giác kéo ghế hơi lùi về phía sau trước khi ngồi xuống. Nếu buổi tiếp xúc và cách thức tiếp xúc gây được niềm tin, thì xu thế sẽ là nhích dần về phía người phỏng vấn. Người phỏng vấn nếu tinh ý sẽ đưa ra những câu hỏi có vẻ đe dọa cho đến khi các ứng viên bắt đầu đưa ra một vài tín hiệu nhỏ chứng tỏ đã có sự tin cậy và sự giải bày tâm sự, như là: các kiểu tư thế xích gần về phía người phỏng vấn chứ không phải lùi lại của ứng viên.

Việc sắp xếp chỗ ngồi cũng phản ánh mối quan hệ hai bên. Nếu có một cái bàn và chỉ có hai người thì có nhiều cách để họ ngồi với nhau, như những hình vẽ sau đây:

Vị trí góc A (hình A): cách ngồi thế này rất thuận lợi cho các cuộc trò chuyện tế nhị và lịch sự, có thể cho hai người có thể nhìn vào mặt nhau và cũng có thể không cho nhìn vào mặt nhau nếu cần. Góc bàn có tác dụng như một chướng ngại vật cho mỗi bên, nhưng cũng có thể có ích khiến cho đối tượng yên tâm không dè dặt khi nói chuyện. Cách ngồi này thích hợp cho những cuộc gặp

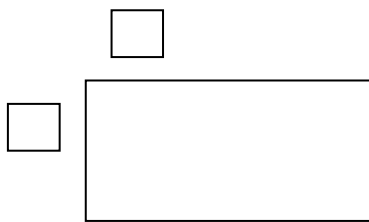
riêng tư cần tư vấn, khuyến bảo về các vấn đề tế nhị. Một sắp xếp hợp tác hơn có thể được hình thành một trong hai người chuyển vị trí.

Vị trí hợp tác (hình B): vị trí ngồi bên cạnh nhau nhưng không nhìn vào mặt nhau không cho phép quan sát tất cả những dấu hiệu phi ngôn ngữ (hình B1). Khi đối tượng quyết định ngồi bên tay trái bạn tức là họ đã có ít nhiều lòng tin nơi bạn. Bạn và đối tượng này đã thống nhất ý kiến chi tiết của sự hợp tác. Có nhiều bạn cần chú ý, đừng có nài ép người ta quá, đối tượng sẽ cảm thấy bị nẹp vế, khi nào bạn không ngờ nhất sẽ trở mặt chống lại.

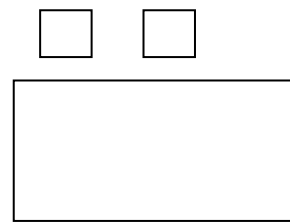
- Hai ghế hơi quay về phía nhau, cách sắp xếp này thì không đúng nghi thức lắm (hình B2).

- Vị trí hoàn toàn hợp tác. Bàn chỉ có tác dụng như một chỗ thuận tiện để đặt giấy tờ. Cách sắp xếp này cho thấy cách xử sự “trực diện” (hình B3)

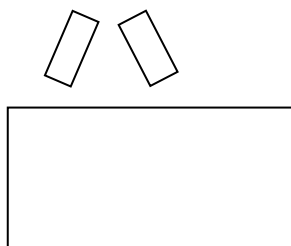
Vị trí cạnh tranh (hình C): đây là vị trí khi chơi cờ có tính cạnh tranh thường thấy trong phòng khách. Chiếc bàn có tác dụng như một chướng ngại phòng thủ. Kiểu sắp xếp “bên ta, bên họ” này phù hợp với những cuộc thương lượng giữa ban giám đốc với đại diện của công nhân.



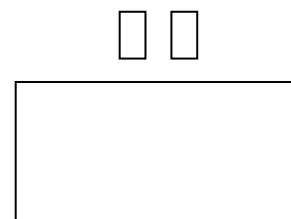
Hình A



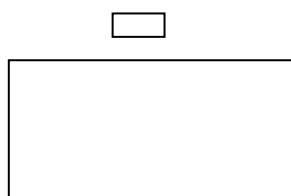
Hình B



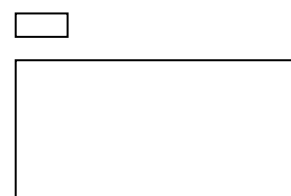
Hình B2



Hình B3



Hình C



Hình D

Hình 1.1: Vị trí xung quanh bàn

Vị trí độc lập (hình D): một sắp xếp không thể đối thoại, khi chọn vị trí này là đối tượng không muốn nói chuyện với bạn, thường là người không ưa gì bạn. Bố trí chỗ ngồi kiểu này thường phù hợp với những công việc độc lập như trong thư viện hay phòng biên tập.

- Những hành vi giao tiếp đặc biệt: đó là động tác ôm hôn, xoa đầu, khoác tay, bắt tay... Những phương tiện này gọi là đặc biệt vì trong những mối quan hệ đặc biệt ta mới sử dụng chúng. Chẳng hạn, không phải gặp ai chúng ta cũng có thể ôm hôn được, hoặc ở Việt Nam người lớn xoa đầu trẻ con được chứ không có điều ngược lại.

Những cái bắt tay cũng nói lên thái độ và cá tính của hai người với nhau: cái bắt tay mạnh mẽ, khô ráo chứng tỏ con người có cá tính mạnh và nhân cách đáng tin cậy, còn cái bắt tay éo lá, ướt át thuộc về con người yếu đuối và đáng ngờ. Trong khi bắt tay, nếu đối phương kéo tay bạn vào sát người họ chứng tỏ đó là thiếu tự tin. Nếu khi bắt tay, đối phương đưa tay kia nắn vai bạn lúc đó có hai trường hợp xảy ra: nếu đối phương kéo bạn về phía mình thì chứng tỏ bạn đã chiếm được cảm tình của anh ta, còn nếu anh ta giữ bạn ở cách xa anh ta một khoảng nhất định thì có nghĩa là mọi việc sẽ hết sức tốt đẹp nếu anh ta nghe lời tôi.

- Đồ vật: khi giao tiếp, người ta cũng hay dùng những đồ vật nhất định chưa: bưu ảnh, bưu thiếp, hình, tặng hoa, tặng quà, đồ lưu niệm... Tất cả những cái đó cũng đều có ý nghĩa trong việc thiết lập mối quan hệ, biểu hiện tình cảm, thái độ giữa những người giao tiếp với nhau.

Để gây tình cảm và những ấn tượng tốt đẹp ở nhân viên, công ty cũng cần tặng quà cho nhân viên và gia đình họ vào những dịp lễ, tết. Cũng cần phải tặng quà, gửi bưu thiếp chúc mừng những đối tác làm ăn với mình, những nơi mà mình có quan hệ khác, vào những dịp cần thiết, và thường là tặng những sản phẩm của công ty mình để kết hợp quảng cáo, giới thiệu sản phẩm.

Ở trên chúng ta đã tìm hiểu một số phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ. Cần chú ý rằng phần lớn việc sử dụng những phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ chịu ảnh hưởng rất lớn các yếu tố văn hóa, đặc điểm dân tộc, phong tục, tập quán. Chẳng hạn, đối với người Bungary và Thổ Nhĩ Kỳ lắc đầu là tỏ vẻ sự đồng ý, còn ở Việt Nam thì ngược lại. Những người Ả rập, Mỹ latin, Nam Âu thường đứng cách xa nhau hơn và ít đụng chạm hơn, ít nhìn vào mắt nhau hơn khi nói chuyện.

5. CÁC YẾU TỐ TÂM LÝ ẢNH HƯỞNG ĐẾN GIAO TIẾP

Trong giao tiếp các bên không chỉ truyền thông tin cho nhau, mà còn nhận thức, tìm hiểu lẫn nhau. Nhận thức là cơ sở làm nảy sinh ra tình cảm, sự gắn bó và phụ thuộc lẫn nhau. Nhận thức có đúng đắn, sâu sắc và tình cảm mới ổn định

và bền vững. Đối tượng nhận thức trong giao tiếp có thể là người khác, có thể là bản thân mình.

5.1.Nhận thức trong giao tiếp

Trong giao tiếp trước hết là các chủ thể giao tiếp lẫn nhau. Tri giác là quá trình nhận thức đối tượng giao tiếp bằng con đường cảm tính thông qua các giác quan (thị giác, thính giác...):quan sát tướng mạo, vẻ mặt dáng điệu, tư thế tác phong, cách ăn mặc, trang điểm, ánh mắt, nụ cười, lời nói, các hành vi khác nhau... và sự tri giác đó được diễn ra trong suốt quá trình giao tiếp. Trên cơ sở những tư liệu tri giác đem lại tư duy giúp ta phán quyết về bản chất bên trong của đối tượng như đạo đức, năng lực và phẩm chất nhân cách khác. Như vậy nhận thức người khác là bao gồm tri giác những đặc điểm bên ngoài và sự phán quyết về bản chất bên trong.

Có nhiều yếu tố ảnh hưởng và đôi khi bóp méo nhận thức của chúng ta về người khác. Các yếu tố này có thể xuất phát từ chủ thể nhận thức, đối tượng nhận thức và tình huống trong nhận thức diễn ra.

Chủ thể nhận thức: hình ảnh về một đối tượng nào đó được tạo ra trong ta phụ thuộc rất nhiều vào đời sống tâm lý của ta (quy luật tổng giác). Cùng 1 anh, nhưng có thể tôi nhìn thấy anh ấy rất tốt, nhưng có thể người khác thì thấy rất xấu. Những yếu tố của đời sống tâm lý ảnh hưởng rất mạnh đến nhận thức là nhu cầu, ấn tượng, tâm trạng, tình cảm, hứng thú, những nhận định, định khuôn...

Trước hết sự nhận thức của chúng ta bởi chi phối bởi tính lựa chọn. Bởi vì con người không thể thấy hết được những đặc tính của đối tượng, mà chỉ thấy những gì mà mình muốn thấy. Chẳng hạn, khi chúng ta có ác cảm với một ai đó, nhưng mặc dù họ có rất nhiều những nét tính cách khác nhau nhưng nhiều khi chúng ta chỉ nhớ đến những nét xấu của họ. Nhận thức có lựa chọn cho phép chúng ta hiểu nhanh về đối tượng nhưng cũng có thể gặp nhiều sai sót. Do chúng ta chỉ nhìn thấy những đặc điểm mình muốn thấy mà chúng ta có thể rút ra những kết luận không được đảm bảo từ những tình huống phức tạp.

Ấn tượng cũng là một yếu tố chủ quan ảnh hưởng đến cách nhìn nhận của chúng ta về người khác. Khi chúng ta có ấn tượng tốt về họ thì sẽ đánh giá theo chiều hướng tốt. Ngược lại khi chúng ta đánh giá xấu chúng ta chỉ có những ấn tượng xấu về họ mà thôi. Đã có lần chúng tôi lặp lại thí nghiệm của V.Davudov như sau: cho các em phổ thông trung học xem một bức chân dung cỡ 18 X 24 chụp một người đàn ông không quen biết để giới thiệu “ đây là bức chân dung của một anh hùng, dũng cảm, thông minh, giàu nghị lực. Các em hãy xem bức chân dung và tả lại bức chân dung đó”. Sau đó chúng ta bí mật đưa bức chân dung này qua lớp bên cạnh và giới thiệu với học sinh rằng “ đây là một bức hình tội phạm hình sự nguy hiểm, gian xảo, giết người không ghớm tay. Các em hãy

xem kỹ tám hình rồi mô tả lại”. Sau khi phân tích kết quả tả chân dung của 2 lớp chúng ta thấy rằng đại đa số học sinh của lớp thứ nhất mô tả rất tốt chân dung này. Thậm chí có em còn viết rằng “ Nhìn vào bức chân dung này là biết ngay là người anh hùng: mắt sáng, mũi thẳng, trán cao, cằm vuông...”. Còn nhiều học sinh của lớp thứ hai thì lại mô tả rất xấu về bức hình này. Tại sao vậy? bởi vì ấn tượng về bức hình này được tạo ra ở hai lớp khác nhau:

- Tình cảm: tình cảm của chúng ta với một người cũng làm chúng ta đánh giá, nhìn nhận sai lệch đi “ yêu nên tốt ghét nên xấu” hay “ Yêu nhau củ ấu cũng tròn, ghét nhau thì quả bồ hòn cũng méo”.

Sự nhận thức của một người cũng bị chi phối bởi tâm trạng của người đó. Nguyễn Du đã từng nói “ người buồn cảnh có vui đâu bao giờ”, khi chúng ta vui thì cảnh vật xung quanh chúng ta cũng vui, ngược lại khi chúng ta buồn thì cảnh vật xung quanh ta cũng buồn theo. Đánh giá con người cũng vậy, khi vui người ta đánh giá khác, khi buồn người ta đánh giá khác.

Ngoài ra, khi nhận thức người khác chúng ta cũng bị cơ chế stereotype (định khuôn) chi phối. Xưa nay, văn học dân gian, tâm lý xã hội đã đúc rút, quan sát rồi khái quát hóa tạo nên những khuôn mẫu trong tâm lý con người về các vai trò, các nghề, các kiểu người các tính cách điển hình. Đó là những chiếc nhãn, danh thiếp để nhận dạng. Chẳng hạn, nghề nào xã hội đánh giá cao thì khi anh tự giới thiệu hoặc được giới thiệu với người khác, người ta có cảm tình với anh ngay mà chưa cần tìm hiểu sâu thêm gì. Vì vậy anh bộ đội, kể cả khi không mặc quân phục, xuất hiện những người không quen biết thì được cảm tình ngay vì mẫu người bộ đội vốn gắn liền với đức tính quý báu như hy sinh vì nước, vì dân, giản dị, chịu đựng gian khổ, tháo vát, trong sáng...mặt khác, nó cũng có thể gây nên những định kiến nào đó nếu nghề ấy quần chúng có ác cảm. Việc nhận thức con người theo “khuôn” ấy không liên quan đến nghề nghiệp, mà còn liên quan đến những người thuộc những tộc họ, dân tộc khác nhau. Ví như, nói tới người Gabrovo là người ta nghĩ ngay đến tính hà tiện và khô hạn.

Đối tượng nhận thức: có những đối tượng thường gây ra ảo ảnh ở chúng ta về họ, ví dụ: sự hòa nhoáng bên ngoài, bằng cấp của họ, cách ăn mặc... Chẳng hạn, khi mới bắt đầu quan hệ, dù thuộc lĩnh vực tình cảm hay kinh doanh, dân gian đều xem xét đối tượng theo phương ngôn : “ quen bụng dạ, lạ áo quần”. Những hình ảnh ban đầu về diện mạo bên ngoài, cách ăn mặc để lại nhiều ảnh hưởng trong giao tiếp sau này. Tuy nhiên, cũng cần thận trọng bởi vì đó mới chỉ là những thông tin cảm tính mà thôi.

Hơn nữa, bất kỳ đặc tính nào làm cho đối tượng nổi bật sẽ làm tăng khả năng nó được nhận thức. Chẳng hạn, một người hay ôn ào thường nhẹ được chú ý hơn những người khác. Những cử chỉ, dáng dấp, giọng nói, và những đặc điểm khác của đối tượng sẽ tạo nên những cách mà chúng ta thấy nó.

Trong khi nhận thức người khác chúng ta có xu hướng nhóm những đối tượng giống nhau hoặc tương tự nhau về cùng một đặc điểm nổi bật nào đó về cùng thành một nhóm. Vì thế, mà nhiều khi chúng ta đánh giá như nhau về hai người khác nhau chỉ vì một đặc điểm giống nhau. Chẳng hạn, nếu trong doanh nghiệp đột nhiên có hai người xin chuyển công tác, chúng ta có xu hướng nhìn họ là những đặc điểm giống nhau trong khi thực chất là họ rất khác nhau.

Khi nhận thức người khác chúng ta cũng bị ảnh hưởng bởi “hiệu ứng so sánh”. Ví dụ, một người mập lên bên cạnh một người ốm tong teo sẽ được nhìn nhận là mập hơn, một người cao đi cạnh một người thấp thường được coi là càng cao hơn. Chính vì vậy trong phỏng vấn cũng ảnh hưởng đến sự đánh giá. Chẳng hạn sau khi phỏng vấn một loạt những ứng viên kém thì một ứng viên nào đó có khá hơn chút ít cũng có thể được đánh giá là tốt hơn so với thực tế.

Bối cảnh giao tiếp: sự nhìn nhận của chúng ta về người khác cũng phụ thuộc rất nhiều về tình huống mà trong đó diễn ra sự giao tiếp. Chúng ta cảm thấy rất bình thường khi mặc một thanh niên mặc quần đùi ngồi đọc sách ngoài bãi biển, nhưng sẽ rất khó chịu nếu chúng ta cũng ăn mặc như vậy đọc sách trong thư viện. Trong trường hợp này chủ thể và đối tượng nhận thức là như nhau, chỉ khác nhau về bối cảnh, vì thế sự nhận thức cũng rất khác nhau.

Nhận thức về bản thân: trong giao tiếp không những chúng ta nhận thức người khác mà còn nhận thức, khám phá cá nhân mình. Chỉ khi giao tiếp với người khác chúng ta với người khác thì chúng ta mới hiểu được chính mình. Khả năng nhận thức người khác và tự nhận thức có mối quan hệ chặt chẽ với nhau: tự nhận thức bản thân càng chính xác, phong phú bao nhiêu thì việc nhận thức người khác càng phong phú và chính xác bấy nhiêu và ngược lại, nhận thức người khác càng đầy đủ hơn.

Tự nhận thức là quá trình trong mỗi chúng ta xây dựng cho mình một khái niệm hay hình ảnh về bản thân (HABT). Việc tạo ra HABT

5.2. Tình cảm, cảm xúc trong giao tiếp

Trên cơ sở nhận thức, cảm xúc và tình cảm được nảy sinh và biểu lộ trong giao tiếp giữa hai người. Những cảm xúc có thể tích cực (vui mừng, phấn khởi, sung sướng, khâm phục,...) cũng có thể là tiêu cực (lo lắng, sợ hãi, tức giận,...) và chúng có thể ảnh hưởng đến sự nhận thức hoặc đến các vấn đề tâm lý khác.

Nếu những cảm xúc nhất định được lặp đi lặp lại qua những lần giao tiếp khác nhau thì sẽ dần dần hình thành nên những tình cảm tương ứng. Mặt khác trên cơ sở những tình cảm đã có từ trước với nhau, mỗi lần giao tiếp giữa hai người lại nảy sinh những cảm xúc như sự rung động, thể nghiệm những tình cảm đó. Những tình cảm tích cực đối với nhau và những cảm xúc dễ chịu nảy sinh trên cơ sở những tình cảm đó làm cho hai người có nhu cầu gặp nhau, giao tiếp với nhau. Ngược lại, những tình cảm tiêu cực và những cảm xúc khó chịu

nảy sinh trên cơ sở những tình cảm đó làm cho hai người xa lánh nhau, ngại giao tiếp với nhau.

Để giao tiếp được tốt chúng ta cần phải biết kiềm chế những cảm xúc của mình, tránh không cho chúng lấn lướt lý trí của ta và phải biết tác động vào cảm xúc của đối tượng

5.3. Ấn tượng ban đầu

Những ấn tượng ban đầu rất quan trọng, chúng hình thành trong đầu óc chúng ta ngay cả khi không chịu sự chi phối của lý trí. Ấn tượng ban đầu thường một sự đánh giá, một hình ảnh, một nhận xét, một thái độ về đối tượng được hình thành ngay từ giây phút đầu gặp gỡ hay lần đầu tiên gặp gỡ.

Ấn tượng ban đầu có thể là toàn bộ mặt tâm lý con người (chẳng hạn, khi ta đánh giá: “anh ấy là người tốt”) nhưng cũng có khi chỉ là một chi tiết, một khía cạnh tâm lý rất nhỏ nào đó (ví dụ như, khi ta nhận xét: “cô ấy thật là xinh”).

Cấu trúc của ấn tượng ban đầu gồm:

- Thành phần cảm tính (chiếm ưu thế) gồm những dấu hiệu bề ngoài như hình thức, diện mạo, trang phục, giọng nói,...
- Thành phần lý tính gồm những dấu hiệu về phẩm chất cá nhân như: tính cách, năng lực, khí chất
- Thành phần cảm xúc bao gồm những dấu hiệu biểu hiện tình cảm (yêu, ghét) tùy theo mức hấp dẫn thẩm mỹ bên ngoài.

Ấn tượng ban đầu là những nhìn nhận, đánh giá sơ khởi thiên về cảm tính, nên chúng có thể đúng mà cũng có thể sai, chúng dần dần được hoàn chỉnh và chính xác hóa trong quá trình giao tiếp.

Ấn tượng ban đầu ảnh hưởng rất lớn đến quá trình giao tiếp về sau, nó có thể làm biến đổi cả thái độ, cả hành vi kỹ xảo của ta. Trong giao tiếp, chúng ta phải chú ý tạo ra được ấn tượng ban đầu tốt đẹp ở đối tượng, chính nó là chìa khóa của thành công trong các giai đoạn tiếp theo. Ngược lại, ta cũng phải đề phòng đừng để ấn tượng ban đầu về đối tượng chi phối hành vi, thái độ của ta.

5.4. Trạng thái bản ngã trong giao tiếp

Trong khi giao tiếp, cá tính con người gồm có 3 trạng thái là trạng thái bản ngã phụ mẫu, trạng thái bản ngã thành niên và trạng thái bản ngã nhi đồng. Dù ở môi trường giao tiếp nào, con người cũng có thể thể hiện một trong 3 trạng thái đó và từ từ chuyển từ trạng thái này qua trạng thái khác.

- Trạng thái bản ngã phụ mẫu: đó là đặc trưng cá tính nhận biết được quyền hạn và thế mạnh của mình và thể hiện trong khi giao tiếp. Biểu hiện cụ thể trong cuộc sống là khi giao tiếp hay ra lệnh hoặc huấn thị. Ở trạng thái này, nếu đối tượng giao tiếp là cấp dưới có thể tăng vẻ uy nghiêm, nhưng nếu đối tượng giao tiếp là đồng nghiệp thì sẽ gây phản ứng bất mãn.

- Trạng thái bản ngã thành niên: đó là đặc trưng cá tính biết bình tĩnh và khách quan phân tích sự việc một cách lý trí trong quá trình giao tiếp.
- Trạng thái bản ngã nhi đồng: đó là đặc trưng cá tính hay xúc động và hành động theo sự xui khiến của tình cảm trong quá trình giao tiếp.

Trong bối cảnh xã hội phức tạp, trong quá trình giao tiếp chúng ta nên phân tích trạng thái bản ngã của mình cũng như của đối tượng. Phải phân tích xem trạng thái bản ngã nào chủ đạo xuyên suốt trong quá trình giao tiếp để tự giác loại bỏ trạng thái vô ý thức và vô lý trí. Đó là cơ sở nâng cao hiệu quả giao tiếp. Đồng thời phải học cách kiểm chế trạng thái bản ngã của mình, trong bất cứ trường hợp nào ta cũng cố gắng duy trì trạng thái bản ngã thành niên.

5.5. Sự hòa hợp tâm lý giữa những người giao tiếp với nhau

Kết quả của giao tiếp phụ thuộc vào những người giao tiếp với nhau. Hai người không hợp nhau sẽ rất khó nói chuyện, bàn bạc, giải quyết công việc chung với nhau. Ban lãnh đạo gồm những người hợp nhau sẽ dễ dàng thảo luận và đi đến những quyết định thống nhất.

Sự hòa hợp tâm lý có thể là tương đương nhau, ví dụ: những người hợp nhau có thể giống nhau về nhu cầu, sở thích, về lý tưởng, thế giới quan tức là giống nhau về xu hướng.

Sự khác nhau hoặc hơn kém nhau về năng lực cũng có thể gây khó khăn trong việc hợp tác hay đối tác với nhau trong công việc. Người làm nhanh, kẻ làm chậm, người làm giỏi, kẻ làm kém, hai người đó cùng làm việc với nhau trong một công việc ở vị trí và nhiệm vụ như nhau thì kết quả không bằng những người có cùng năng lực làm việc với nhau. Nhưng trong mối quan hệ thầy – trò, trưởng, phó vv... thì khác nhau, sự hơn kém nhau về năng lực là bình thường, thậm chí là cần thiết để người này chỉ huy, hướng dẫn, dìu dắt người kia.

Hai người hợp nhau thường có tính khí khác nhau, nhưng bù trừ cho nhau, chẳng hạn: người nóng tính và người ưu tư, người linh hoạt và người điềm tĩnh.

Trong khi lập công tác, lập êkip lãnh đạo, chúng ta nên chọn những người hòa hợp tâm lý với nhau, tạo điều kiện thuận lợi cho họ trong công việc.

B. CÂU HỎI, BÀI TẬP/THỰC HÀNH

1. Câu hỏi

1.1 Anh chị hiểu thế nào là giao tiếp? nêu các đặc điểm của hoạt động giao tiếp kinh doanh? Từ đó anh chị có suy nghĩ như thế nào trong việc rèn luyện bản thân?

1.2 Anh chị hãy phân tích các chức năng của hoạt động giao tiếp?

1.3 Có người cho rằng kỹ năng giao tiếp không quan trọng trong môi trường chuyên môn. Đúng hay sai? tại sao?

1.4. Anh chị hiểu thế nào là giao tiếp bằng ngôn ngữ? nêu các đặc điểm của giao tiếp bằng ngôn ngữ? Từ đó anh chị có suy nghĩ như thế nào trong việc ứng dụng cho bản thân?

1.5. Anh chị phân tích các phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ?. Theo anh (chị) có nhất thiết khi giao tiếp cần phải sử dụng những phương tiện này không?

1.6. Trình bày tầm quan trọng của việc ứng dụng các phương tiện giao tiếp đối với giao tiếp xã hội?

2. Bài tập/thực hành

2.1 Xác định chức năng của các hoạt động giao tiếp sau:

stt	Hoạt động	Chức năng
1	Ăn tối với khách hàng	
2	Trưởng phòng gửi mail thông báo cho nhân viên lịch họp tuần tới	
3	“Anh hãy làm gấp bản báo cáo Quý 2 cho tôi”	
4	“Anh làm tốt lắm. Cứ phát huy như vậy nhé!”	
5	”Hôm nay, tớ thấy mệt mỏi quá! Cậu đi dạo với tớ một lát nhé!”	
6	Dàn nhạc đang chơi bản giao hưởng “Dưới ánh trăng” theo sự chỉ huy của nhạc trưởng	

2.2 Phân loại các hoạt động giao tiếp sau

tt	Hoạt động giao tiếp	Chính thức	Không chính thức	Trực tiếp	Gián tiếp
1	Viết báo cáo				
2	Trò chuyện				
3	Hội họp				
4	Thảo luận nhóm				
5	Đàm phán				

tt	Hoạt động giao tiếp	Chính thức	Không chính thức	Trực tiếp	Gián tiếp
6	Dạy học				
7	Gửi email cho đối tác				
8	Gọi điện thoại cho khách hàng				
9	Chơi trò chơi				
10	Cà phê với bạn bè				

C. GHI NHỚ

Giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các mối quan hệ xã hội giữa người với người, hoặc giữa người với những yếu tố xã hội nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định.

Phương tiện giao tiếp bao gồm: ngôn ngữ và phi ngôn ngữ

CHƯƠNG 2. KỸ NĂNG NGHE TRONG GIAO TIẾP

Mục tiêu:

- Hiểu được vai trò và lợi ích của việc lắng nghe trong giao tiếp.
- Phân tích được những yếu tố gây cản trở trong quá trình lắng nghe.
- Nhận diện được những thói quen xấu thường hay gặp phải trong quá trình lắng nghe.
- Biết cách phát triển kỹ năng lắng nghe hiệu quả.

A. NỘI DUNG

1. LỢI ÍCH CỦA VIỆC LẮNG NGHE

Như chúng ta đã biết lắng nghe là một quá trình truyền thông là một tiến trình tương hỗ và tuần hoàn, trong đó có người nói kẻ nghe và ngược lại. Tuy nhiên, không phải ai cũng chú trọng lắng nghe và biết lắng nghe. “Bất hạnh thay, có rất nhiều người không biết chú ý lắng nghe. Những nhà nghiên cứu cho rằng ngay cả ở mức thông tin thuần túy, 75% các thông báo miệng không được chú ý đến, bị hiểu sai, hoặc bị lãng quên nhanh chóng. Khả năng lắng nghe và nắm những ý nghĩa sâu sắc trong lời nói của người khác thì lại càng hiếm”.

Lắng nghe là một trong những kỹ năng quan trọng trong giao tiếp. Trong giao tiếp người ta phải dùng 42% thời gian cho việc nghe, 58% thời gian cho việc nói và đọc còn lại là cho việc đọc và viết. Như vậy, gần nửa thời gian giao tiếp người ta dành cho nghe. Thế nhưng người ta lại dành rất ít thời gian cho việc luyện lắng nghe.

Trong lắng nghe thông thường lắng nghe có những lợi ích sau:

- Thỏa mãn nhu cầu đối tượng. Không có gì chán bằng việc mà mình nói mà không có người nghe. Vì vậy khi bạn lắng nghe người ta nói, chứng tỏ bạn biết tôn trọng người ta và cũng thỏa mãn nhu cầu tự trọng của anh ta.
- Thu thập được nhiều thông tin hơn. Bằng cách khuyến khích người ta nói bạn sẽ có nhiều thêm những thông tin, từ đó có cơ sở quyết định. Bạn càng được nhiều thông tin thì quyết định của bạn càng chính xác.
- Tạo mối quan hệ tốt đẹp với người khác một cách tốt hơn. Khi người ta tìm được một người có cảm tình lắng nghe thì sẽ nảy sinh một mối quan hệ tốt đẹp. Lắng nghe giúp tình bằng hữu tăng trưởng và kết quả sẽ là sự hợp tác trong hoạt động.
- Tìm hiểu được người khác một cách tốt hơn. Lắng nghe giúp bạn nắm bắt được tính cách, tính nết và quan điểm của họ, vì họ sẽ bộc lộ quan điểm của họ khi nói.

- Giúp người khác có một sự lắng nghe hiệu quả. Bằng cách tạo dựng được không khí lắng nghe tốt, bạn sẽ thấy rằng những người nói chuyện với bạn cũng trở thành những người lắng nghe hiệu quả.
- Lắng nghe giúp chúng ta giải quyết được nhiều vấn đề. Có nhiều vấn đề, nhiều mâu thuẫn không được giải quyết được chỉ vì hai bên không chịu lắng nghe để hiểu nhau. Bằng sự cởi mở của mình và bằng cách khuyến khích người ta nói, hai bên sẽ phát hiện ra những nguyên nhân dẫn đến mâu thuẫn và cùng nhau đưa ra giải pháp để thoát ra sự xung đột đó.

2. NHỮNG THÓI QUEN XẤU TRONG LẮNG NGHE

Thường chúng ta mắc phải một số thói quen xấu khi lắng nghe như sau:

- Giả vờ chú ý: nhiều khi chúng ta vẫn nhìn chăm chăm vào người đối thoại, đáp lại anh ta bằng cử chỉ và lời nói, nhưng thực sự ra chúng ta đang nghĩ về 1 điều gì khác. Chúng ta cố gắng tỏ ra chú ý lắng nghe để an ủi họ đồng thời để che mắt người khác việc chúng ta đang mơ màng.
- Hay cắt ngang: khi tiếp chuyện, chưa kịp hiểu người kia trọn vẹn thì ta đã giải thích, an ủi khuyên lơn, đưa ra giải pháp. Trong một cuộc họp, khi người khác đang phát biểu thì ta hay cướp lời, rọ rạy ngồi không yên vì ám ức muốn phản ứng hay giơ tay ra xin phát biểu. Điều này khá dễ hiểu vì xu hướng tự nhiên là luôn nghĩ về mình, hướng về mình.
- Đoán trước thông điệp: khi nghe bạn nghĩ rằng bạn có thể đoán trước được điều mà đối tượng sắp nói cũng có thể làm lạc hướng và cản trở việc lắng nghe thật sự.
- Nghe một cách máy móc: có khi bạn nghe rõ từng chi tiết của câu chuyện, nhưng bạn lại không nắm được vấn đề chỉ vì bạn nghe một cách máy móc mà không biết khái quát vấn đề.
- Buông trôi sự chú ý: lắng nghe là phải tập trung chú ý cao độ, tuy nhiên hầu hết chúng ta chỉ có thể tập trung sự chú ý đến một giai đoạn nào đó. Khi sự chú ý đạt đến mức bão hòa, chúng ta có xu hướng tự nhiên muốn buông trôi, không muốn nghe nữa. Khi đó chỉ cần một tiếng động nhỏ hay là một bóng người đi qua ngoài hành lang đều làm cho chúng ta di chuyển sự chú ý sang những đối tượng mới.

Bên cạnh những thói quen xấu thường gặp ảnh hưởng đến hiệu quả của việc lắng nghe. Sự lắng nghe tập trung không phải là đơn giản vì nó có nhiều yếu tố gây trở ngại. Cụ thể là:

- Tốc độ suy nghĩ

Mọi người cứ tưởng khi chúng ta nói mình nghe rất chăm chú, nhưng thực tế tốc độ tư duy của chúng ta nhanh hơn nhiều so với tốc độ người ta nói, nên rất dễ bị phân tán tư tưởng; vì thời gian dư thừa thường được suy nghĩ một cái gì

khác. Một sự quan tâm đến những vấn đề khác cần thiết hơn sẽ không tập trung được tư duy là lý do của những thói quen nghe kém.

- Sự phức tạp của vấn đề

Chúng ta thường nghe những người mà chúng ta thích và những vấn đề mà chúng ta quan tâm hơn. Khi có sự khó khăn trong sự theo dõi một vấn đề, người ta thường chọn con đường dễ nhất là bỏ đi, không thêm để ý tới nó nữa.

- Do không được tập luyện

Do đa số người ta nghe không có hiệu quả vì người ta chưa bao giờ được dạy nghe một cách hiệu quả về cách lắng nghe. Từ nhỏ cho tới lúc trưởng thành, thường người ta dành nhiều thời gian cho việc tập nói, tập viết tập đọc chứ lắng nghe thì không. Đó là một nghịch lý. Vì như chúng ta đã biết là trong giao tiếp thời gian để nghe thì lại nhiều.

- Thiếu sự quan tâm và sự kiên nhẫn

Thiếu sự quan tâm và sự kiên nhẫn đối với người khác, hoặc không hợp với họ, làm cho nhiều người trở thành nghe kém. Với tình cảm như vậy thì các từ tai này sang tai kia và bay luôn ra ngoài.

- Thiếu sự quan sát bằng mắt

Khi nghe cần phải nắm bắt những thông tin không bằng lời, như ánh mắt, nét mặt, dáng điệu, cử chỉ... để biết thêm về thái độ cảm nghĩ của đối tượng.

- Những thành kiến tiêu cực

Thường người ta có khuynh hướng lắng nghe một cách chủ quan, nên những thành kiến tiêu cực người ta không chú ý lắng nghe nữa. Những thành kiến đó có thể xuất phát từ cách ăn mặc, tóc tai, dáng vẻ bên ngoài, giọng nói, cách sử dụng từ ngữ... của đối tượng. Chủng tộc và giới tính đôi khi cũng ảnh hưởng tới việc lắng nghe. Khi chúng ta có những thành kiến tiêu cực thì người ta thường dùng thì giờ để tìm những lý lẽ để bác bỏ và những câu hỏi để gây cản trở cho người nói. Những việc làm đó đều làm ngăn cản sự lắng nghe.

- Uy tín của người nói

Thường uy tín làm tăng sức ám thị, nên chúng ta nghe một người có uy tín nói về những vấn đề mà mình quan tâm, thì chúng ta dễ bị mất tính phê phán và nghe một cách mù quáng.

3. CÁC CẤP ĐỘ NGHE

Các mức độ lắng nghe:

- Lờ đi, không nghe gì cả; ví dụ như một bạn học sinh đang lơ đãng trong khi cô giáo đang giảng bài trên lớp, một nhân viên đăm chiêu nhìn ra ngoài cửa sổ và không để ý đến phát biểu của giám đốc.

- Giả vờ nghe: trong trường hợp này người nghe thường đang suy nghĩ một vấn đề khác, nhưng lại tỏ vẻ chú ý nghe người đối thoại để an ủi họ, đồng thời che giấu việc mình chẳng nghe gì cả.

- Nghe có chọn lọc: tức là chỉ nghe phần mình quan tâm. Cách nghe này khó có hiệu quả cao, bởi vì người nghe không theo dõi liên tục nên không nắm được đầy đủ chính xác những thông tin người đối thoại đưa ra.
- Nghe chăm chú: tập trung mọi sự chú ý vào người đối thoại để chú ý hiểu họ.
- Nghe thấu cảm: trong trường hợp này người nghe không những nghe mà còn đặt mình vào vị trí của người nói để hiểu được người nói có cảm nghĩ gì. Như vậy, khi nghe thấu cảm, chúng ta không những hiểu được lời nói của người đối thoại mà còn hiểu được tại sao họ nói như vậy, họ muốn gì, có nhu cầu gì. Nghĩa là chúng ta đang đi sâu vào nội tâm họ, lắng nghe không chỉ bằng tai mà bằng cả trái tim, lắng nghe cả những thông tin nói được thành lời và không nói được thành lời, lắng nghe những phút giây im lặng.

4. PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG LẮNG NGHE HIỆU QUẢ

Thế nào là “lắng nghe”? Tiếng Việt chúng ta rất tinh tế, vì “lắng” đi đôi với “nghe”, có nghĩa là tập trung vào một âm thanh duy nhất, các âm thanh khác thì phải bỏ ngoài tai. Tâm hồn người nghe thì phải lắng đọng thì mới nghe tốt.

Biết bao lần chúng ta cảm thấy bực mình vì không được người khác lắng nghe. Hãy quan sát một lớp học, giảng viên thường nhìn về 1 phía, phía đó học sinh chăm chú nhìn và lắng nghe. Nghe không phải là một thế thụ động mà một thái độ tích cực. Nó có chức năng làm cho người kia muốn nói, muốn giải bày tâm sự. Có cởi mở trong giao tiếp thì mới có sự hiểu nhau. Muốn thế lắng nghe không phải là sự im lặng, mà có thái độ cần thiết để khuyến khích và khơi dậy sự tự cởi mở. Đó là thái độ tôn trọng và chấp nhận người khác.

Trong quá trình nghiên cứu về lắng nghe, Nichols đưa ra 4 điểm sau:

- Người nghe luôn suy nghĩ trước người nói, cố gắng đoán xem câu chuyện sẽ đi đến đâu.
- Người nghe phải cân nhắc, đánh giá những bằng chứng bằng lời được người nói sử dụng để đưa ra các điểm mà họ đã đề cập.
- Từng giai đoạn một, người nghe phải điềm lại các ý hoàn chỉnh đã được đưa ra.
- Suốt cuộc nói chuyện, người nghe phải cố gắng hiểu thêm các ẩn ý mà người nói không cần thiết phải nói ra.

Trong phần trình bày về quá trình giao tiếp ở chương 1, chúng ta đã biết giá trị của thông tin phản hồi và cơ hội để quan sát các phương tiện phi ngôn ngữ như cử chỉ, điệu bộ,... những yếu tố này rất quan trọng và có ảnh hưởng quyết định tới hiệu quả của giao tiếp. Đối với người nghe điều này có thể được diễn giải theo các yêu cầu sau đây:

*** Quan sát người nói**

Các điệu bộ, nét mặt, cử chỉ, ánh mắt,... có thể mang nhiều ý nghĩa bổ sung cho những điều họ muốn nói. Nếu người nói chuyện không thể nhìn vào mắt người nghe, thì hẳn chúng ta sẽ có thể thắc mắc về sự chân thành của họ.

*** Tạo cho người nghe cơ hội để phản hồi**

Người nghe có thể phản ánh sự hiểu biết về thông tin đưa ra, sự đồng ý hay không đồng ý, và rất nhiều điều khác thông qua nét mặt, giọng nói, điệu bộ,... bằng cách này người nói có thể củng cố lại hoặc bổ sung thêm thông tin, hay tiếp tục trình bày các vấn đề khác.

*** Hãy giành thời gian để lắng nghe**

Do con người trong giao tiếp đồng thời đóng cả vai người gửi lẫn người nhận thông tin, và các vai này có thể thay đổi cho nhau (người nhận có thể trở thành người gửi hoặc ngược lại), cho nên họ thường chú ý tới những gì cần phải nói mà quên mất phải nghe như thế nào. Do vậy, trong giao tiếp nên giành thời gian để lắng nghe người khác nói.

5. CÁC KIỂU LẮNG NGHE

5.1. Lắng nghe để thu thập thông tin

Việc lắng nghe để thu thập thông tin nên hạn chế ở mức độ tìm kiếm các dữ kiện hoặc các vấn đề mà chúng ta cần biết. Chẳng hạn, trong một lớp học giáo viên hướng dẫn thường có chiến lược để hướng dẫn lớp học tới một mục tiêu mong muốn.

Người giáo viên sẽ nhấn mạnh một số ý chính và sử dụng các ví dụ hỗ trợ để chứng minh hoặc củng cố chúng. Khi lắng nghe theo cách này bạn có thể trở nên quá mải mê với việc ghi chép tất cả mọi chi tiết, mà không sắp xếp chúng theo một dàn ý. Cuối cùng bạn chỉ thu được một mớ thông tin chi tiết, không có hệ thống.

Bạn cần phải biết cách lập dàn ý. Khi ghi chép bạn có thể dùng một dàn ý, ký hiệu chữ la mã như: I – A – 1 – a để chuyển tải một chủ đề, một điểm chính và 3 điểm phụ ở 3 cấp khác nhau.

Ngoài ra, trong khi nghe để thu thập thông tin bạn cần chú ý đến người nói. Hầu hết, người nói chuyện, thuyết trình đều xây dựng những phong cách riêng cho mình thông qua cử chỉ, hành động và sự thay đổi giọng nói khi muốn đạt mức độ quan trọng hoặc nghiêm túc của vấn đề họ trình bày. Việc lắng nghe để lấy thông tin đòi hỏi người nghe phải có khả năng chất lọc những điều xác thực từ những điều hư cấu, và những điều nghiêm túc từ những điều hài hước.

5.2. Lắng nghe để giải quyết vấn đề

Không như trường hợp trên, việc lắng nghe để giải quyết vấn đề đòi hỏi người nghe phải dùng tới khả năng phân tích để đi tiếp các bước giải quyết một vấn đề. Bạn phải am hiểu vấn đề, nhận ra bất kỳ sự hạn chế nào có liên quan,

tìm tòi và đưa ra các giải pháp,... chúng ta hãy xem một số nhà quản lý nổi tiếng – tổng kết lại những bí quyết lắng nghe nhằm giải quyết vấn đề.

- Một cây bút là không thể thiếu trong quá trình phân tích. Ghi nhanh các gợi ý cho chúng ta sự phản hồi lại cho người nói.

- Nếu bạn là “một họa sĩ”, chỉ cần những nét vẽ nguệch ngoạc cũng có thể giúp bạn trong việc sắp xếp các ý tưởng lại để thành một tác phẩm đầy ý nghĩa.

- Không chỉ có lắng nghe người nói mà còn phải cố gắng đoán trước ý nghĩa của họ. Việc đoán trước như vậy sẽ giúp bạn xây dựng tư duy logic của người nói.

- Phải là một người tổng kết giỏi. Khi đến phiên bạn đưa ra thông tin phản hồi, bạn hãy tổng kết lại toàn bộ diễn biến của câu chuyện và sau đó bắt đầu phân tích.

- Đừng gằn ngại về chuyện nảy sinh sau các ý tưởng của người khác. Các ý tưởng sáng tạo sẽ được nảy sinh trong cuộc nói chuyện cởi mở liên quan đến việc giải quyết vấn đề.

Sự sáng tạo sẽ nảy sinh từ những thói quen biết lắng nghe tốt trong các cuộc thảo luận, nói chuyện cởi mở. Phần lớn các ý tưởng của chúng ta cũng xuất phát từ những tác nhân kích thích từ bên ngoài, chứ ít khi từ sự xét đoán nội tâm. Khi biết lắng nghe một cách hiệu quả, chúng ta sẽ nâng cao được khả năng sáng tạo của mình.

5.3. Lắng nghe để thấu cảm

Thế nào là nghe để thấu cảm: nghe để thấu cảm là tự đặt mình vào tình cảm của người khác để hiểu được họ có cảm nghĩ như thế nào. Nghe thấu cảm bạn sẽ đi sâu vào ý kiến người khác, qua đó bạn phát hiện, bạn nhìn cuộc đời theo cách nhìn của người khác, bạn hiểu được tâm tư tình cảm của họ.

Cần phân biệt thấu cảm với sự thông cảm. Thông cảm là một hình thức thỏa thuận, một hình thức phê phán. Đôi khi nó là sự xúc cảm và sự đáp ứng thích đáng hơn. Nhưng người ta lại sống dựa vào sự thông cảm. Nó làm cho người ta trở nên phụ thuộc. Bản chất của nghe thấu cảm không phải là thông cảm với một người nào đó. Mà nó là sự hiểu biết đầy đủ sâu sắc của bạn về một con người, về mặt tình cảm cũng như lý trí.

Nghe thấu cảm không phải là đơn thuần chỉ hiểu từng lời nói của người khác. Trên thực tế, những chuyên gia về giao tiếp cho rằng chỉ khoảng mười phần trăm về thông tin được thể hiện qua lời nói, ba mươi phần trăm thể hiện qua âm thanh còn hơn một nửa còn lại được thể hiện qua ngôn ngữ cơ thể. Trong khi nghe để thấu cảm, chúng ta không những nghe bằng tai mà quan trọng hơn là nghe bằng mắt, bằng cả trái tim. Lắng nghe không phải điều người ta nói nên lời, mà cả những gì không nói lên được, những gì bộc lộ qua ngôn ngữ không lời; ánh mắt, nụ cười, nét mặt, tư thế, điệu bộ....lắng nghe những cảm xúc, nhu cầu của những người kia. Lắng nghe cả chính những phút giây im lặng.

Nghe thấu cảm có một uy lực rất lớn bởi vì nó cung cấp cho chúng ta những tư liệu đúng đắn để hành động. Thay vì dựa vào những cảm giác, động cơ, những giả định, suy nghĩ của mình, chúng ta làm việc thực tế bằng suy nghĩ của mình, chúng ta làm việc với thực tế bằng suy nghĩ và tình cảm của người khác. Chúng ta nghe dễ hiểu, dễ tiếp nhận những thông tin sâu kín nhất trong tâm hồn của con người.

Nghe thấu cảm cũng giúp bạn tạo dựng những tình cảm tốt đẹp với người đối thoại. Bởi vì khi giao tiếp với bạn, người khác được thỏa mãn một nhu cầu rất lớn, đó là nhu cầu tồn tại về tâm lý, muốn được hiểu được khẳng định, được đánh giá cao, được cảm thấy có ích. Khi bạn nghe thấu cảm người khác, bạn đã làm cho họ thỏa mãn về tâm lý. Và sau khi đã đáp ứng nhu cầu chủ yếu đó, bạn có thể tập trung phát huy sự ảnh hưởng và giải quyết vấn đề.

Một số kỹ năng cần thiết trong lắng nghe thấu cảm:

Kỹ năng biểu lộ sự quan tâm: để thể hiện sự quan tâm của mình đến câu chuyện của người đối thoại, bạn phải chú ý đến tư thế, dáng điệu, cách dùng ánh mắt... sau đây là một số kỹ năng cơ bản:

- Tạo ra bầu không khí bình đẳng bằng một tư thế dần thân (không xa cách ngang tầm, đối diện...)
- Cách biểu lộ sự quan tâm tốt nhất là chăm chú lắng nghe. Muốn thế thì khi nghe người kia nói, bạn hãy nghiêng người về phía trước và mắt nhìn thẳng vào họ, với tư thế cởi mở. Khoanh tay lại có thể gây ngăn cách, tạo ra sự ức chế.

Tiếp xúc bằng mắt rất quan trọng trong lắng nghe, nhưng đó là một nghệ thuật hết sức tế nhị. Tiếp xúc một cách hiệu quả bằng mắt thể hiện mối quan tâm và lòng mong muốn lắng nghe. Tiếp xúc bằng mắt là tập trung nhìn người nói một cách nhẹ nhàng và thỉnh thoảng chuyển cái nhìn từ mặt của người đó sang các bộ phận khác của cơ thể, ví dụ, nhìn bàn tay đang nhìn điệu bộ rồi sau đó lại nhìn vào mắt và tiếp xúc bằng mắt. Có tình trạng tiếp xúc bằng mắt kém khi người nghe liên tiếp nhìn ra phía khác, hoặc nhìn trùng trùng vào người nói nhưng khi người nói nhìn mình thì lại nhìn sang chỗ khác ngay.

- Sự quan tâm cũng được thể hiện qua những cử chỉ đáp ứng về cơ thể. Trước hết cần tránh cản trở sự tập trung tư tưởng của đối tượng bằng những cử chỉ không liên quan tới những điều đang được nói, ví dụ, mân mê một cái bút, hoặc chăm chú nhìn móng tay của mình, phủi bụi trên ve áo. Đó là những cử chỉ điển hình chứng tỏ bạn không chú ý lắng nghe cần tránh những cử chỉ đó, và cần xây dựng những cử chỉ nhỏ và những tư thế có tính đáp ứng trực tiếp vào những điều đối tượng đang nói.

Kỹ năng gọi mở: khi nghe bạn cũng cần có cách khuyến khích để cho đối tượng chút bầu tâm sự, bằng các cách sau.

- Khuyến khích người nói tiếp tục câu chuyện bằng cách tỏ ra rằng bạn hiểu vấn đề, thông cảm với họ- có thể bằng một cái gật đầu, một nụ cười một ánh mắt...

- Hãy cẩn thận lắng nghe và sẵn sàng phản hồi bằng lời lẫn không bằng lời. Ví dụ, “ừ, thế à, rồi sao nữa”, “ cho tôi biết thêm nữa đi”...và kèm theo một nụ cười và cái gật đầu. Nếu bạn muốn thành công bạn nên gác sang một bên những quan điểm riêng tư và những cảm nghĩ của bạn rằng bạn lắng nghe một cách khách quan. Tuy nhiên để làm việc đó không phải là dễ vì đa số chúng ta muốn diễn tả ý kiến của mình hơn là lắng nghe ý kiến của người khác. Mỗi chúng ta đều có sự kiên nhẫn, dùng sức mạnh cá nhân và sự tự chủ để duy trì một hoàn cảnh thuận lợi cho sự lắng nghe.

- Thỉnh thoảng đặt câu hỏi để hiểu rõ hơn và để chúng tỏ bạn đang chú ý lắng nghe. Ví dụ, khi đối thoại nói “Tôi thực sự không ưa gì anh chàng thư ký đó”. Bạn có thể hỏi thêm: “Anh ta có thật là một người không đàng hoàng không?”. Lúc đó người đối thoại mới bổ sung thêm: “ò, không phải là anh ta không đàng hoàng mà anh ta làm việc quá chậm và hơi cứng nhắc”. Như vậy, câu hỏi của bạn đã khiến người đối thoại bộc lộ ra những nguyên nhân sâu xa của vấn đề. Tuy nhiên trong khi đàm thoại không nên hỏi quá nhiều, hỏi theo kiểu chất vấn hay bắt chẹt.

- Khi nghe vừa bạn có thể tỏ ra trung lập vừa quan tâm bằng cách dùng những từ hoặc câu vô thưởng vô phạt với những giọng tích cực như : “ Tôi hiểu ý đó,” “ừ hừ”. Phản hồi như thế khuyến khích người nói tiếp tục câu chuyện.

- Giữ một sự thinh lặng đầy quan tâm cũng là cách làm cho đối tượng phải lấp đầy khoảng trống bằng những lời bổ sung, giải thích... tuy nhiên, việc xác định thời gian im lặng bao nhiêu cho hợp lý là vấn đề nhạy cảm, tùy thuộc vào những dấu hiệu nhận được và bản thân mình cảm thấy tình hình như thế nào. Quy luật chung là khoảng 30 giây là vừa. Nếu quá thời gian đó, thì mọi người có thể quên các điều xảy ra và làm cho những người tham gia xa rời trọng tâm hoặc chủ đề.

Kỹ năng phản ánh: phản ánh là người nghe sắp xếp lại và nêu nội dung những điều người kia vừa nói nhằm làm cho đối tượng biết là mình đã hiểu họ như thế nào.

Phương pháp phản ánh chuẩn mực là diễn đạt lại, tức là bạn hay nêu lại thực chất những điều mà đối tượng đã nói. Diễn đạt lại một cách ngắn gọn để đối tượng có cơ hội kiểm điểm những điều mà mình đã nói. Ví dụ, khi một nhân viên nào đó phàn nàn với bạn: “ Trong công ty chúng ta tài năng không được coi trọng đúng mức”. Bạn có thể phản ánh lại: “ Theo tôi hiểu thì anh cảm thấy rằng đã không có sự đền đáp đủ mức đối với sự hoàn thành tốt công việc?”. Còn chuyện gì xảy ra nếu bạn nói với anh ta rằng : “ Anh có vẻ như là một người bị bỏ qua không được đề bạt”. Hoặc “ Ồ, tôi không biết điều đó”. Chắc hẳn sau những câu như vậy, anh ta sẽ chọn cho mình một lối phòng thủ, chờ đợi một sự

hiển minh cho điều đã được nói. Tệ hại hơn nữa nếu bạn nói thêm rằng: “Ồ công ty ta tài năng vẫn được trọng dụng đây chứ”, vì nó sẽ bóp nghẹt ý kiến trước khi nó được trình bày đầy đủ.

B. CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP/THỰC HÀNH

1. Câu hỏi

- 1.1 Anh (chị) trình bày những lợi ích của việc lắng nghe?
- 1.2 Trong quá trình lắng nghe chúng ta thường gặp phải những thói xấu nào?
- 1.3 Làm gì để phát triển kỹ năng lắng nghe hiệu quả? Ứng dụng cho bản thân?

2. Bài tập/Thực hành

2.1 Nói các ý giữa 2 cột với nhau cho tương thích

* Mô tả các phương pháp nghe

Phương pháp nghe	Mô tả
1/ Lắng nghe bằng tai	a/ Tiếp nhận âm thanh
2/ Lắng nghe bằng mắt	b/ Quan sát ánh mắt, nét mặt, cử chỉ, điệu bộ
3/ Lắng nghe bằng trí óc	c/ Suy nghĩ, phân tích, suy đoán
4/ Lắng nghe bằng con tim	d/ Thể hiện cảm xúc, cảm thông và ghi nhớ
5/ Lắng nghe bằng tay	e/ Ghi chép

* Mô tả các cấp độ nghe

Các cấp độ nghe	Mô tả
1/ Lờ đi, không nghe gì cả	a/ Nhìn đi nơi khác, hoàn toàn không chú ý gì đến người nói, không nghe người khác nói gì
2/ Giả vờ nghe	b/ Đang suy nghĩ một vấn đề khác, nhưng lại tỏ vẻ chú ý nghe người đối thoại để an ủi họ, đồng thời che giấu việc mình chẳng nghe gì cả.
3/ Nghe có chọn lọc	c/ Chỉ nghe phần mình quan tâm
4/ Nghe chăm chú	d/ Tập trung mọi sự chú ý vào người đối thoại để chú ý hiểu họ, nghe toàn bộ câu chuyện của họ.
5/ Nghe thấu cảm	e/ Không những nghe mà còn đặt mình vào vị trí của người nói để hiểu được người nói có cảm nghĩ gì, hiểu được vì sao họ nói như vậy

2.2 Sắp xếp theo thứ tự tăng dần “cấp độ nghe”

Các cấp độ nghe	Thứ tự
Giả vờ nghe	
Nghe thấu cảm	
Nghe chăm chú	
Lờ đi, không nghe gì cả	
Nghe có chọn lọc	

2.3 Thực hành: Nghe để thu thập thông tin, giải quyết vấn đề hoặc để thấu cảm

* Hướng dẫn thực hiện

- Giáo viên cho cả lớp nghe các đoạn video
- Sinh viên tập trung lắng nghe và trả lời các câu hỏi của giáo viên đưa ra

C. GHI NHỚ

Lắng nghe là một trong những kỹ năng quan trọng trong giao tiếp. Ba phương pháp lắng nghe cơ bản đó là: lắng nghe để thu thập thông tin, lắng nghe để giải quyết vấn đề, lắng nghe để thấu cảm.

Để lắng nghe đạt hiệu quả cần thực hiện các yêu cầu sau đây: Gác tất cả các việc khác lại; Quan sát người nói/nhìn vào mắt người nói; Kiểm soát cảm xúc bản thân; Nghe xong hãy nói; Hỏi đáp/nhắc lại nội dung; Ghi chép lại thông tin cơ bản.

CHƯƠNG 3. KỸ NĂNG NÓI TRONG GIAO TIẾP

Mục tiêu:

- Vận dụng được những kiến thức cơ bản để phát triển kỹ năng nói hiệu quả.
- Phát triển kỹ năng thuyết trình trước đám đông, dẫn dắt hội nghị, trả lời phỏng vấn.
- Biết cách nhận và trả lời một cuộc gọi điện thoại.

A. NỘI DUNG

1. TẦM QUAN TRỌNG CỦA NÓI TRONG GIAO TIẾP

- Qua việc sử dụng lời nói giúp con người hiểu biết lẫn nhau, liên hệ với nhau và làm việc cùng nhau.
- Thông qua sử dụng lời nói trong giao tiếp, con người gia nhập vào các mối quan hệ xã hội, lĩnh hội nền văn hóa xã hội, đạo đức, chuẩn mực xã hội.
- Thông qua sử dụng lời nói trong giao tiếp con người hình thành năng lực tự ý thức.

2. NHỮNG YẾU TỐ GIÚP PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG NÓI

2.1. Kiểm soát chất giọng

Sự phát âm, khả năng diễn đạt ý kiến rõ ràng và cách phát âm chính xác là 3 phẩm chất quan trọng và cần thiết để xây dựng, phát triển những thói quen nói chuyện một cách có hiệu quả.

2.1.1. Sự phát âm (Phonation)

Sự phát âm bao gồm cả việc tạo ra và thay đổi cường độ âm thanh của người nói. Chúng ta diễn đạt giọng nói của mình và gửi vào đó cả tình cảm lẫn suy nghĩ thông qua việc thay đổi âm sắc của giọng nói. Các yếu tố như cao độ (giọng cao hay thấp), cường độ (giọng mạnh hay yếu) và trường độ (giọng dài hay ngắn) là những thành phần chủ yếu của sự phát âm. Những yếu tố này cho phép chúng ta có thể nhận ra chất giọng của người khác qua điện thoại. Bất cứ ai nghiên cứu giao tiếp bằng miệng cũng phải nhớ rằng những thay đổi trong chất giọng là thường xảy ra, khi người nói chuyện đang ở một trạng thái xúc cảm nhất định nào đó.

Để có một chất giọng tốt, chúng ta nên:

- Thở đúng nhịp và thư giãn
- Biết lắng nghe chính mình
- Tạo sự uyển chuyển trong giọng nói

2.1.2. Khả năng diễn đạt ý rõ ràng (Articulation)

Khả năng diễn đạt ý rõ ràng bằng lời là giọng nói dịu dàng, lưu loát và vui vẻ. Các nguyên nhân gây hạn chế khả năng này là:

- Do các khuyết tật về răng, miệng, lưỡi, môi và các cơ quan khác có liên quan đến việc phát âm.
- Do khiếm khuyết về kiến thức ngữ âm học
- Do sự bất cẩn của cá nhân

Ngoài ra, còn có các nguyên nhân khác như tật bẩm sinh về khả năng phát âm rõ ràng (nói giọng cà lăm),... chúng ta cần phân biệt giữa các hạn chế nói trên và với các giọng địa phương. Tiếng địa phương xuất phát từ một thói quen phát âm của người ở một địa phương nào đó, và nó thay đổi tùy theo mỗi địa phương.

2.1.3. Sự phát âm chính xác (Pronunciation)

Các từ điển có phú chú phiên âm là người bạn tốt nhất để chúng ta có thể dựa vào đó mà phát âm cho chính xác. Chúng ta có thể phát âm rõ ràng nhưng lại dễ phát âm thiếu chính xác các từ. Nguyên tắc tốt nhất để luyện phát âm thiếu chính xác là phát âm mỗi từ theo một cách tự nhiên nhất. Các từ điển thường đưa ra 2 cách phiên âm cho mỗi một từ, cách thứ nhất thường là cách đã được chuẩn hóa và đa số phát âm theo cách này. Cách thứ hai có đôi chút thay đổi so với cách chuẩn, song vẫn được mọi người chấp nhận và hiểu. Chúng ta nên thường xuyên sử dụng từ điển để nắm vững cách đọc cho đúng và tăng thêm vốn từ vựng.

2.2. Biết rõ người nghe

Không phải đối tượng người nghe nào cũng giống nhau. Vậy mà không ít các diễn giả quên mất điều này. Họ cứ hùng hồn diễn thuyết đủ thứ mà họ đã biết. Họ không quan tâm xem liệu đối tượng người nghe của họ có bắt kịp những gì họ nói không. Một nhà khoa học cần biết rằng anh ta không nên nói những vấn đề quá sâu vào kỹ thuật chuyên môn với đối tượng người nghe không có chuyên môn. Họ không thể hiểu được những thuật ngữ hoặc phương pháp mà anh ta đề cập đến. Ngược lại, với đối tượng người nghe là những đồng nghiệp, các nhà chuyên môn cùng lĩnh vực kỹ thuật thì anh ta không thể sử dụng những lời nói “phi kỹ thuật”.

Bằng cách trả lời các câu hỏi dưới đây, chúng ta sẽ có một ý niệm về việc đánh giá đối tượng người nghe:

- Đối tượng người nghe là ai? Vốn kiến thức của họ như thế nào? Họ có những mối quan tâm chung nào?
- Thái độ chung của họ đối với các vấn đề mà bạn sẽ trình bày như thế nào? Liệu bạn có phải đối diện với loại đối tượng người nghe chống đối hay đồng tình?
- Đối tượng người nghe này hiểu biết về vấn đề mà bạn sẽ trình bày như thế nào? Một lối nói chuyện quá đơn giản với đối tượng nghe tinh tế hoặc một lối

nói chuyện tinh tế với loại đối tượng nghe quá đơn giản đều cho thấy người nói đã không chuẩn bị tốt.

- Người nghe đến với buổi nói chuyện của bạn vì lý do họ thực sự quan tâm hay đó chỉ là sự bắt buộc? Cho dù, đó là lý do gì đi nữa, bạn cũng cần phải suy nghĩ rằng mình nên quan tâm tới người nghe.

- Không gian cho buổi nói chuyện sẽ gần gũi, thân mật hoặc sẽ bị loãng đi là do khoảng cách giữa người nói và người nghe. Do vậy, phải tìm hiểu xem không gian của buổi nói chuyện như thế nào?

- Buổi nói chuyện của bạn sẽ được tổ chức vào khoảng thời gian nào trong ngày? Vào khoảng thời gian nào bạn cho rằng người nghe sẽ tinh táo nhất?

Nhìn chung, người nghe luôn muốn được đồng điệu cùng với người nói. Khi người nói có một sự chuẩn bị tốt, thì việc thiết lập các mối quan hệ với người nghe sẽ trở nên dễ dàng hơn. Chúng ta cũng nên nhớ rằng người đánh giá tài nói chuyện của diễn giả chính là người nghe. Nói như thế cũng đồng nghĩa với việc ta nói rằng một bài nói chuyện hay nhất thế giới theo khía cạnh nội dung cũng chính là một viết được người nghe đồng tình tán thưởng. Bất cứ công việc chuẩn bị nào, từ việc phác thảo nội dung đến việc diễn tập trình bày, chúng ta luôn chú ý tới đối tượng người nghe.

Nói chuyện trước công chúng đối với những diễn giả chuyên nghiệp thực sự là một công việc trình diễn – có lẽ là một nửa là nội dung và một nửa là nghệ thuật trình bày.

3. PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH TRƯỚC CÔNG CHÚNG

Để trình bày trước công chúng hiệu quả, người thuyết trình phải chú ý những yếu tố sau:

3.1. Tạo sự lôi cuốn khi thuyết trình trước đám đông

Yếu tố đầu tiên để lôi kéo mọi người cuốn hút vào buổi thuyết trình của bạn và hơn thế nữa là để buổi thuyết trình diễn ra thành công tốt đẹp là bạn phải biết tạo được sự lôi cuốn trong khi thuyết trình trước đám đông. Vì chỉ có hành động lôi kéo người nghe vào đề tài bạn trình bày mới có thể tạo được tâm lý tốt nhất cho họ bởi trong khi thuyết trình có những vấn đề, chủ đề chỉ cần nói 5 phút tới 10 phút là hết nội dung nhưng phải mất cả tiếng để họ có thể hiểu toàn diện nội dung đó bởi vậy đây chính là lúc nghệ thuật giao tiếp và kỹ năng diễn đạt phát huy sức mạnh.

Cho nên trước khi thuyết trình về một đề tài nào đó đừng có quá cố gắng học thuộc lòng nội dung thuyết trình và trình bày lại nó vì bạn đang tự đưa mình vào tình huống khó xử khi mà nghệ thuật thuyết trình trước đám đông cũng chẳng thể cứu vãn được.

Trong các yếu tố lôi cuốn mọi người vào bài thuyết trình thì mọi người thường quên mất thứ quan trọng hơn hết đó chính là cảm xúc của diễn giả hay chính bạn khi thuyết trình trước đám đông. Bởi vì cảm xúc là cầu nối gắn kết để giúp bạn tới gần người theo dõi thuyết trình hơn. Đơn cử bạn có thể dùng hàng loạt câu nói chứng minh với họ bạn đang rất hào hứng về đề tài đang thuyết trình nhưng chỉ cần một ánh mắt, nụ cười hay nét mặt cũng đủ để chứng minh cho người khác bạn đang có tâm trạng như thế nào rồi. Ngoài ra, kỹ năng sử dụng giọng nói cũng là một điều mà bạn nên học trong các kỹ năng trình bày trước đám đông.

Đến đây nhiều người sẽ thắc mắc rằng những yếu tố, kỹ năng diễn đạt trên có phải do năng khiếu bản thân mà có, nếu tôi là người thiếu tự tin ngay từ đầu thì làm sao tôi làm được những điều này? Đừng quá lo lắng phần tiếp theo đây chúng ta sẽ giải đáp ngay làm sao để có được sự tự tin khi thuyết trình trước đám đông và trong giao tiếp.

3.2. Tự tin trước đám đông khi thuyết trình

Nghe có vẻ vấn đề tự tin trước đám đông là hạn chế khá lớn với những người ít thuyết trình trước đám đông hay tham gia hoạt động tập thể. Bởi vậy có người bỏ cả tá tiền ra để mua sự tự tin trước đám đông. Liệu nó có đáng không khi mà bạn chỉ cần có kỹ năng điều chỉnh giọng nói, diễn tả ngôn ngữ hình thể là đủ cho kỹ năng thuyết trình trước đám đông.

Đầu tiên để tự tin trước đám đông bạn chỉ cần hồi tưởng lại khi bạn trình bày kế hoạch hay dự án với đồng nghiệp hoặc cấp trên như thế nào, hay thảo luận vấn đề nào đó với bạn bè. Đó chính là lúc bạn là chính bạn, cũng là lúc bạn tự tin nhất vì toàn bộ vấn đề ý tưởng đã nằm sẵn trong đầu bạn, khi đó bạn tin vào khả năng truyền đạt và thuyết phục của chính mình.

Khi đó bạn đã đặt niềm tin vào người nghe, bạn có thể thoải mái thể hiện ý tưởng của bản thân, đó chính là là sự tự tin. Hãy đem toàn bộ sự tự tin đó để phát biểu trước đám đông. Liệu nó có quá khó như bạn nghĩ hay không, hay chỉ là do tâm lý của bạn mà sợ nói trước đám đông.

Điều tiếp theo để tự tin khi thuyết trình trước đám đông là bạn nên nhớ rằng khi thuyết trình không phải là học thuộc theo mẫu có sẵn nào như đã đề cập ở phần trên. Bạn phải chắc rằng nội dung mình trình bày đã nằm trong đầu rồi. Bí quyết để tự tin trước đám đông bây giờ chính là hãy nhớ nội dung chính cần trình bày một cách có hệ thống. Nếu chưa quen thì ta cũng có thể áp dụng Mind Map nếu chưa biết Mind Map bạn có thể xem bài áp dụng Mind Map để ghi nhớ hiệu quả hơn để từ đó có sự tự tin nói trước đám đông.

3.3. Tạo sự cuốn hút người nghe khi thuyết trình trước đám đông

Theo quan niệm của những nhà diễn thuyết nổi tiếng thì thuyết trình trước đám đông cũng là một phương tiện truyền thông, và nhiệm vụ của người thuyết trình là hướng đến lợi ích chung của đám đông mọi người, chứ không phải để thể hiện thương hiệu cá nhân. Nên mục tiêu mỗi khi đứng trước đám đông để thuyết trình là để tạo quan niệm tư duy đúng đắn hơn cho mọi người, hoặc để giải quyết vấn đề đó theo hướng tích cực.

Một mẹo nhỏ để tạo cuốn hút người nghe khi thuyết trình trước đám đông khi họ chưa biết gì về bạn, thì bạn nên có bước đệm là giới thiệu về bản thân, thẩm quyền, và chuyên môn với những người đang theo dõi bạn thuyết trình trước đám đông vấn đề mà bạn sắp nói. Như thế người nghe sẽ xác định được là họ có nên tin hoặc nên có thái độ như thế nào đối với những thông tin mà bạn sắp nói.

Ngoài ra để tạo sự cuốn hút người nghe khi thuyết trình trước đám đông là bạn nên tăng khả năng tương tác qua lại lẫn nhau khi trình bày vấn đề cũng như xoa tan không khí ngột ngạt của buổi thuyết trình. Hơn thế nữa khoảng cách giữa bạn và người theo dõi sẽ gần lại đáng kể đủ để cho bạn tung hoành những kỹ năng thuyết trình trước đám đông ở trong đầu bạn.

Nếu bạn làm tốt những điều này khi nói trước đám đông thì dần dần, không chỉ kỹ năng thuyết trình trước đám đông của bạn được nâng lên, mà bạn còn gây dựng được thương hiệu cá nhân trong mắt người khác.

4. PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG PHÒNG VẤN

4.1. Các kiểu phỏng vấn

4.1.1. Phỏng vấn để lấy thông tin

Một cuộc phỏng vấn giữa thầy thuốc và bệnh nhân là cuộc phỏng vấn mang tính chất trao đổi thông tin rõ nét. Người bệnh cung cấp các thông tin, qua đó người thầy thuốc chẩn đoán bệnh. Người bệnh nhận lại thông tin chỉ dẫn của người thầy thuốc để trị bệnh. Cả hai bên đều phải lắng nghe để tiếp nhận thông tin và cảm xúc của nhau.

4.1.2. Phỏng vấn để xin việc làm

Đối với sinh viên sắp tốt nghiệp thì đây là một trong những cuộc gặp gỡ quan trọng nhất. Vì vậy, để buổi phỏng vấn đạt hiệu quả thì người đi phỏng vấn phải tuân thủ một số nguyên tắc sau:

- Nắm vững mục tiêu của cuộc phỏng vấn
- Nắm được tầm quan trọng của kiến thức trong buổi phỏng vấn
- Cần tìm hiểu trước quy trình phỏng vấn
- Chuẩn bị để nghe và lắng nghe
- Chuẩn bị cho cuộc gặp trực tiếp thực sự.

4.1.3. Phỏng vấn nhân sự

Các cuộc phỏng vấn giữa cấp trên và cấp dưới thường bao trùm nhiều mục đích công việc khác nhau. Một cuộc phỏng vấn để đánh giá công việc luôn được tiến hành nhằm thông tin cho nhân viên biết kết quả công việc của họ được cấp trên đánh giá như thế nào. Thông thường nó được tiến hành mỗi năm 2 lần. Ý nghĩa chính của cuộc phỏng vấn này là xây dựng sự nhất trí giữa cách đánh giá của cấp trên với công việc của người thực hiện. rõ ràng đây là một loại phỏng vấn có tính chất tế nhị.

Các cuộc phỏng vấn về vấn đề nhân sự khác được tiến hành thường xuyên hơn như để được khen thưởng hoặc kỷ luật các nhân viên cấp dưới, để tham vấn với nhân viên cấp dưới về các vấn đề cá nhân, cho thôi việc, đề cử chức vụ mới và tham khảo các ý kiến cho công việc.

4.1.4. Phỏng vấn để bán hàng hoặc để thuyết phục

Hãy nói chuyện với nhân viên bán hàng, bạn sẽ nhận thấy phỏng vấn thực sự đã ăn sâu vào máu bởi nghề nghiệp của họ. tùy thuộc vào bản chất của sản phẩm và dịch vụ, một nhân viên bán hàng có thể bán vai một người giúp khách hàng giải quyết các vấn đề mà họ đang quan tâm. Các yêu cầu được sử dụng cho thư bán hàng cũng được dùng tương tự như trong các cuộc phỏng vấn bán hàng.

Các vấn đề để thuyết phục trong phỏng vấn là chấp nhận, thay đổi và bác bỏ các lập luận, lý lẽ của người khác. Hãy nhớ rằng tranh luận không có nghĩa là cãi nhau. Các cuộc tranh luận thường liên quan tới việc trao đổi các ý kiến và các sự kiện qua đó mỗi bên cố gắng chiến thắng. Nếu việc chiến thắng đồng nghĩa với việc bán được hàng, hoặc trong trường hợp một khách hàng dè dặt trước khi mua một món hàng, thì đây hẳn là mục tiêu của người bán hàng.

4.2. Cấu trúc của một cuộc phỏng vấn

Cấu trúc của cuộc phỏng vấn có thể phần lớn phụ thuộc vào mục đích của người phỏng vấn. Hãy chú ý rằng mỗi loại cấu trúc dưới đây có thể áp dụng cho bất kỳ kiểu phỏng vấn nào.

4.2.1. Phỏng vấn có cấu trúc

Các cuộc phỏng vấn có cấu trúc thường theo sau các thủ tục khá chính thức. Người phỏng vấn thường đi theo sau các thủ tục khá chính thức. Người phỏng vấn thường đi theo một chương trình được sắp đặt từ trước, bao gồm một danh sách các công việc phải làm hoặc một loạt các câu hỏi và câu trả lời được chuẩn bị trước nhằm thu thập những thông tin cần thiết hoặc những phản ứng của người được phỏng vấn.

4.2.2. Phỏng vấn không có cấu trúc

Những cuộc phỏng vấn không có cấu trúc là những cuộc trao đổi tự do và tùy hứng, có thể xoay chuyển từ đề tài này sang đề tài khác theo những vấn đề mà các bên tham gia đang quan tâm. Những người phỏng vấn có kinh nghiệm có

thể biến một cuộc phỏng vấn có cấu trúc thành một cuộc phỏng vấn không có cấu trúc. Mục đích của nhiều cuộc phỏng vấn không có cấu trúc là nhằm khai phá ra những ý tưởng mới, những thông tin mới trong suy nghĩ của người được phỏng vấn.

42.3. Phỏng vấn bắt buộc

các cuộc phỏng vấn bắt buộc được sắp đặt nhằm đưa người được phỏng vấn vào một tình huống căng thẳng nào đó, để có thể đánh giá cách xử trí của họ trong một tình huống nhất định. Cả 2 loại phỏng vấn có cấu trúc và không có cấu trúc đều có thể biến thành phỏng vấn bắt buộc.

5. PHÁT TRIỂN KỸ NĂNG DẪN DẮT HỘI NGHỊ, HỘI HỌP

Hầu hết tất cả các tổ chức đều có các hoạt động hội họp, thảo luận vì các lý do sau:

- Việc giao tiếp được đề cao, khi tất cả mọi người cùng có mặt, cùng nghe và cùng thấy những điểm giống nhau trong những tình huống mặt đối mặt. Ngoài ra, những người tham dự cũng nhận được thông tin phản hồi ngay lập tức.
- Công việc quản lý kinh tế thường đòi hỏi phải đưa ra các chỉ thị và phải thảo luận các vấn đề khác nhau.
- Các cuộc họp và các cuộc hội nghị tạo cơ hội có lợi để phát triển tinh thần tập thể trong các nhóm.
- Những cá nhân có tiềm năng nhưng vì lý do gì đó chưa được chú ý tới, sẽ có cơ hội để mọi người nhận thấy.
- Sự phản hồi của cả nhóm cho cấp trên có thể đáng tin cậy hơn những phản hồi từ nhiều cá nhân riêng lẻ.

**** Một số yếu tố để xây dựng và tổ chức các cuộc hội nghị, và các cuộc họp một cách có hiệu quả:***

- Hãy bắt đầu cuộc họp đúng giờ
- Hãy nhiệt tình trong việc tổ chức cuộc họp và phải làm cho mọi người thấy rõ sự nhiệt tình này, bạn cần phải sắp đặt toàn bộ khung cảnh cho buổi họp.
- Lập chương trình làm việc một cách cẩn thận để các vấn đề được trình bày một cách liên tục.
- Tuân thủ các nguyên tắc tổ chức cuộc họp.

5.1. Dẫn dắt các hội nghị

Trong một hội nghị lớn, người đứng đầu nhất thiết phải là người chủ tọa của hội nghị. Do người chủ tọa phải dẫn dắt hội nghị theo đúng kế hoạch, cho nên người này phải kiểm soát chương trình làm việc của hội nghị một cách cẩn thận về thời gian. Đặc biệt, khi có những diễn giả phát biểu, khoảng thời gian giành cho hỏi và trả lời có thể làm sai kế hoạch, nếu không kiểm soát được thời gian.

Nếu hội nghị cần phải bầu theo biểu quyết, thì người chủ tọa cần phải nhờ người có kinh nghiệm về hội họp giúp đỡ để kiểm soát hội nghị. Tuy nhiên, người chủ tọa không nên dựa quá nhiều vào những trợ lý này trong mọi quyết định. Làm như vậy sẽ làm giảm uy tín của chủ tọa đối với các đại biểu tham dự.

Một trong những nhiệm vụ nữa của người chủ tọa là giới thiệu các diễn giả. Trong mọi trường hợp bạn phải chuẩn bị tốt lời giới thiệu này. Trong hầu hết các trường hợp việc giới thiệu các diễn giả sẽ quyết định thái độ chấp nhận của khán thính giả. Nên giới thiệu các diễn giả thật đơn giản, nhưng đầy sức thuyết phục.

Thứ hai, hãy tìm kiếm sự riêng biệt, không bắt chước và cần sự phong phú. Nên giới thiệu nghề nghiệp, chức danh hoặc những nét nổi bật của diễn giả. Nếu bạn là chủ tọa và có quen với một người nào đó biết rất rõ diễn giả, thì tốt nhất nhờ người ấy giới thiệu. Điều này sẽ kéo theo nhiều người vào chương trình và càng làm cho nó thêm phong phú. Điều quan trọng là phải nhấn mạnh những điểm mạnh của diễn giả. Không nên làm lu mờ các ưu điểm của diễn giả bằng cách đưa ra một danh sách những điểm thuộc về tiểu sử của họ.

Khi một diễn giả nào đó kết thúc bài nói chuyện, tiếng vỗ tay của khán giả sẽ thể hiện sự tán đồng trong đánh giá của họ về diễn giả. Người chủ tọa không nên tiếp lời bằng những nhận định về bài diễn văn của diễn giả, hoặc đưa ra những câu nói sáo rỗng đại loại như: “Cám ơn ông/bà đã đưa đến cho chúng tôi một bản thông điệp đầy thú vị và đáng giá”. Bạn chỉ cần nói một câu thật đơn giản như: “chúng tôi xin cảm ơn rất nhiều”.

Khi chương trình của hội nghị đã hoàn thành, thì hãy kết thúc hội nghị bằng các thông báo về các phiên họp tiếp theo.

5.2. Dẫn dắt các cuộc họp mang tính chất thảo luận

Các buổi họp là hoạt động thường xuyên ở nhiều tổ chức lớn và nhỏ. Nhiều cuộc họp loại này trở nên chán ngắt và tẻ nhạt chỉ vì người chủ tọa không kiểm soát được buổi họp. mục tiêu quan trọng của buổi thảo luận chung của cả nhóm là phải giải quyết một vấn đề đã phổ biến cho mọi người trong nhóm hoặc tạo điều kiện để các thành viên hiểu rõ hơn về một vấn đề nào đó. Yếu tố kiên quyết để xây dựng một buổi thảo luận có hiệu quả là thái độ chấp nhận những đóng góp của các thành viên. Nếu mọi người không cảm thấy được tự do phát biểu ý kiến thì cuộc thảo luận sẽ ít thu được kết quả và nó sẽ trở thành độc quyền của một hoặc vài cá nhân nào đó.

*** Chuẩn bị của buổi thảo luận**

Cả người lãnh đạo lẫn tiểu ban chỉ đạo cuộc họp đều phải chuẩn bị một kế hoạch cho việc đóng góp ý kiến trong cuộc họp. Kế hoạch hoặc chương trình làm việc nên bắt đầu bằng một lời tuyên bố về mục tiêu của cuộc họp, hoặc đưa

ra một định nghĩa rõ ràng về vấn đề cần phải giải quyết. Việc đưa ra các mục tiêu ngay ở đầu cuộc họp sẽ giúp định hướng cho buổi thảo luận.

Bước tiếp theo là phân tích chủ đề chính nhằm giúp các thành viên tập trung vào bản chất của vấn đề và các yếu tố khách của nó. Nếu tồn tại sự bất đồng trong các mục tiêu, thì sau đó nhiều vấn đề và thậm chí cả buổi thảo luận không nên tiến hành.

*** Vai trò của người chủ tọa:**

- Sắp xếp thời gian và địa điểm
- Chuẩn bị và lập chương trình làm việc
- Ổn định cuộc họp một cách nhanh chóng
- Nêu rõ mục đích của cuộc họp và các vấn đề trong chương trình làm việc.
- Giữ cuộc thảo luận theo đúng kế hoạch
- Kêu gọi mọi người đóng góp ý kiến
- Kiểm soát các thành viên quá nhiệt tình
- Tạo một bầu không khí thoải mái
- Tóm tắt lại các vấn đề sau mỗi buổi thảo luận.
- Kết thúc cuộc họp theo đúng thời gian biểu

Việc giữ cho cuộc thảo luận tự do đi theo hướng đã định đòi hỏi người chủ tọa phải có tài xoay sở giỏi. Mặc dù, các thành viên trong nhóm đã thống nhất với nhau về các mục trong chương trình làm việc và trình tự của chúng, song sẽ có một số vấn đề bị lạc đề và có những ý kiến thiếu xác đáng, lúc này mọi người sẽ vội chuyển sang các mục khác trong chương trình. Dưới đây là một số chỉ dẫn có giá trị dành cho người chủ tọa:

- Nhắc lại các mục trong chương trình làm việc hoặc mục đích của buổi họp khi nhận thấy sự xuất hiện những cuộc nói chuyện lạc đề.
- Tranh thủ tóm tắt sau mỗi cuộc thảo luận
- Nếu có thể thì nhắc lại những ý kiến còn chưa rõ hoặc còn vướng mắc ở một thành viên nào đó
- Yêu cầu một thành viên khác cho ý kiến, khi một thành viên nào đó tranh nói suốt cả buổi.
- Tất nhiên, một giọng nói có hiệu lực đi kèm với một sự thấu hiểu và cách xử sự khéo léo sẽ có tính quyết định. Nên tránh thái độ chế nhạo và hành vi xúc phạm người khác.

*** Vai trò của các thành viên**

Các thành viên, cũng như người chủ tọa, nên tìm hiểu các khả năng của mình về vấn đề thông qua cuộc họp. Mỗi thành viên cần phải chuẩn bị, thậm chí ghi chú những điều cần thiết để đóng góp ý kiến. Thái độ của các thành viên cũng là một điểm cần chú ý tới. Các thành viên nên bình tĩnh phân tích vấn đề để thấu hiểu quan điểm của người khác. Họ nên trình bày ý kiến của mình một

cách tích cực và không nên to tiếng với người khác do quá xúc động. Trên hết, mỗi thành viên phải biết lắng nghe người khác trình bày vấn đề. Nếu mọi người biết lắng nghe tốt thì có thể loại trừ các ý kiến thiếu xác đáng và lặp đi lặp lại. Một số chủ tọa cho rằng buổi thảo luận sẽ đạt hiệu quả cao, nếu ngay từ đầu các cá nhân đã đưa ra một quy định chung cho tất cả mọi thành viên.

6. KỸ NĂNG TRẢ LỜI ĐIỆN THOẠI

Giao tiếp qua điện thoại là hình thức giao tiếp phổ biến, đây là hình thức giao tiếp nhanh và tiện lợi nhất hiện nay. Hình thức giao tiếp này thuận tiện ở chỗ bạn có thể ngồi ở một nơi nhưng vẫn có thể gọi điện để nói chuyện với bất kỳ đối tượng nào bạn muốn mà không cần phải gặp mặt trực tiếp. Nhưng chính không cần gặp mặt trực tiếp nên việc **giao tiếp qua điện thoại** đòi hỏi rất nhiều kỹ năng để làm thế nào đường dây bên kia biết được thái độ của bạn trong cuộc trò chuyện đó?

Khi bạn là người nhận cuộc gọi

Khi là người tiếp nhận cuộc gọi, bạn cần giữ thái độ niềm nở và tích cực khi trả lời cuộc gọi. Bạn nên nghe máy ở hồi chuông thứ 2 hoặc thứ 3, không nên để chuông đổ quá lâu cũng không nên vội vàng bắt máy, vì bạn cần có thời gian chuẩn bị cho cuộc trò chuyện đó. Ngoài ra, là người nghe bạn cũng cần một số kỹ năng khác ở bên dưới:

- Đừng để người gọi độc thoại

Người gọi đến thường đã chuẩn bị rất kỹ cho nội dung cuộc trò chuyện, họ chủ động đi vào vấn đề, đặt câu hỏi cho bạn... Họ sẽ nói nhiều, nhưng bạn đừng chỉ biết im lặng lắng nghe, hãy đáp lại họ bằng những câu như: “Vâng, tôi hiểu, tôi đang nghe bạn (anh, chị) nói...”. Những câu trả lời dù ngắn nhưng điều đó thể hiện cho người nói biết rằng bạn vẫn đang lắng nghe họ và hiểu họ muốn nói gì.

- Giọng nói từ tốn, vừa phải

Khi người gọi tới có nhu cầu được tư vấn hoặc bàn về vấn đề gì đó bạn hãy trả lời họ bằng giọng nói từ tốn, vừa phải, đừng lớn quá sẽ khiến họ khó chịu, nhưng cũng đừng quá nhỏ, bởi như vậy họ sẽ không nghe rõ bạn nói gì khiến họ phải hỏi lại sẽ làm mất thời gian của cả bạn và đối phương.

- Nghe với thái độ niềm nở, tích cực

Bạn đừng nghĩ khi giao tiếp qua điện thoại đối phương không nhìn thấy vẻ mặt của bạn thì mình muốn cau có, khó chịu thế nào cũng được. Lời nói sẽ tố cáo tất cả cử chỉ, động thái của bạn đó. Vì vậy, khi nhận điện thoại bạn hãy nghe với thái độ niềm nở, tích cực, luôn nở nụ cười vì họ sẽ cảm nhận được thái độ của bạn đó.

- Tránh ăn uống khi nói chuyện điện thoại

Khi nói chuyện điện thoại bạn không nên ăn uống bất kỳ thứ gì, bởi điều đó có thể khiến cho giọng nói của bạn bị thay đổi hoặc tệ hơn có thể khiến cho cuộc nói chuyện bị gián đoạn, một điều chắc chắn rằng bên kia đầu máy sẽ dễ dàng nhận ra việc bạn đang ăn uống khi nói chuyện với họ. Điều đó sẽ khiến đối phương có ấn tượng xấu vì họ nghĩ rằng bạn không tôn trọng họ và không xem trọng cuộc trò chuyện đó.

- Luôn chuẩn bị sổ và bút sẵn trước mặt

Khi có điện thoại bạn hãy luôn chuẩn bị cho mình cuốn sổ và cây bút để ghi lại những lời nói của khách hàng, đối tác để chắc chắn rằng bạn không để sót chi tiết của cuộc trò chuyện. Cách làm này cũng giúp cho bạn chủ động khi trả lời những câu hỏi, thắc mắc của người gọi đến.

- Không bắt ngờ gác máy

Nếu bạn không muốn tiếp tục cuộc trò chuyện hãy tìm cách từ chối khéo léo, không nên bắt ngờ gác máy. Hành động này sẽ khiến cho đối phương cảm thấy khó chịu và nếu bạn làm việc cho công ty, tổ chức nào đó có thể sẽ bị họ phản ánh lên cấp trên của bạn bởi thái độ không lịch sự, không tôn trọng người khác của bạn.

- Nhắc lại nội cuộc trò chuyện

Là người nghe nên bạn cần nhắc lại nội dung cuộc trò chuyện để chắc rằng bạn đã nắm được nội dung của cuộc trò chuyện đó, đó cũng là cách bạn lấy được lòng tin của người gọi đến bởi việc nhắc lại nội dung cuộc trò chuyện thể hiện bạn rất quan tâm tới vấn đề của họ, điều đó khiến cho khách hàng cảm thấy mình được tôn trọng nhiều hơn.

Khi bạn là người gọi

Trước khi gọi điện cho người khác bạn cần chuẩn bị trước nội dung cho cuộc nói chuyện đó, việc làm này vừa giúp bạn chủ động vừa giúp bạn tiết kiệm được thời gian vàng ngọc của mình và cả của đối tác. Vậy để có được cuộc giao tiếp qua điện thoại thành công bạn cần rèn luyện những kỹ năng sau:

- Hãy xưng danh tính và mục đích cuộc gọi

Khi gọi điện cho đối tác, khách hàng việc đầu tiên bạn chào họ và xưng danh tính rõ ràng (Tên, địa vị hoặc tên công ty đại diện) để người nghe nắm được thông tin của bạn. Tiếp đó hãy nhắc lại thông tin cá nhân của họ để chắc rằng bạn đã gọi đúng địa chỉ. Đây là việc bạn cần phải làm trước khi bắt đầu cho cuộc trò chuyện được trôi chảy.

- Cân nhắc giờ và thời điểm gọi

Bạn hãy cân nhắc thời gian và thời điểm gọi điện thoại. Hãy tránh thời gian ngoài giờ làm việc như sáng sớm, buổi tối hoặc giờ nghỉ trưa. Bởi lúc này nhiều người đang bận việc riêng không sẵn sàng tiếp chuyện, tệ hơn bạn sẽ khiến họ cảm thấy khó chịu vì bị quấy rầy. Bạn cũng nên tránh gọi vào đầu giờ

làm việc, vì thời điểm này thông thường mọi người đang phải lo giải quyết công việc, không có nhiều thời gian rảnh để tiếp bạn. Vì vậy, hãy chọn thời điểm thích hợp để cuộc nói chuyện qua điện thoại mang lại kết quả như mong muốn của bạn.

- Giọng nói nhẹ nhàng và truyền cảm

Khi gọi điện cho người khác bạn không nên quát tháo, giọng nói khó chịu với họ, bởi giọng nói chính là thủ phạm tố cáo tính cách của bạn khi giao tiếp qua điện thoại. Một giọng nói nhẹ nhàng và truyền cảm sẽ mang lại cảm giác thoải mái, dễ chịu cho người nghe và để lại cho họ những ấn tượng tốt về bạn.

Khi trò chuyện bạn cũng nên luôn nở nụ cười, vì dù đối phương không nhìn thấy bạn nhưng họ vẫn cảm thấy được bạn đang nói chuyện với họ bằng thái độ như thế nào.

- Chuẩn bị trước nội dung trao đổi

Bạn không thể gọi điện đến cho khách hàng xong ậm ờ không biết nói gì, hoặc mất nhiều thời gian để suy nghĩ câu hỏi, như vậy vừa làm mất thời gian của bạn vừa khiến cho người nhận điện thoại cảm thấy không thoải mái, nếu gặp người khó tính có thể họ sẽ từ chối cuộc gọi của bạn. Vì vậy, hãy viết trước tất cả những gì bạn muốn nói ra giấy để cuộc giao tiếp được suôn sẻ bạn nhé.

- Không sử dụng thuật ngữ chuyên ngành

Khi gọi điện để tư vấn, thương lượng với đối tác, khách hàng bạn nên sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu, tránh dùng các thuật ngữ chuyên ngành, vì như vậy khách hàng của bạn sẽ không hiểu bạn muốn nói gì hoặc cho rằng bạn là người thích thể hiện, nhưng lại thể hiện không đúng chỗ.

- Nói lời tạm biệt khi kết thúc cuộc gọi

Đừng kết thúc cuộc gọi khi chưa để lại lời tạm biệt nếu không bạn sẽ mất điểm trong mắt của đối phương. Một câu chúc tốt lành, hay một lời tạm biệt mở, lời cảm ơn đến người đã nghe điện thoại... sẽ giúp cho đối tác của bạn cảm thấy vui vẻ hơn và cũng cho thấy bạn là người lịch sự, chu đáo trong công việc.

Giao tiếp qua điện thoại giúp chúng ta rút ngắn được khoảng cách với gia đình, bạn bè, đồng nghiệp. Trong kinh doanh đó là một công cụ hỗ trợ đắc lực cho các cuộc thương lượng giữa các bên với nhau. Vì vậy, hãy luôn chuẩn bị tốt cho tất cả những cuộc gọi của bạn và nhớ hãy luôn niềm nở cả khi gọi và nhận cuộc gọi nhé, bởi thái độ tích cực sẽ giúp cho cuộc trò chuyện, trao đổi qua điện thoại được suôn sẻ, mang lại kết quả tốt đẹp cho cả hai bên.

B. CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP/THỰC HÀNH

1. Câu hỏi

1.1. Anh chị hiểu thế nào là giao tiếp bằng ngôn ngữ nói? Nêu những yếu tố giúp phát triển kỹ năng nói? Từ đó anh chị có suy nghĩ như thế nào trong việc rèn luyện bản thân?

1.2. Anh chị hãy trình bày những yếu tố giúp phát triển kỹ năng trình bày trước công chúng?

1.3. Anh chị hãy trình bày những yếu tố giúp phát triển kỹ năng dẫn dắt hội nghị?

2. Bài tập/Thực hành

2.1 Thuyết trình trước lớp

*** Hướng dẫn thực hiện:**

- Chuẩn bị: Giấy, bút, máy tính/điện thoại có kết nối Internet
- Thực hành theo nhóm: mỗi nhóm 2 sinh viên.
- Mỗi nhóm chuẩn bị 01 bài thuyết trình theo chủ đề tự chọn. Sau đó thực hiện bài thuyết trình trước lớp.

- Thời gian thực hiện:

- + Chuẩn bị nội dung: 60 phút

- + Thuyết trình: 3-5 phút

- Kết quả và tiêu chuẩn cần đạt được của bài thực hành:

- + Hoàn thành đúng thời gian

- + Phong cách thuyết trình tự tin

- + Giọng to rõ, lưu loát

2.2 Dẫn chương trình hoạt động ngoại khóa

*** Hướng dẫn thực hiện:**

- Chuẩn bị: Giấy, bút, máy tính/điện thoại có kết nối Internet
- Thực hành theo nhóm: mỗi nhóm 2 sinh viên.
- Mỗi nhóm chuẩn bị 01 kịch bản chương trình ngoại khóa. Sau đó thực hiện dẫn chương trình ngoại khóa đó.

- Thời gian thực hiện:

- + Chuẩn bị kịch bản: 60 phút

- + Thuyết trình: 5 -10 phút

- Kết quả và tiêu chuẩn cần đạt được của bài thực hành:

- + Hoàn thành đúng thời gian

- + Phong cách tự tin

- + Giọng to rõ, lưu loát

C. GHI NHỚ

Sự phát âm, khả năng diễn đạt và cách phát âm chính xác là 3 phẩm chất quan trọng và cần thiết để xây dựng, phát triển những thói quen nói chuyện một cách có hiệu quả.

Rèn luyện và phát triển kỹ năng nói hiệu quả sẽ giúp chúng ta tự tin hơn trong giao tiếp như: thuyết trình trước đám đông, chủ trì dẫn dắt cuộc họp, hội nghị, tự tin trả lời phỏng vấn.

CHƯƠNG 4. KỸ NĂNG VIẾT TRONG GIAO TIẾP

Mục tiêu:

- Biết cách soạn thảo một số bức thư: thư khiếu nại, thư thăm hỏi, thư chúc mừng, thư chào hàng...
- Biết cách soạn thảo và lưu trữ công văn
- Biết cách soạn thảo một số đơn từ: đơn xin việc, đơn khiếu nại...

A. NỘI DUNG

1. ĐẶC ĐIỂM GIAO TIẾP BẰNG NGÔN NGỮ VIẾT

- Sử dụng chữ viết để đưa ra thông điệp nhằm ấn định và xác lập các mối quan hệ trong giao tiếp.
- Ngôn ngữ viết được thể hiện qua chữ viết trong văn bản, hình thành một cách có chọn lọc kĩ càng, có suy nghĩ và cân chỉnh một cách cẩn thận.
- Từ ngữ trong ngôn ngữ viết được chỉnh sửa, thay thế và có độ chính xác cao. Trong khi trình bày lên văn bản mỗi người lại có một cách lựa chọn hệ thống ngôn ngữ khác nhau sao cho phù hợp nhất với mục đích người sử dụng. Qua đó tạo được phong cách độc đáo rất riêng cho mỗi người, tạo ấn tượng cho người đọc.
- Trong ngôn ngữ viết đặc biệt rất tránh sử dụng những từ tính khẩu ngữ, từ địa phương, tiếng lóng... Cấu trúc câu thì thường những câu đầy đủ nội dung và đúng về hình thức. Tránh câu dài dòng, xáo rỗng, những câu rút gọn mà làm mất nội dung khiến người đọc khó hiểu được.
- Trong ngôn ngữ viết thì được hỗ trợ cùng các hình ảnh, kí hiệu, sơ đồ, bảng biểu... góp phần làm sinh động và rõ nội dung hơn.

2. CÁC YẾU TỐ GIÚP VIẾT HIỆU QUẢ

- Trình tự của thông tin trình bày
- Từ ngữ sử dụng
- Sự chính xác của văn phạm.
- Đối tượng người đọc.
- Cách trình bày.

3. KỸ NĂNG VIẾT CÁC LOẠI THƯ TRONG GIAO TIẾP

Làm thế nào để diễn đạt ý tưởng thành một bức thư. Đối với nhiều người đây là bước cuối cùng và cũng là bước khó nhất. Có lẽ, một phần do họ đã “đốt cháy giai đoạn”, bắt tay ngay vào bước cuối cùng mà không quan tâm thích đáng tới các bước ban đầu, bao gồm:

- Phải khẳng định chắc chắn tất cả những gì cần phải viết trong bức thông điệp.

- Nhận định đâu là ý chính, đâu là ý phụ.
- Sắp xếp các ý tưởng theo một thứ tự thích hợp.

***Tầm quan trọng của việc tổ chức một lá thư**

Nhận định đâu là ý chính, đâu là ý phụ và sắp xếp chúng theo một thứ tự thích hợp thực ra là một phần trong quá trình phác thảo một lá thư. Nhìn chung, những ai không thích viết một lá thư, thì cũng chẳng mấy quan tâm tới việc phác thảo một bức thư. Nhưng chính giai đoạn chuẩn bị này lại hỗ trợ rất nhiều cho người viết.

- Nâng cao tính khúc chiết (giảm bớt các trường hợp để sơ sót các ý quan trọng và giữ lại những ý không cần thiết)
- Cho phép người viết tập trung cao vào một giai đoạn nhất định (Thông qua việc tập trung vào : các ý cần đưa vào, sự khác biệt giữa các ý chính và ý phụ, trình tự của các ý)
- Tiết kiệm thời gian viết và đọc chính tả
- Nâng cao hiệu quả tâm lý
- Cho phép người viết dễ dàng sắp xếp các ý cần phải nhấn mạnh hoặc không cần phải nhấn mạnh.

*** Làm thế nào để tổ chức một lá thư**

Trước khi bắt tay vào việc phác thảo một bức thư, chúng ta cần trả lời các câu hỏi sau:

- Ý trọng tâm của bản thông điệp này là gì ?
- Người đọc sẽ có phản ứng như thế nào về bản thông điệp ?
- Với dự đoán về phản ứng của người đọc như thế, chúng ta nên đặt ý trọng tâm ở đâu ? Ở đầu hay ở cuối của bản thông điệp ?

Hầu hết mọi lá thư sẽ khiến người đọc phản ứng theo bốn chiều hướng sau:

1. Vui, hài lòng
2. Không vui, không hài lòng.
3. Có quan tâm, nhưng không tỏ thái độ vui hay không vui.
4. Không quan tâm.

Tất cả các dạng thư đều sử dụng lối triển khai bắt đầu bằng ý chính và sau đó là các ý chi tiết. Với cách tổ chức này, chúng ta sẽ đạt được một số điểm có lợi như sau:

- 1.Chúng ta có thể viết câu đầu tiên với một sự ngập ngừng rất ít. Mỗi lần chuyển sang ý khác chúng ta đi theo hướng triển khai chi tiết một cách dễ dàng.
- 2.Ngay mở đầu thư chúng ta đã thu hút sự chú ý của người đọc.
- 3.Trong những bức thư báo tin vui chúng ta đặt người đọc vào một tâm trạng dễ chịu ngay từ đầu bức thư, và như vậy người đọc sẽ dễ dàng lĩnh hội các chi tiết cụ thể của bản thông điệp.

4. Tiết kiệm thời gian của người đọc. Mỗi lần gặp một ý quan trọng họ có thể nắm được các chi tiết cụ thể đi theo sau một cách nhanh chóng.

*** Bố cục của một bức thư thông thường bao gồm 5 phần:**

1. Tiêu đề: bao gồm địa chỉ, tên đường, thành phố...
2. Lời chào
3. Phần nội dung của bức thư
4. Phần kết thúc bức thư (lời chào)
5. Phần chữ ký

Khi viết một bức thư yêu cầu phải đảm bảo bố cục 5 phần trên. Tuy nhiên, ngoài việc tổ chức bố cục của thư, phần nội dung thư tùy thuộc vào yêu cầu và mục đích muốn truyền tải bức thư là gì để trình bày cho phù hợp.

Dưới đây là ví dụ mẫu một số bức thư:

Thư chúc mừng:

Thư chúc mừng năm mới



Thư mời

THƯ MỜI

TP. HCM, Ngày.....tháng.....năm 2012

Kính mời (Ông / Bà): _____

Lời đầu tiên, Thaco Kia xin gửi đến Quý khách hàng lời chúc sức khỏe và lời chào trân trọng.

Với mong muốn mang đến cho Quý khách hàng cơ hội trải nghiệm những tính năng độc đáo của các dòng xe do Thaco Kia sản xuất và lắp ráp: **SORENTO đẳng cấp, FORTE lịch lãm, CARENS tiện ích, MORNING năng động**, Thaco Kia tổ chức chương trình Test drive: **"TRẢI NGHIỆM KIA, NHẬN NHIỀU ƯU ĐÃI"**.

Thời gian : 08h00, thứ 7 ngày 12.05.2012

Địa điểm : Showroom KIA Phú Mỹ Hưng - 314 Nguyễn Văn Linh, Phường Bình Thuận, Quận 7, TP HCM

Để đăng ký tham gia, Quý khách hàng vui lòng liên hệ với **Mr. Ngọc Tuấn, số điện thoại 0933 805 289**, để Thaco Kia đón tiếp và phục vụ Quý khách hàng một cách tốt nhất.

ĐẶC BIỆT : Quý khách hàng sẽ được nhận ngay **Coupon trị giá 5 triệu đồng, phiếu kiểm tra xe miễn phí và tặng quà bóng chính thức của Euro 2012** khi mua xe Kia Sorento trong tháng 5 & 6 cùng nhiều quà tặng hấp dẫn khác khi tham gia chương trình.

Chúc Quý khách hàng sức khỏe, hạnh phúc và thành đạt.

Hân hạnh được đón tiếp và phục vụ Quý khách hàng.

Giám đốc Showroom



VÕ VĂN MINH



Thư xin việc



Nguyễn Phương Thảo

123 Nguyễn Công Trứ,
Thành phố Hồ Chí Minh

Ngày 20 tháng 5 năm 2015

Kính gửi: Bà Caroline Jones
Giám Đốc Nhân Hiệu
Công ty Golden Age

Thưa bà Jones,

Thông qua báo Tuổi Trẻ, tôi được biết Quý Công ty đang cần tuyển Trợ Lý Giám Đốc Nhân Hiệu. Tôi mong muốn được thử sức mình trong môi trường làm việc hết sức năng động của Quý Công ty. Với trình độ và kinh nghiệm hiện có, tôi tự tin có thể đảm nhiệm tốt vai trò này tại công ty Golden Age.

Như đã đề cập trong hồ sơ đính kèm, tôi có nhiều kinh nghiệm làm việc với các công ty sản xuất hàng tiêu dùng (FMCG) ở vị trí Nhân Viên Nhân Hiệu. Ngoài ra, tôi còn có kinh nghiệm về marketing trong suốt thời gian làm việc với công ty Java – chuyên kinh doanh các mặt hàng kỹ thuật cao như máy vi tính và điện thoại di động... Là một trong mười sinh viên tốt nghiệp hàng đầu của trường Đại Học Kinh Tế TP HCM, tôi hoàn toàn tự tin với vốn kiến thức về lĩnh vực thương mại của mình.

Thêm vào đó, tôi có một năm kinh nghiệm làm việc cho một công ty kinh doanh nước giải khát ở vị trí "chuyên viên phân tích nghiệp vụ" sau khi tốt nghiệp. Tôi tin rằng đó là những nền tảng quý báu có thể giúp tôi hiểu rõ và đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng của Quý Công ty.

Cám ơn bà đã dành thời gian quý báu để xem xét thư xin việc này. Tôi rất mong bà có thể sắp xếp một cuộc phỏng vấn trực tiếp gần đây nhất để tôi có thể trình bày rõ hơn về bản thân cũng như tìm hiểu thêm các yêu cầu chi tiết cho vị trí Trợ Lý Giám Đốc Nhân Hiệu của Golden Age.

Xin cảm ơn!

Trân trọng

Nguyễn Phương Thảo
(Xin vui lòng tham khảo hồ sơ xin việc đính kèm)

Thư chào hàng

THƯ CHÀO HÀNG

Tp Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2014

Kính gửi : Quý Công ty

Công ty TNHH Tân Kỳ xin gửi lời chào trân trọng đến quý Công ty.

Công ty chúng tôi được thành lập tháng 11 năm 2005, chuyên tư vấn giải pháp và cung cấp thiết bị **Điều khiển máy phát điện, Hòa đồng bộ máy phát điện**. Với đội ngũ nhân viên nhiều năm kinh nghiệm, chúng tôi sẽ mang đến cho quý Khách hàng dịch vụ bán hàng tốt nhất với giá cả cạnh tranh.

Công ty TNHH Tân Kỳ, nhà phân phối chính thức tại thị trường Việt nam, sản phẩm **Woodward – Thương hiệu của Mỹ**, được sản xuất tại Đức và các nước thành viên EU :

- Bộ điều khiển ATS : **DTSC-50, DTSC-200.**
- Bộ điều khiển máy phát điện : **EasyGen-300**
- Bộ hòa đồng bộ kinh tế : **EasyGen-2300, EasyGen-2500**
- Bộ hòa đồng bộ đa tính năng cao cấp : **EasyGen-3200, EasyGen-3500**
- Thiết bị Bảo vệ (Protection Relays): **HighProtec, ...**
- Bộ sạc **Accu tự động output 12VDC-24VDC 5A, 6A, 10A : CBI245A, CBI2410A, CBI126A.**

Mong quý Khách hàng ủng hộ và cho chúng tôi có cơ hội được phục vụ với những sản phẩm tốt nhất, cạnh tranh nhất.

Tham khảo sản phẩm của Công ty trên website : www.newtec.com.vn

Trân trọng kính chào quý Công ty.

TRẦN VŨ BÁ DUY

Sales Manager – 0983 864 081

4. GIAO TIẾP QUA CÔNG VĂN

Loại công văn in sẵn, dễ hiểu được coi là một loại thông điệp viết phổ biến hơn cả trong nhiều tổ chức. Sau các cuộc giao tiếp bằng miệng, mặt đối mặt, công văn có thể chuyển tải một khối lượng lớn những cuộc giao tiếp nội bộ và nó cũng là loại phương tiện giao tiếp được các giám đốc dùng nhiều nhất.

4.1. Các chức năng của công văn

- Công văn tránh sự bóp méo, xuyên tạc thông tin khi truyền miệng.
- Các hồ sơ văn bản có thể cất giữ và xem lại khi cần.

-Các bản thông điệp được viết ra sẽ đến với nhiều người và lượng thông tin chính xác như bản gốc. Tất nhiên, cách hiểu sẽ tùy thuộc vào nhận thức và nhu cầu của người nhận.

-Trách nhiệm cho các dự án và công việc được ấn định bằng văn bản, như vậy công văn trở thành công cụ kiểm soát của người quản lý.

-Để hỗ trợ cho việc ấn định trách nhiệm, công văn có thể dùng để khẳng định lại các công việc và thẩm tra hợp đồng giữa các bên, cung cấp tài liệu cho các buổi hội họp và thảo luận.

4.2. Các đặc tính của công văn

Để thực hiện các chức năng đã trình bày ở trên, công văn phải có những đặc tính sau :

-Có thứ tự, tổ chức một cách hợp lý

-Cách viết tự nhiên, thân mật

-Nội dung cần truyền đạt rõ ràng, ngắn gọn đủ ý.

-Có biểu đồ, bảng biểu minh họa khi cần thiết.

4.3. Thông tin bằng công văn

Các công văn thông tin hầu hết thường được dùng trong loại văn bản gửi đi trong phạm vi công ty và là loại văn bản dễ dàng soạn thảo nhất. Bạn chỉ cần suy nghĩ về nội dung của bản thông điệp cần soạn thảo, đưa ra một dòng nêu bật nội dung chính và thông báo những gì cần thông báo.

-Thông tin các chính sách và các quy định

-Thông tin lưu vào hồ sơ

-Thông tin thay đổi nhân sự

-Báo cáo bằng công văn

-Công văn mang tính chất thuyết phục.

4.4. Những hướng dẫn bổ ích khi soạn thảo công văn

Khi soạn thảo công văn, bạn cần chú ý một số điểm sau đây:

1. Phác thảo bức thông điệp trước khi bắt đầu viết

a. Bạn muốn gửi gắm điều gì qua bức thông điệp

b. Người đọc là ai ? Phản ứng của họ thế nào ? Họ có nhu cầu đặc biệt nào giống với nhu cầu của bạn ?

c. Lựa chọn cách trình bày trực tiếp hoặc gián tiếp.

2. Chuẩn bị một dòng đề tài tổng hợp nhất. Sử dụng từ ngữ sao cho đầy đủ nhất, thậm chí dài tới 2 dòng.

3. Luôn nhớ rằng tự bản thân bức thông điệp cũng phải làm cho người đọc hiểu được nội dung, không phụ thuộc vào dòng đề tài.

4. Nếu bạn định truyền tải một lượng thông tin đáng kể, trước hết bạn hãy xem liệu có thể trình bày theo dạng cột liệt kê hay bằng bảng biểu được không ?

5. Nếu bức thông điệp của bạn dài, thì có thể chia làm 2 phần. Sau đó sử dụng các tiêu đề nhấn mạnh và làm nổi bật.

6. Nếu bạn cần diễn đạt nhiều đề mục, nên đánh số hoặc chữ ở trước mỗi đề mục.

7. Khi soạn thảo công văn nên nhớ rằng bạn đang làm vì mục đích công việc, chứ không phải chỉ gây ấn tượng với người đọc.

4.5. Những yêu cầu và bố cục khi soạn thảo công văn

- *Yêu cầu khi soạn thảo công văn*

+ Mỗi công văn chỉ chứa đựng một chủ đề, nêu rõ ràng và thống nhất sự vụ để tạo điều kiện cho việc nghiên cứu, giải quyết. Viết ngắn gọn, xúc tích, rõ ràng, ý tưởng sát với chủ đề.

+ Công văn là tiếng nói chung của cơ quan chứ không phải của riêng cá nhân nào, dù là thủ trưởng. Vì vậy, nội dung chỉ nói đến công vụ, ngôn ngữ chuẩn xác, nghiêm túc, có sức thuyết phục cao, không dùng ngôn ngữ mang màu sắc cá nhân, hoặc trao đổi những việc mang tính riêng trong công văn.

- *Xây dựng bố cục một công văn:* Công văn thường có các yếu tố sau: (1) địa danh và thời gian gửi công văn; (2) tên cơ quan chủ quản và cơ quan ban hành công văn; (3) chủ thể nhận công văn; (4) số và ký hiệu công văn; (5) trích yếu nội dung công văn; (6) chữ ký, đóng dấu (7) nơi nhận.

Ví dụ mẫu công văn đề nghị thanh toán của công ty luật DRAGON

CÔNG TY LUẬT DRAGON CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
VĂN PHÒNG LUẬT SƯ HÀ NỘI Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số ____/LSHN
20.....V/v⁽¹⁾

Hà Nội, ngày tháng năm

Kính gửi:⁽²⁾

Căn cứ⁽³⁾ ;
Căn cứ ,
Nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho⁽⁴⁾

Hiện nay⁽⁵⁾ Tình hình này ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động của Trung tâm Dịch vụ và Chuyển giao công nghệ.

Để giải quyết vấn đề trên, Công ty luật Dragon dự kiến⁽⁶⁾ và đề nghị⁽⁷⁾

Vậy Trung tâm Dịch vụ và Chuyển giao công nghệ kính đề nghị⁽²⁾ xem xét và quan tâm giải quyết, giúp đỡ.

Trân trọng kính chào./.

GIÁM ĐỐC

(Ký, ghi rõ họ tên, đóng dấu)

Nơi nhận:

-
-
- Lưu: VT.

B. CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP/THỰC HÀNH

1. Câu hỏi

1.1 Trình bày một số đặc điểm của ngôn ngữ viết

1.2 Để rèn luyện kỹ năng viết hiệu quả, cần chú ý đến những yếu tố nào ?

2. Bài tập/Thực hành

2.1 Thực hành viết một số mẫu đơn thông dụng (đơn xin nghỉ phép, đơn xin việc, đơn khiếu nại)

* Hướng dẫn thực hiện

- Chuẩn bị : giấy A4, bút

- Chia nhóm: mỗi nhóm 2 sinh viên

- Cách thực hiện : GV đưa ra tình huống. Các nhóm thực hành viết mẫu đơn theo tình huống cho sẵn

- Thời gian thực hiện : 45 phút

- Kết quả và tiêu chuẩn đánh giá bài thực hành :

+ Hoàn thành đúng thời gian

+ Viết đúng mẫu đơn theo quy định

2.2 Thực hành viết một số mẫu thư thông dụng (thư chào hàng, thư xin việc, thư mời)

* Hướng dẫn thực hiện

- Chuẩn bị : giấy A4, bút

- Chia nhóm: mỗi nhóm 2 sinh viên

- Cách thực hiện : GV đưa ra tình huống. Các nhóm thực hành viết mẫu thư theo tình huống cho sẵn

- Thời gian thực hiện : 45 phút

- Kết quả và tiêu chuẩn đánh giá bài thực hành :

+ Hoàn thành đúng thời gian

+ Bố cục và nội dung phù hợp

C. GHI NHỚ

Để phát triển và rèn luyện kỹ năng viết hiệu quả cần chú ý các yếu tố sau: Trình tự của thông tin trình bày; Từ ngữ sử dụng; Sự chính xác của văn phạm; Đối tượng người đọc; Cách trình bày.

CHƯƠNG 5. NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP KHI XIN VIỆC LÀM & GIAO TIẾP NƠI CÔNG SỞ

Mục tiêu:

- Hiểu được quy trình xin việc làm
- Biết cách chuẩn bị một bộ hồ sơ xin việc làm
- Biết cách viết sơ yếu lý lịch và đơn xin việc làm
- Nắm được các quy định và cách trả lời các câu hỏi khi tham gia trả lời phỏng vấn xin việc làm.
- Biết cách giao tiếp tại môi trường làm việc.

A. NỘI DUNG

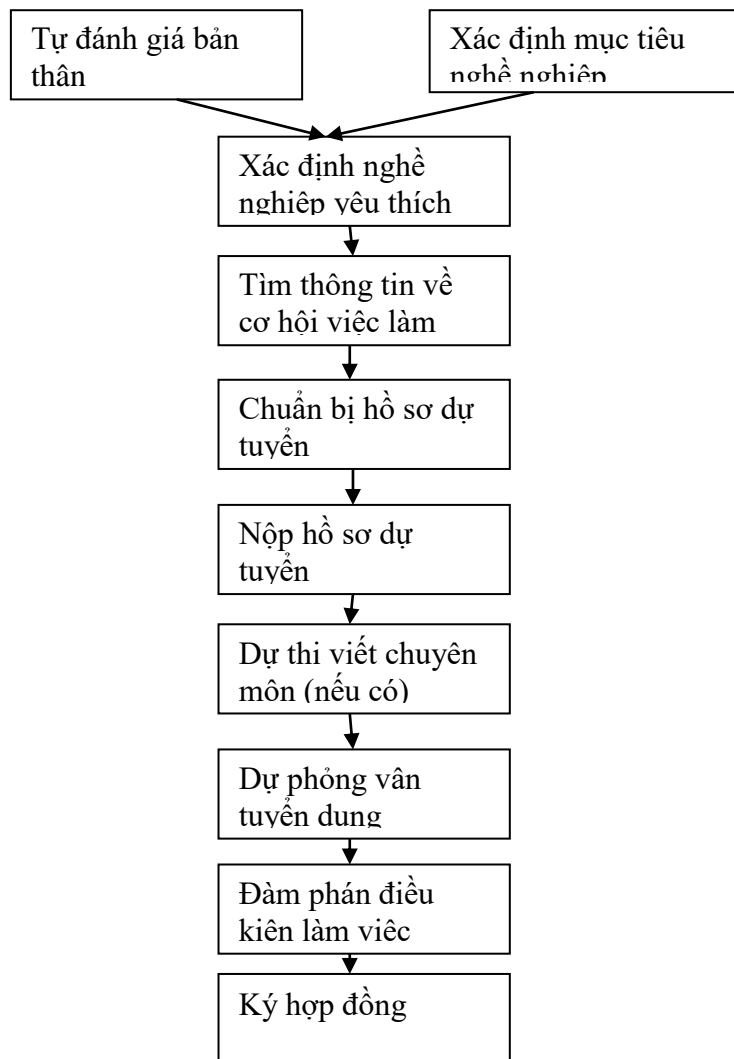
1. NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP KHI XIN VIỆC LÀM

Được hỏi “làm thế nào để một người trở thành nhà tỷ phú”, một nhà tài chính Mỹ đã trả lời: “Điều đó thật dễ. Chỉ cần tìm đúng người làm việc cho bạn và đứng tránh sang một bên”

Với người xin việc, điều quan trọng có lẽ tìm được đúng nghề. Còn đối với ông chủ điều quan trọng hơn lại là tìm được đúng người. Do việc tìm đúng người rất quan trọng, nên các công ty luôn sẵn sàng chi thật nhiều tiền cho việc tuyển dụng. Họ trả lương cho những người làm công tác phỏng vấn, trả tiền cho các dịch vụ quảng cáo tìm người... Tất cả chỉ vì họ muốn “chọn mặt để gửi vàng”

1.1. Tìm hiểu về quá trình xin việc làm

Một cách khái quát quá trình xin việc làm của một người được khái quát theo sơ đồ sau:



Sơ đồ 6.1. Quá trình xin việc làm

1.2. Chuẩn bị bản tóm tắt lý lịch

Một hồ sơ xin việc làm thông thường gồm có 2 phần: thư xin việc và bản tóm tắt lý lịch.

***Bắt đầu bằng bản tóm tắt lý lịch**

Mặc dù thư xin việc được xem trước tiên, song nó lại được viết sau bản tóm tắt lý lịch. Việc soạn thảo bản tóm tắt lý lịch sẽ giúp bạn có những ý tưởng và trình tự để viết một lá thư xin việc. Trong quá trình tuyển chọn, buổi phỏng vấn có tính chất quyết định hơn cả, nhưng nếu vòng sơ tuyển trên giấy tờ mà bạn đã bị loại rồi thì đâu còn có dịp để mà phỏng vấn. Do vậy, thư xin việc và bản tóm tắt lý lịch cũng hết sức quan trọng.

Một bản lý lịch tốt là một bản lý lịch, trên đó :

- Gửi đi một lượng thông tin vừa đủ
- Biết nhấn mạnh những điểm quan trọng.

Có hai kiểu tóm tắt lý lịch:

- +Tóm tắt lý lịch theo trình tự thời gian

+Tóm tắt lý lịch theo chức năng

Do mục đích chủ yếu của bản tóm tắt lý lịch là được chọn mời phỏng vấn, nó không thể trình bày một bức tranh hoàn chỉnh về một cá nhân. Chúng ta không nên đưa ra một số vấn đề đặc biệt sau trong bản tóm tắt lý lịch:

- Mức lương của công việc hiện tại
- Những hạn chế về tuổi tác và hình thể
- Bị sa thải khỏi một công ty trước đây.

Do tính chất quan trọng của bản tóm tắt lý lịch trong giai đoạn sơ tuyển , nên lỗi về văn phạm, từ ngữ, phép chấm câu là không thể tha thứ được.

Hầu như bản tóm tắt lý lịch sẽ không chuyển tải đầy đủ những gì mà ông chủ cần biết trước khi giao việc. Các ứng viên muốn trúng tuyển còn phải làm thêm 1 đơn xin việc.

1.3. Chuẩn bị đơn xin việc

Việc trình bày đơn xin việc một cách đầy thuyết phục khiến cho người tuyển dụng muốn tìm hiểu kỹ hơn về người viết đơn bằng cách xem tiếp bản tóm tắt lý lịch của người ấy. Các ý tưởng trong một đơn xin việc có hiệu quả thường theo một trình tự sau:

- Phần mở đầu đơn phải xác định rõ đây là lá đơn xin việc được dự tuyển vào một chức vụ, công việc cụ thể nào đó.
- Một hoặc nhiều đoạn kế tiếp phải làm nổi bật những điểm sẽ nhấn mạnh trong bản tóm tắt lý lịch.
- Phần kết luận đưa ra thiện chí của từng ứng viên được mời phỏng vấn.

1.4. Phát triển kỹ năng phỏng vấn khi xin việc làm

1.4.1. Chuẩn bị cho cuộc phỏng vấn

* Hiểu rõ công ty tuyển dụng

Để hiểu rõ công ty tuyển dụng. Bạn có thể tìm thông tin ở:

- Thư viện
- Các đề tài nghiên cứu, chuyên đề nghiên cứu, khóa luận tốt nghiệp về công ty
- Truy cập internet
- Vào trang chủ của công ty
- Đến hỏi tại công ty
- Đến hiệp hội các doanh nghiệp
- trò chuyện với những người hiểu về công ty.

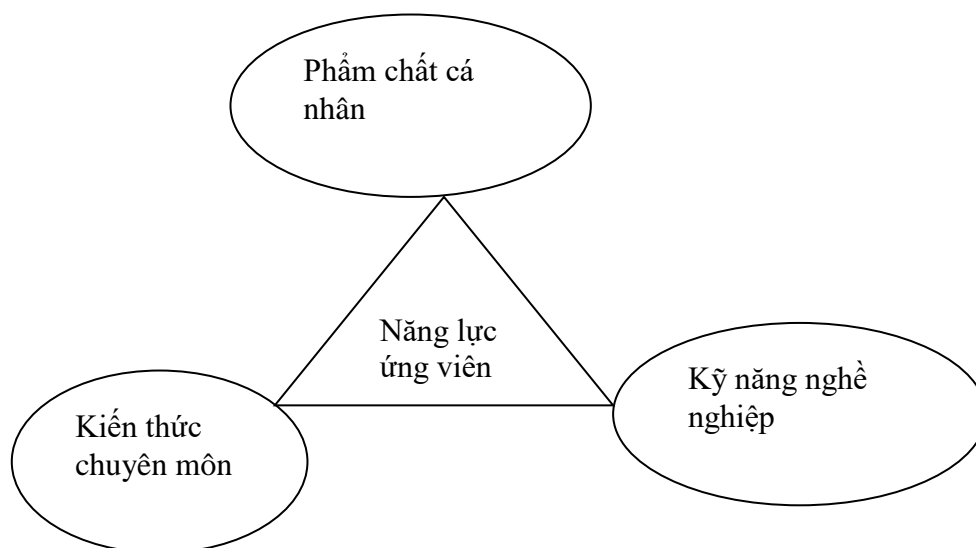
* Hiểu rõ về công việc sẽ dự tuyển

Để hiểu rõ về công việc sẽ dự tuyển bạn có thể làm các cách sau:

- Nói chuyện với người quen đang làm việc tại công ty
- Nói chuyện với những người quen khác đang làm những công việc tương tự tại công ty khác

* Tự đánh giá bạn trên quan điểm công ty đang tuyển dụng

Đứng về phía nhà tuyển dụng, họ đánh giá ứng viên dựa vào 3 căn cứ sau:



Hình 5.2. Các tiêu chí đánh giá năng lực ứng viên

Trong 3 yếu tố yêu cầu về kiến thức chuyên môn và năng lực nghề nghiệp là yếu tố quan trọng nhất. Tuy nhiên, quyết định tuyển dụng hay không tuyển dụng lại căn cứ vào phẩm chất cá nhân.

Yêu cầu về kiến thức chuyên môn và kỹ năng nghề nghiệp thể hiện rất rõ ràng qua bảng điểm, bằng cấp và quá trình làm việc của bạn. Tuy nhiên, phẩm chất cá nhân lại khá khó đánh giá. Chính vì vậy công ty trong cuộc phỏng vấn dành rất nhiều câu hỏi để phỏng vấn về phẩm chất cá nhân của bạn.

* Dự đoán những câu mà nhà tuyển dụng sẽ hỏi

Bạn nên đoán những câu hỏi mà nhà tuyển dụng sẽ hỏi và dành thời gian để trả lời chúng. Bạn có thể tham khảo những câu hỏi nhà tuyển dụng sẽ hỏi trong các phần dưới đây.

* Luyện tập thật nhiều

Bạn có thể luyện tập với bạn bè và người thân của bạn. Bạn cũng có thể đứng trước gương, thu âm và phát nghe lại những gì bạn đang làm. Từ đó rút ra kinh nghiệm cho phỏng vấn.

* Biết được những gì bạn cần hỏi

Trong cuộc phỏng vấn thay vì bạn ngồi thụ động trả lời những câu hỏi của người phỏng vấn đặt cho bạn. Bạn nên hỏi người phỏng vấn những gì bạn chưa hiểu hoặc chưa biết. Điều này làm cho bạn hiểu nhiều về công ty hơn và tránh bạn rơi vào tình thế bị động

* Chuẩn bị ngoại hình cho buổi phỏng vấn

Trong buổi phỏng vấn, ngoại hình bên ngoài là cái gây ấn tượng đầu tiên cho nhà tuyển dụng. Chính vì vậy bạn nên chuẩn bị cho mình một ngoại hình

phù hợp. Dưới đây là một số lời khuyên cho bạn khi chuẩn bị ngoại hình khi đi phỏng vấn:

Ân tượng bên ngoài

Trước nhà tuyển dụng, bạn cần thể hiện một hình ảnh gọn gàng, sạch sẽ và có khiếu thẩm mỹ. Các lời khuyên bổ ích là:

- **Tóc:** nên gọn gàng. Nam hớt ngắn, nữ nếu để tóc dài thì buộc hoặc kẹp gọn gàng ra phía sau.
- **Râu:** nên cạo sạch sẽ, nếu để râu thì phải cắt, tỉa cẩn thận.
- **Móng tay:** cắt ngắn sát và đều. Nam tuyệt đối không để móng tay dài. Bạn nữ nên tránh dùng các màu sơn móng tay quá chói mắt.

Ăn mặc đối với bạn nam

- **Quần:** nên mặc quần vải hoặc quần kaki, không mặc quần Jeans hoặc các loại quần đi chơi khác. Vải quần nên chọn màu sậm hoặc sáng, nhưng không chọn các màu lòe loẹt. Quần cần được cắt may theo kiểu lịch sự.
- **Áo:** chỉ nên mặc áo sơ mi, không mặc các loại khác. Nếu mặc quần màu nhạt thì áo màu sậm, nếu quần màu sậm thì áo màu nhạt. Không mặc áo sơ mi không cổ, hoặc có trang trí lạ mắt.
- **Cà vạt:** dùng màu nhã, khổ vừa phải. Không dùng loại có màu quá tối, có hoa văn màu mè hoặc lập dị. Nên thắt cà vạt khi đi phỏng vấn, dù cho bạn cảm thấy không quen với việc này, vì nó tạo cho bạn hình ảnh nghiêm túc.
- **Giày:** dùng kiểu giày tây bình thường, màu đen hoặc nâu, không dùng giày thể thao hoặc dép. Giày được đánh bóng cẩn thận, buộc dây gọn gàng.
- **Dây nịt (thắt lưng):** nên chọn cùng tông màu với màu giày. Không dùng các loại đầu dây nịt “hâm hớ”, chạm trổ cầu kỳ.
- **Vớ:** chú ý chọn màu phù hợp với màu giày và màu quần.
- **Đồng hồ:** nên dùng loại cổ điển.
- **Đồ trang sức:** Không nên đeo, trừ khi đó là nhẫn cưới.
- **Cặp da:** màu nâu, đen hoặc đỏ bordeaux. Không dùng cặp quá to so với vóc dáng của bạn.

Ăn mặc đối với bạn nữ

- **Quần áo:** không nên mặc áo dài, vì loại áo này may bó, có thể làm bạn cảm thấy ngột ngạt khi ngồi phỏng vấn lâu trong tâm trạng căng thẳng. Có thể chọn váy dài, veston công sở hoặc đồ kiêu. Nên chọn các tông màu hợp với màu da của bạn. Quần áo may kiểu hợp thời trang nhưng giản dị và lịch sự. Tuyệt đối không ăn mặc hở hang.
- **Giày:** không mang giày thể thao, giày dạ vũ, giày biểu diễn thời trang và cũng không mang giày có đế quá cao.
- **Vớ:** nên chọn màu vớ gần giống với màu da tự nhiên (“vớ da người”).

*** Các khâu chuẩn bị khác**

- Nếu địa điểm phỏng vấn ở xa bạn nên dành thời gian đi tìm khách sạn để chủ động sắp xếp thời gian đến kịp buổi phỏng vấn.
- Nên đến sớm trước cuộc phỏng vấn 20-30 phút để chuẩn bị cho phỏng vấn.
- Mang theo ít tiền để phòng đôi khi có phát sinh chi phí
- Quần áo, giày dép nên chuẩn bị sẵn trước
- Mang theo một số vật dụng: Một bản sao bộ hồ sơ, một cuốn sổ, một cây bút, điện thoại, một tấm bản đồ.
- Không thức khuya hoặc uống rượu trước ngày phỏng vấn.

1.4.2. Các vòng phỏng vấn

*** Vòng phỏng vấn sàng lọc**

Sau khi qua vòng hồ sơ, có thể vẫn còn rất nhiều ứng viên. Vì vậy, công ty sẽ tiến hành vòng phỏng vấn đầu tiên để loại ra các ứng viên không đủ trình độ hoặc các kỹ năng nghề nghiệp cơ bản cho công việc. Về cách thức, vòng phỏng vấn này có thể thực hiện bất ngờ qua điện thoại, hoặc cũng có thể gặp mặt trực tiếp có hẹn trước.

Lời khuyên:

- Nếu chuyên gia tuyển dụng gọi đến bất ngờ khi bạn chưa sẵn sàng trả lời, hãy hẹn lại khi khác. Tốt nhất là hẹn thời gian để bạn chủ động gọi lại. Điều này vừa tránh bất lợi cho bạn, vừa chứng tỏ sự chuyên nghiệp của bạn trong công việc.
- Nên giữ thái độ nghiêm chỉnh trong khi trả lời (cho cả các vòng phỏng vấn sau nữa);
- Vòng phỏng vấn này tập trung vào trình độ chuyên môn và các kỹ năng nghề nghiệp chứ không phải các phẩm chất cá nhân. Vì vậy, hãy tập trung vào các điểm mạnh về chuyên môn và kỹ năng.
- Trong cuộc phỏng vấn, cần bộc lộ sở thích và nhiệt tình của bạn đối với công việc;
- Nhớ hỏi tên và chức vụ người phỏng vấn mình (thường là người của phòng nhân sự). Sau đó, nên viết thư cảm ơn người phỏng vấn.
- Nên hỏi thông tin về vòng phỏng vấn tiếp theo.

*** Vòng phỏng vấn chọn người**

Mục đích của vòng phỏng vấn này là chọn được các ứng viên thực sự phù hợp với công ty và vị trí cần tuyển.

Lời khuyên:

- Vòng phỏng vấn này thường được thực hiện bởi thủ trưởng tương lai của bạn, vì vậy cần trả lời thật trọng.
- Ông/bà ta thường hỏi chuyên sâu về trình độ chuyên môn và các kỹ năng nghề nghiệp của bạn. Hãy giải thích thêm mà không lặp lại những gì đã viết trong đơn xin việc và lý lịch cá nhân. Cần làm nổi bật những ưu điểm về chuyên môn của bạn và chứng tỏ chúng tương thích với đòi hỏi của công việc dự tuyển. Ngoài ra, bạn cũng cần thể hiện được khát vọng nghề nghiệp và sự nhiệt tình với công việc dự tuyển.
- Tuy nhiên, phẩm chất cá nhân của bạn mới là thông tin được khai thác nhiều nhất ở vòng này. Người phỏng vấn có thể tạo ra bầu không khí thân mật bằng cách trò chuyện “ngoài lề” để bạn bộc lộ ra các điểm yếu cũng như tính cách thật của mình. Vì vậy, hãy tinh táo, đừng sa vào “cái bẫy thân mật” của họ.
- Sau khi kết thúc cuộc phỏng vấn, hãy viết thư cảm ơn người phỏng vấn, dù bạn có được vào vòng tiếp theo hay không.

*** Vòng phỏng vấn xác nhận**

Đến vòng này, 99% bạn sẽ được tuyển. Giờ đây, giám đốc sẽ trực tiếp nói chuyện với bạn để kiểm tra lại kết quả phỏng vấn. Trong hầu hết trường hợp, đây chỉ là bước thủ tục nên ít khi loại thêm ứng viên.

Lời khuyên:

- Giám đốc sẽ không kiểm tra chuyên môn của bạn nữa, vì yếu tố này đã được kiểm tra hai lần rồi. Thay vì vậy, ông/bà ta sẽ trò chuyện về mục tiêu nghề nghiệp, về động cơ làm việc và các vấn đề khác liên quan đến phẩm chất cá nhân của bạn. Bạn không nên kéo dài thời gian phỏng vấn, vì càng để lâu bạn càng có nguy cơ bộc lộ điểm yếu.
- Chú ý bộc lộ sự nhiệt tình với công việc và mong muốn đóng góp của bạn vào sự phát triển của công ty.
- Tương tự như hai vòng trước, sau khi kết thúc cuộc phỏng vấn, hãy viết thư cảm ơn người phỏng vấn.

1.4.3. Các hình thức phỏng vấn

- Phỏng vấn qua điện thoại
- Phỏng vấn theo nhóm
- Phỏng vấn căng thẳng
- Phỏng vấn trong bữa ăn
- Phỏng vấn hành vi
- Phỏng vấn tình huống

1.4.4. Nghệ thuật trả lời phỏng vấn

*** Bắt đầu cuộc phỏng vấn**

Cuộc phỏng vấn bắt đầu ngay từ khi bạn bước chân vào tòa nhà nơi phỏng vấn. Dù bạn chưa gặp mặt người phỏng vấn, có thể anh/chị ta đang quan sát bạn từ xa thông qua một tấm kính 2 chiều. Trong khi chờ đến giờ phỏng vấn, bạn hãy:

- Tò ra thoải mái, tự tin, có thể trò chuyện về những vấn đề “vô thưởng vô phạt” với những người xung quanh. Không bao giờ đề cập tới các chủ đề chính trị, tôn giáo và sắc tộc; không đưa ra nhận định gì về công ty và nhân viên công ty;
- Mỉm cười với mọi người khi họ nhìn bạn
- Để tránh buồn chán, bạn có thể lấy hồ sơ xin việc ra xem lại, hoặc đem theo một tờ báo để đọc;

Khi gặp người phỏng vấn:

- **Chào hỏi:** nhớ đứng lên chào, nhưng để anh/chị ta chủ động trong việc bắt tay. Cái bắt tay của bạn có lực vừa phải để tạo cảm giác thân thiện, không được quá chặt (thể hiện sự vồ vập) hoặc quá lỏng (thể hiện sự hời hợt, kém tự tin). Không bắt bằng cả hai tay.
- **Ngồi:** khoan ngồi xuống cho đến khi được chỉ chỗ và mời ngồi. Nếu người phỏng vấn quên, có thể hỏi “*Tôi có thể ngồi ở đâu được ạ?*”.
- **Nước uống:** chấp nhận ly cà phê nếu được mời; không đòi hỏi thứ nước uống khác nếu không nghe kể tên; cứ uống tự nhiên để cho thấy sự tự tin và thoải mái của bạn;
- **Cặp:** để lên sàn nhà, dựa vào ghế ngồi của bạn; không để cặp lên bàn;
- Không nhận xét, đánh giá gì về công ty và nhân viên công ty, đặc biệt là về người phỏng vấn. Nếu bạn khen người phỏng vấn (về cách ăn mặc chẳng hạn), chưa chắc điều đó đã tốt, vì nó có thể làm người ta nghĩ rằng bạn là người hay xu nịnh. Ngược lại, nếu lỡ miệng chê bai thì xem như cuộc phỏng vấn của bạn đã kết thúc sớm;
- Để người phỏng vấn dẫn tới phòng phỏng vấn, không tự đi trước dù bạn có biết chỗ.

*** Trong cuộc phỏng vấn**

- Tư thế khi trả lời phỏng vấn

- **Tư thế ngồi:** ngồi thẳng lưng ở giữa ghế, tỏ ra thoải mái; không tựa ngực vào bàn, hoặc tựa lưng vào ghế ngồi, vì trông bạn có vẻ thiếu sinh lực;
- **Tay:** để thả lỏng trên đùi hoặc trên bàn; không khoanh tay, bắt chéo hai nắm tay trước ngực hay chống tay lên bàn; không mân mê các đồ vật cũng như bấm cây viết;
- **Chân:** tốt nhất thả lỏng và giữ yên, đùi dọc theo ghế ngồi; không ngồi đong đưa chân; không nhịp, gõ chân xuống nền nhà; có thể bắt chéo chân, nhưng không nên lạm dụng;
- **Mắt:** hướng tầm nhìn về phía người phỏng vấn, cố gắng giao lưu bằng mắt song không nên nhìn chằm chằm;

- Những điều nên làm khi trả lời phỏng vấn

- Nếu gặp câu hỏi khó, hãy xin thêm thời gian suy nghĩ, đừng hấp tấp trả lời kéo dài vào tình trạng bối rối;
- Hãy hỏi lại hoặc nhờ người phỏng vấn giải thích thêm nếu nghe không rõ hoặc chưa hiểu rõ câu hỏi;
- Nếu nói sai, hãy nhanh chóng xin lỗi. Tuy nhiên, nên hạn chế số lần xin lỗi, vì nói nhiều từ này cho thấy bạn không tự tin;
- Đặt câu hỏi vào thời điểm thích hợp để tạo ra không khí đối thoại, thể hiện sự chủ động của bạn;
- Cố gắng phán đoán phản ứng của người phỏng vấn về các câu trả lời của bạn để có sự điều chỉnh thích hợp;

- Ghi chú những dữ kiện đã nghe
- Ngăn gọn và tập trung
- Dùng ví dụ minh họa
- Tỏ thái độ tích cực
- Luôn bám vào nhu cầu của công ty, không bám vào cái mà bạn có
- Tối đa hóa điểm mạnh

*** Những điều nên tránh khi trả lời phỏng vấn:**

- Không sử dụng điện thoại và đồng hồ báo giờ trong suốt cuộc phỏng vấn;
- Không ngắt lời người phỏng vấn. Hành vi này cho thấy sự thiếu tôn trọng người nói, cho thấy bạn là người nóng vội;
- Không có tình lấn lướt người phỏng vấn; cố gắng tạo thế chủ động để hai bên thành đối tác của nhau không có nghĩa là bạn phải giành quyền điều khiển với người phỏng vấn;
- Không lý sự hay tranh cãi tay đôi với người phỏng vấn, ngay cả khi họ vô tình hay cố ý mắc sai lầm. Chỉ ra sai lầm của anh/chị ta lúc đó không có lợi gì cho bạn;
- Không để nhiều giấy tờ không cần thiết trong chiếc cặp mang theo, chỉ đem đi những giấy tờ liên quan trực tiếp đến cuộc phỏng vấn; bạn sẽ rất khó khăn khi cần tìm một loại giấy tờ giữa một đống giấy lộn xộn;
- Không tự tin, đánh giá thấp bản thân;
- Không tự cao, tỏ ra “ta đây hơn người” và công ty nhất định phải tuyển mình nếu muốn tồn tại! Thái độ này sẽ gây khó chịu cho bất cứ ai nói chuyện với bạn, nên người ta sẽ nhanh chóng bỏ qua bạn;
- Khi đàm phán về lương bổng, đừng làm cho người phỏng vấn có cảm giác bạn chỉ nghĩ đến tiền;
 - Không hỏi những câu cho thấy sự thiếu tự tin như “*Theo anh/chị, triển vọng của tôi thế nào?*”;
 - Không nhìn đồng hồ đeo tay hoặc đồng hồ treo tường.

*** Các câu hỏi thường gặp khi trả lời phỏng vấn**

- Các câu hỏi tổng quát

Đây là nhóm câu hỏi mở đầu cuộc phỏng vấn, giúp người phỏng vấn có cái nhìn khái quát về ứng viên và định hướng những vấn đề mà người phỏng vấn nên hỏi ở phần tiếp theo. Các câu hỏi thông dụng là:

- *Hãy tự giới thiệu về bạn;*
- *Hãy cho chúng tôi biết một chút về bạn;*

Bạn hãy cố gắng tự giới thiệu đầy đủ các điểm chính về mình trong vòng 1-2 phút (lý tưởng nhất là khoảng 1 phút). Muốn thực hiện tốt yêu cầu này, bạn cần chuẩn bị và tập luyện trước ở nhà. Các nội dung nên trình bày là:

- **Thông tin cá nhân:** họ tên, năm sinh, trình độ học vấn;
- **Trình độ học vấn:** chỉ nói về bằng cấp cao nhất; nên kể thêm các chứng chỉ nghề nghiệp;
- **Mục tiêu nghề nghiệp:** đối với sinh viên mới tốt nghiệp, đây là phần quan trọng. Bạn cần thể hiện mối quan hệ logic giữa trình độ học vấn và mục tiêu nghề nghiệp, sau đó đề cập đến kinh nghiệm làm việc bán thời gian (phần tiếp theo) như là ví dụ chứng minh cho mối liên hệ đó.
- **Kinh nghiệm làm việc:** đối với sinh viên mới tốt nghiệp, cần chú trọng đề cập những việc làm bán thời gian đã từng làm để bù đắp phần thiếu hụt kinh nghiệm làm việc;
- **Các phần thưởng, thành tựu và kỹ năng:** chỉ cần nêu một vài phần thưởng và thành tựu quan trọng nhất, qua đó nêu được các kỹ năng của bạn.

Các thông tin này nên được trích từ bản lý lịch cá nhân mà bạn đã nộp công ty để tạo ra sự nhất quán. Tuy nhiên, bản lý lịch bao gồm nhiều nội dung, ở đây bạn chỉ cần trình bày những nội dung quan trọng nhất.

- *Các công việc về sự phù hợp giữa ứng viên với công việc*

Ở đây, người phỏng vấn muốn biết những điểm mạnh, điểm yếu cũng như sự phù hợp giữa ứng viên với công việc. Các câu hỏi thông dụng là:

- *Tại sao chúng tôi nên tuyển anh/chị?*
- *Những ưu điểm của anh/chị so với người khác là gì?*
- *Ưu điểm lớn nhất của anh/chị là gì?*
- *Những nhược điểm của anh/chị là gì?*
- *Nhược điểm lớn nhất của anh/chị là gì?*
- *Công việc này có điểm nào làm anh/chị hứng thú?*
- *Theo anh/chị, những điểm gì làm nên sự thành công trong công việc này?*

Hãy nhớ lại nguyên tắc “luôn bám vào nhu cầu của công ty” và “tối đa hóa điểm mạnh” đã được trình bày ở trên. Đây chính là lúc bạn bộc lộ tất cả những ưu điểm của mình và chứng minh rằng mình là người thực sự phù hợp với công việc dự tuyển và với công ty. Đừng quên dùng các ví dụ để chứng minh, làm tăng sức thuyết phục cho lời nói của mình.

- *Các câu hỏi về sự nhiệt tình và quan tâm đến công việc dự tuyển*

Các câu hỏi thông dụng nhất là

- *Tại sao anh/chị muốn làm việc cho công ty chúng tôi?*
- *So với các công ty khác, chúng tôi có điểm gì làm anh/chị thích thú?*

Bạn đừng trả lời các câu hỏi này một cách chung chung, vì sẽ làm cho người phỏng vấn nghĩ rằng bạn không nhiệt tình và thực sự quan tâm đến công việc dự tuyển. Bạn nên trình bày ý kiến cụ thể bằng cách so sánh công ty với một vài công ty về các vấn đề: tầm nhìn, chiến lược kinh doanh, triết lý, chính sách nhân sự, môi trường làm việc cạnh tranh...

- *Các câu hỏi về tham vọng và mục tiêu thực tiễn*

* *Ước mơ/ hoài bão của anh/ chị là gì*

* *Mục tiêu dài hạn của anh/ chị là gì*

* *Anh chị sẽ làm gì vào thời điểm 5 năm sau*

* *Anh/ chị định gắn bó với chúng tôi trong bao lâu?*

Khi tuyển nhân viên, công ty nào cũng muốn tuyển được người đáp ứng được yêu cầu công việc trước mắt, có tiềm năng phát triển trong tương lai, đồng thời sẽ gắn bó lâu dài với công ty. Do vậy, bạn cần thể hiện được tham vọng, nhưng cũng phải cho thấy sự trung thành với công ty. Lưu ý:

- Đừng đề cập trực tiếp đến yếu tố tiền bạc; thay vì vậy, hãy trả lời căn cứ vào mục tiêu nghề nghiệp của bạn và mục tiêu phát triển của công ty;
- Đừng bộc lộ điều gì làm sếp tương lai của bạn nghĩ rằng bạn sẽ giành lấy vị trí của anh/chị ta.

- *Các câu hỏi về phân tích và giải quyết vấn đề*

- *Hãy kể về một khó khăn mà anh/chị đã gặp và nêu cách anh/chị đã dùng để vượt qua nó;*
- *Vấn đề khó khăn nhất mà anh/chị từng gặp là gì? Anh/chị đã vượt qua nó như thế nào?*
- *Điều gì là khó chịu nhất trong công việc gần đây nhất của anh/chị?*

Đây là các câu hỏi khó nên bạn cần chuẩn bị trước câu trả lời.

- *Các câu hỏi về tính cách và phẩm chất cá nhân*

- *Anh/chị có bao giờ gặp rắc rối với sếp hoặc đồng nghiệp cũ chưa? Hãy nêu cách giải quyết của anh/chị?*
- *Hãy nói một chút về người tồi tệ nhất mà bạn từng gặp.*
- *Bạn cảm thấy khó làm việc với loại người nào?*
- *Tại sao bạn lại rời bỏ công việc cũ?*

Đây là những câu được hỏi thường xuyên nhất trong những buổi phỏng vấn. Chúng cũng được xếp vào loại khó trả lời nhất, dẫn đến kết quả là người được phỏng vấn sẽ bị loại nếu đưa ra lời giải thích không khéo. Cách tốt nhất là phải thể hiện quan điểm tích cực về công việc cũ, không than phiền gì về công ty, sếp, đồng nghiệp hay công việc cũ. Nếu bạn nói xấu công ty cũ, người ta sẽ suy đoán rằng đến một lúc nào đó bạn sẽ quay sang nói xấu công ty hiện tại! Bạn nên hướng câu trả lời vào các thách thức nghề nghiệp hoặc mong muốn phát triển nghề nghiệp của bạn.

Câu hỏi để kiểm tra mức độ năng động của bạn:

- *Bạn thích làm người lãnh đạo hay nhân viên?*

Với câu này, bạn đừng nên khẳng định một chiều. Nếu bạn thích làm lãnh đạo trong khi công ty có nhiều người có kinh nghiệm nhiều hơn bạn thì sẽ xảy ra một cuộc chiến quyền lực. Nếu trả lời “thích làm nhân viên”, trong khi công ty còn thiếu lãnh đạo thì chính bạn đã tự tước đi cơ hội thăng tiến của mình. Tốt nhất là trả lời “nước đôi”, vì công ty cần cả hai loại người này.

Câu hỏi để tìm hiểu tính cách của bạn:

- *Hãy nói về các tính cách nổi bật nhất của bạn?*

Hãy nhớ chỉ nói về các tính cách cần thiết cho công việc tương lai của bạn. Mỗi đức tính, bạn nên đưa ra ví dụ để minh họa.

- *Các câu hỏi về tinh thần đồng đội và khả năng làm việc tập thể*

Tinh thần làm việc tập thể là yếu tố then chốt quyết định sự thành công của mỗi nhân viên cũng như cả tổ chức. Vì vậy, đây là đức tính không thể thiếu đối với mọi nhân viên hiện nay. Để kiểm tra tinh thần làm việc tập thể, người phỏng vấn thường hỏi:

- *Nếu một nhà quản lý ngang cấp với bạn không hoàn thành nhiệm vụ, gây ảnh hưởng xấu đến công ty, bạn sẽ làm gì?*

Các vấn đề mâu thuẫn mà bạn phải nói được: kết quả hoạt động là chung cả công ty chứ không phải riêng một phòng ban nào; bạn sẽ luôn hỗ trợ đồng nghiệp vượt qua khó khăn, không coi đó là chuyện riêng của anh/chị ta hoặc của ban giám đốc.

- *Các câu hỏi về độ tự tin*

Khi được hỏi:

- *Hãy tự đánh giá mức độ tự tin của bạn theo thang điểm 1..5 (hoặc 1..10)?*

Bạn đừng trả lời bằng một con số cụ thể, vì rõ ràng là không thể cho điểm thấp, nếu cho điểm quá cao thì hóa ra bạn tự kiêu. Tốt nhất bạn dùng tính từ như “rất tự tin” hoặc “khá tự tin”, sau đó nêu dẫn chứng để minh họa.

- *Các câu hỏi về độ chín chắn*

Người ta cho rằng sự chín chắn bao hàm kinh nghiệm sống và kinh nghiệm làm việc, nên nó gắn với khả năng thành công trong công việc, đặc biệt là các vị trí quản lý. Vì vậy, trong cuộc phỏng vấn, người ta có thể hỏi:

- *Nếu được tuyển, bạn sẽ dùng các biện pháp gì để nâng cao vị thế cạnh tranh của công ty?*

Đừng hấp tấp trả lời câu hỏi này theo lý thuyết đã học vì người phỏng vấn sẽ đánh giá thấp bạn. Tốt nhất hãy hỏi lại:

- *Những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và đe dọa quan trọng hiện nay của công ty là gì?*

Khi đã được cung cấp đầy đủ thông tin, câu trả lời của bạn sẽ trí tuệ và thực tế hơn nhiều.

- *Các câu hỏi về sự trung thực*

Sự trung thực là yêu cầu bắt buộc đối với mọi công việc ở mọi công ty. Để kiểm tra sự trung thực, người phỏng vấn có thể yêu cầu bạn giải thích hoặc nêu dẫn chứng cho một số thông tin mà bạn nêu trong đơn xin việc và lý lịch. Ngoài ra, họ cũng có thể dùng kiểu câu hỏi như:

- *Bạn sẽ làm gì khi bạn và sếp bất đồng quan điểm?*

Với câu này, bạn phải thể hiện được quan điểm: cái đúng là trên hết. Nhớ nêu dẫn chứng minh họa.

* *Kết thúc cuộc phỏng vấn*

Cuối cuộc phỏng vấn, bạn có thể gợi chuyện phiếm để tạo sự thân mật trước khi kết thúc buổi làm việc, chủ đề nên là những gì mà người phỏng vấn thích như thể thao, âm nhạc, phim ảnh (bạn nên đoán qua quá trình phỏng vấn);

Hãy để người phỏng vấn kết thúc cuộc phỏng vấn; đứng lên sau người phỏng vấn;

Chào tạm biệt và có thể chủ động bắt tay những người phỏng vấn trước khi ra về;

2. NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP NƠI CÔNG SỞ

2.1. Giao tiếp với khách hàng

* *Giao tiếp với khách hàng đến cơ quan*

- Chào hỏi lịch sự, gọi cả tên, họ, các chức danh (nếu có)
- Phải chủ động chào, bắt tay, mời ngồi, mời nước...Hỏi thăm xã giao vài ba câu và vào ngay nội dung chính của công việc.
- Chọn thời cơ đúng lúc: đưa công văn, thư, quà biếu...
- Duy trì sự nhiệt tình, vui vẻ trong suốt thời gian tiếp khách (không làm việc khác)
- Nhìn vào mắt người giao tiếp, lắng nghe, gật đầu, mỉm cười để khuyến khích họ nói, tránh cử chỉ bất nhã.
- Khiêm tốn, tôn trọng khách hàng.

- Kết thúc cuộc nói chuyện, cuộc gặp nhớ bắt tay, chào tạm biệt (chú ý đến tư trang của khách, nếu quên thì nhắc khéo). Tùy khách mà tiễn tới cửa, ra tận xe, ra sân bay, nhà ga...

****Giao tiếp với đại lý – khách hàng***

- Trong khi nói chuyện trực tiếp, hãy ghi chú. Hãy lắng nghe họ nói và ghi những chi tiết quan trọng.

- Hãy điện thoại trả lời ngay sau đó và giao hàng đúng thời hạn.

- Cố gắng làm việc dưới góc độ “chúng ta”

- Hãy đi thăm nơi làm việc của đại lý – khách hàng, thỉnh thoảng mời họ đi ăn cơm chung, thiết lập mối quan hệ con người.

- Chia sẻ những vấn đề thân mật, không liên quan đến công việc như sở thích, gia đình.

****Một số đặc điểm tâm lý chung của khách hàng***

- Khách hàng muốn mua được hàng tốt, chất lượng cao, nhiều công dụng, có tính thẩm mỹ.

- Khách hàng thích mua rẻ hơn người khác, nếu hai món hàng như nhau, chỗ nào bán rẻ hơn thường đông khách hơn.

- Khách hàng thích được tôn trọng, được hướng dẫn để xem và tìm hiểu mọi khía cạnh, thích được chọn, được khuyên nhủ, tin cậy, được khen, được tán tụng.

- Khách hàng thích mua hàng có bảo hành, bảo đảm, nếu không ưng ý có thể trả lại.

- Thích mua ở những nơi quen biết, tin cậy.

- Thích mua ở những nơi có người bán dễ thương, có duyên, lịch sự, tận tình hướng dẫn, tạo được sự tin cậy.

- Khách hàng hay bị chi phối bởi hiện tượng áp lực nhóm: thấy nhiều người mua mình cũng mua.

Bạn phải hiểu một số đặc điểm tâm lý khách hàng là phụ nữ, nam giới, người cao tuổi, là trẻ con, người đau yếu, khuyết tật...

2.2. Giao tiếp với cấp trên

- Trình bày ngắn gọn những đề xuất, những yêu cầu hay những suy nghĩ của bản thân bạn, biết khi nào thì rút lui.

- Đủ nhạy cảm để biết khi nào cấp trên cần sự giúp đỡ.

- Nên ghi chép khi sắp giao nhiệm vụ quan trọng.

- Chọn thời điểm thích hợp để trình bày ý kiến, quan điểm của bạn.

- Chia sẻ những thú vui không liên quan đến công việc.

2.3. Giao tiếp với đồng nghiệp

- Hãy tôn trọng đồng nghiệp, không kênh kiệu

- Quan tâm đến những thành công của đồng nghiệp.
- Nên lắng nghe khi đồng nghiệp nhận ra sai lầm của mình.
- Nên giúp đỡ lẫn nhau trong quá trình làm việc.
- Khi công việc không trôi chảy, tránh đổ lỗi cho nhau.
- Không nên đưa chuyện riêng (chuyện cá nhân) vào công việc tập thể.

2.4. Giao tiếp với cấp dưới

- Hãy sử dụng sức mạnh của lời khen công khai.
- Hãy lắng nghe ý kiến của cấp dưới
- Hãy thừa nhận mình sai (nếu có)
- Hãy khuyến khích nhân viên sáng tạo.
- Biết thông cảm với hoàn cảnh của cấp dưới. Chia sẻ những điều không liên quan tới công việc...

B. CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP/THỰC HÀNH

1. Câu hỏi

- 1.1 Khi xin việc làm chúng ta cần quan tâm đến những yếu tố nào?
- 1.2 Những vấn đề cần lưu ý khi viết lý lịch và đơn xin việc là gì?
- 1.3 Trong quá trình làm việc anh chị phải giao tiếp với khách hàng và đồng nghiệp như thế nào?
- 1.4 Những vấn đề cần lưu ý khi trả lời phỏng vấn?

2. Bài tập/Thực hành

2.1 Xử lý tình huống giao tiếp với cấp trên

* Hướng dẫn thực hiện

- Giáo viên đưa tình huống
- Sinh viên thảo luận và đưa ra cách xử lý

2.2 Xử lý tình huống giao tiếp với cấp dưới

* Hướng dẫn thực hiện

- Giáo viên đưa tình huống
- Sinh viên thảo luận và đưa ra cách xử lý

2.3 Xử lý tình huống giao tiếp với đồng nghiệp

* Hướng dẫn thực hiện

- Giáo viên đưa tình huống
- Sinh viên thảo luận và đưa ra cách xử lý

C. GHI NHỚ

Nghệ thuật giao tiếp khi xin việc được thể hiện qua công tác chuẩn bị sơ yếu lý lịch, đơn xin việc và kỹ năng trả lời phỏng vấn khi xin việc.

Nghệ thuật giao tiếp nơi công sở được thể hiện qua kỹ năng giao tiếp với khách đến công ty, kỹ năng giao tiếp với cấp trên, cấp dưới và đồng nghiệp

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Nguyễn Chua (2009), *Kỹ năng giao tiếp-ứng xử*;, Trường Đoàn Lý Tự Trọng.
- [2]. Bussiness Edge (2006), *Giao tiếp trong quản lý để tránh lỗi giao tiếp hàng ngày*, Nhà xuất bản trẻ
- [3]. Nguyễn Hữu Thân (2006), *Truyền thông giao tiếp trong kinh doanh*, Nhà xuất bản Thống kê.

