

# فراگستر

اتوماسیون کسب و کار

## راهنمای جامع ارتباط سازمانی: تعریف، مثال و انواع ارتباطات سازمانی





ارتباطات سازمانی برای موفقیت هر کسب و کاری، چه کوچک و چه بزرگ، اهمیت دارد. با وبلاگ فراگستر و راهنمای جامع ارتباط سازمانی همراه با تعریف، مثال و معرفی انواع ارتباطات سازمانی همراه باشید.

بهره‌گیری از ارتباطات موثر در هر سازمانی ضروری است. مشتریان و کاربران شما انتظار دارند که پیام‌های ارتباطی شما حرفه‌ای و شفاف باشد. رهبران تجاری موفق نیز از ارتباطات سازمانی برای ایجاد روابط کاری شفاف و صادقانه و اعتمادسازی استفاده می‌کنند. اما ارتباطات در محیط کار فقط مربوط به مشتریان نیست، بلکه شامل کارکنان و همکاران شما نیز می‌شود. بهترین عملکرد کارکنان زمانی است که روابط شفافی با یکدیگر و با مدیران خود داشته باشند. توانایی بیان نظرات، به اشتراک گذاشتن افکار و اعتماد کارکنان به اطلاعات دریافتی از سوی مدیران، از حداقل ضرورت‌های ارتباطات در محیط کار است.

رواج دورکاری در مقیاس وسیع و دورکاری بسیاری از تیم‌ها نیز ارتباطات سازمانی را پیچیده‌تر از گذشته کرده است. به طوری که ارتباط چهره به چهره امری قدیمی به نظر می‌رسد و اکنون ما بیشتر از ایمیل، پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با همکاران استفاده می‌کنیم. به همین دلیل، برای همه تیم‌ها مهم است که از بهترین فناوری ممکن برای ارتباطات خود استفاده کنند تا اطمینان حاصل شود که مشکلی در ارتباطات آنها به وجود نمی‌آید.

ارتباطات سازمانی در همه صنایع اهمیت دارد. اما آیا می‌دانید تعریف دقیق آن چیست و چگونه می‌تواند به سازمان شما کمک کند؟



## ۱- ارتباطات سازمانی چیست؟

ارتباطات سازمانی اصطلاحی است که برای تعریف ارتباطاتی که در محیط‌های کسب و کار صورت می‌گیرد، به کار می‌رود. اما این موضوع ابعاد بیشتری هم دارد. ریشه‌های ارتباطات سازمانی مربوط به مطالعاتی است که سال‌ها محققان را مجذوب خود کرده است. آثار هربرت آ. سیمون و دبلیو. چارلز ردینگ در این زمینه، از این نمونه‌هاست که راه را برای تحلیل بیشتر ارتباطات سازمانی هموار کرده است.

ارتباطات سازمانی فقط یک موضوع آکادمیک نیست و در هر محیط کاری ضروری است. اکثر آگهی‌های استخدامی، مهارت‌های ارتباطی را به عنوان یک ویژگی الزامی برای داوطلبان ذکر می‌کنند و واحدهای منابع انسانی نیز باید کارگاه‌های ارتباطی و آموزشی برگزار کنند تا اطمینان حاصل کنند که کارکنان سازمان در هر نقشی توانایی برقراری ارتباط موثر را دارند.

## ۲- تکنیک‌های ارتباطات سازمانی موثر کدام است؟

در مورد ارتباطات سازمانی یک روش و تکنیک ساده وجود ندارد. اگر چنین بود، تحقیقات مربوط به ارتباطات سازمانی ضرورتی نداشت. سازمان‌هایی که ارتباطات سازمانی موثری



دارند، از تکنیک‌های متعددی استفاده می‌کنند. در اینجا چند نمونه از تکنیک‌های ارتباطات سازمانی موثر آورده شده است:



## ۲-۱- جلسات تیمی برگزار کنید

جلسات تیمی بخش مهمی از ارتباطات سازمانی است. همه تیم‌ها باید بتوانند به طور منظم ایده‌ها را به اشتراک بگذارند، بازخورد بخواهند و آزادانه نظرات خود را بیان کنند. در حالی که جلسات تیم معمولاً به صورت حضوری انجام می‌شود، اما می‌توانند به صورت مجازی نیز برگزار شوند. سرویس ویدئو کنفرانس فراگستر (فراگستر میت)، به عنوان بستری برای برگزاری جلسات آنلاین، این امکان را به کسب و کارها داده است تا جلسات تصویری یا صوتی بین اعضای سازمان را آنلاین در اتوماسیون اداری فراگستر، برگزار کنند.

سرویس ویدئو کنفرانس فراگستر، به واسطه اینکه در بستر اتوماسیون اداری ارائه می‌شود، امکان حضور آسان کاربران مشتری در جلسات مجازی و آنلاین (آموزشی، دمو و ...) را بدون نیاز به نصب نرم‌افزار و وابستگی به سخت‌افزاری خاص، در هر مکان و زمانی با هر دستگاهی (کامپیوتر، لپ‌تاپ، موبایل، تبلت و ...) فقط با کلیک بر روی یک لینک فراهم کرده است.

## ۲-۲- ارتباطات در حین دورکاری را آموزش دهید

زمانی که کارکنان در یک فضای کاری مشترک حضور ندارند، ارتباطات کاری دشوارتر خواهد بود. به این ترتیب، شرکت‌های موفق، آموزش‌های لازم برای ارتباطات در حین



دورکاری را ارائه می‌دهند تا اطمینان حاصل کنند که همه کارکنان توانایی برقراری ارتباط موثر را دارند.

### ۲-۳- از همکاران و مشتریان بازخورد بگیرید

در یک کسب و کار موفق، ارتباطات قوی میان مدیران، همکاران و ذی‌نفعان در اولویت قرار می‌گیرد. بهبود این نوع ارتباطات نیازمند دریافت بازخوردهای صادقانه از همکاران و مشتریان است. به این ترتیب، شما باید همیشه به دنبال تشویق کارکنان و همکارانتان به ارائه بازخورد باشید و از داده‌های کمی و کیفی بدست آمده از این بازخوردها برای افزایش بهره‌وری شرکت و بهبود سیستم‌های ارتباطی استفاده کنید.

### ۲-۴- رویدادهای جمعی برقرار کنید

ارتباط موثر نمی‌تواند در محیطی برقرار شود که همکاران در کنار یکدیگر احساس راحتی نمی‌کنند. رویدادهای جمعی مانند تمرین‌های تیم‌سازی به ایجاد روابط باز، صادقانه و حرفه‌ای کمک می‌کنند و راه‌های برقراری ارتباط موثر را به کارکنان شما نشان می‌دهند. یک سازمان موفق با ساماندهی رویدادهای جمعی و تشویق کارکنان به تعامل، به رفتار و نگرش آنها شکل می‌دهد. رویدادهای جمعی همچنین، به ایجاد یک فرهنگ سازمانی مثبت کمک می‌کنند و روحیه کارکنان را بالا می‌برند.

### ۲-۵- از ارتباطات غیر کلامی استفاده کنید

بر اساس مطالعات، بیش از نیمی از اطلاعاتی که در ارتباطات بین انسانی رد و بدل می‌شوند، با استفاده از ارتباطات غیرکلامی انتقال می‌یابند. این بدان معناست که در ارتباطات سازمانی باید از زبان بدن مناسب استفاده کنید. مدیران سازمان‌ها باید در ارتباطات غیرکلامی بر حرکاتی تمرکز کنند که موجب حفظ احترام متقابل و مشارکت بیشتر مخاطب می‌شود. همچنین باید از نشانه‌های فیزیکی مانند ارتباط چشمی، صاف ایستادن، لبخند زدن و حرکت دست‌ها، برای برقراری ارتباطی واضح و بدون شبهه، استفاده کنید.

### ۲-۶- مخاطبان خود را بشناسید

برقراری ارتباط موثر در هر شرایطی، نیازمند این است که در مرحله ابتدایی مخاطب خود را بشناسید. مخاطبان یک سازمان افراد متفاوتی با سلیقه‌ها و خصوصیات متفاوت





هستند که نحوه ارتباط‌گیری آنها نیز متفاوت است. یکی از بهترین تکنیک‌ها برای ارتباطات سازمانی موثر، پرسش از مخاطبان در مورد انتظارات آنهاست که به شما اجازه می‌دهد ترجیحات و هنجارهای آنها را بشناسید و بتوانید به گونه‌ای موثر با آنها ارتباط برقرار کنید.

۲-۷- شنونده باشید

یکی از اصلی‌ترین تکنیک‌های برقراری ارتباط موثر، مهارت گوش دادن به مخاطب است. یعنی بیشتر از مقداری که صحبت می‌کنید، به صحبت‌های طرف مقابل گوش کنید. این مهارتی است که بسیاری از مدیران موفق از جمله ریچارد برانسون از آن استفاده می‌کنند. بنابراین برای برقراری ارتباط سازمانی موثر با مشتریان و همکاران خود، باید ابتدا به سخنان آنها گوش دهید. تنها پس از شنیدن صحبت‌های آنها خواهید توانست پاسخی بدهید که مشکلات و شرایط آنها را در نظر بگیرد.

۲-۸- پاسخگو باشید

ارتباط سازمانی موثر به معنی حرف زدن بدون عمل نیست. مدیرانی که صرفاً به مشتریان و کارکنان خود وعده می‌دهند ولی به آنها عمل نمی‌کنند، باعث از بین رفتن اعتماد مخاطبان خواهند شد. مشتریان و همکاران سازمان ممکن است در هر زمان توقعات و خواسته‌های درستی از شما داشته باشند. پاسخگو بودن مدیران به این نیازها به بهترین شکل ممکن، ضرورت دارد. بنابراین هنگامی که کارکنان و مشتریان مشکلات را گزارش کنند اما تغییراتی مشاهده نکنند، باعث خدشه‌دار شدن اعتبار سازمان و از بین رفتن اعتماد به مدیران آن خواهد شد.

### ۳- انواع ارتباطات سازمانی کدامند؟

ارتباطات سازمانی را می‌توان به چهار دسته زیر تقسیم کرد:

- ارتباطات رسمی و غیررسمی
- ارتباطات جهت‌دار
- ارتباطات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی
- ارتباطات شفاهی و نوشتاری



در هر یک از این دسته‌بندی‌ها، تعدادی زیرمجموعه نیز وجود دارند. در ادامه نگاهی به انواع اصلی ارتباطات سازمانی می‌اندازیم:

### ۱-۳- ارتباطات رسمی و غیررسمی

توصیف این دسته‌بندی بسیار ساده است. این دسته‌بندی به زبان و لحنی اشاره دارد که یک سازمان هنگام برقراری ارتباط از آن استفاده می‌کند. داشتن ارتباطات سازمانی موثر مستلزم این است بتوانید میزان رسمیت مورد نیاز در هر موقعیت خاص را ارزیابی کنید.

#### ۱-۱-۳- ارتباطات رسمی

ارتباطات رسمی اغلب هنگام برقراری ارتباط با مشتریان و سهامداران، به ویژه در بیانیه‌های رسمی مطبوعاتی استفاده می‌شود. ارتباطات رسمی هر سازمان معمولاً از یک الگوی خاص پیروی می‌کند و در تمامی موارد مشابه مانند ارتباطات جمعی در یک جلسه یا در یک کمپین ایمیلی مورد استفاده قرار می‌گیرد. نمونه‌های ارتباطات رسمی شامل اعلامیه‌های مطبوعاتی، اعلامیه‌های استخدای و ایمیل‌های سازمانی است.

کلید اصلی موفقیت در ارتباطات رسمی، حرفه‌ای بودن لحن پیام است. حرفه‌ای بودن مستلزم بیان دقیق و داشتن یک استراتژی ارتباطی است. ارتباطات استراتژیک، از سوتفاهم جلوگیری کرده و شانس موفقیت سازمان را بیشتر می‌کند. با این حال، ارتباطات رسمی گاهی اوقات ممکن است خشک و غیرشخصی به نظر برسند.

#### ۲-۱-۳- ارتباطات غیررسمی

ارتباطات غیررسمی به همان اندازه ارتباطات رسمی اهمیت دارد، زیرا رایج‌ترین روش برای ارتباطات درون‌سازمانی است. کارکنان در موارد زیر از ارتباطات غیررسمی برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کنند:

- در ملاقات‌های حضوری در جلسات تیمی
- هنگام پرسش از طریق برنامه‌های پیام‌رسان
- هنگام به اشتراک‌گذاری کارها از طریق ایمیل



بسیاری از سازمان‌ها، ارتباطات غیررسمی را به ارتباطات رسمی ترجیح دهند، زیرا به کارکنان کمک می‌کند تا کارهای خود را راحت‌تر انجام دهند. با این حال، احتمال وقوع خطا در ارتباطات غیررسمی بیشتر است. به همین دلیل، برای سازمان‌هایی که به طور منظم از ارتباطات غیررسمی استفاده می‌کنند، داشتن دستورالعمل‌های ارتباطی یا کتابچه‌های راهنمای آنان مهم است.



### ۳-۲- ارتباطات جهت‌دار

ارتباطات سازمانی جهت‌دار است. این به این معنی است که نحوه برقراری ارتباط ما با دیگران بسته به موقعیت شخصی که با او صحبت می‌کنیم، تغییر می‌کند. در یک سازمان سه نوع ارتباط جهت‌دار وجود دارد: رو به پایین، رو به بالا و افقی/جانبی.

#### ۳-۲-۱- ارتباط جهت‌دار - رو به پایین

ارتباط رو به پایین به ارتباط یکی از کارکنان با یک عضو دیگر شرکت در یک موقعیت پایین‌تر اشاره دارد. ارتباط رو به پایین معمولاً برای اهداف آموزشی استفاده می‌شود. در بیشتر محیط‌های کاری، ارتباط رو به پایین از طریق ایمیل یا پیام‌ها صورت می‌پذیرد، اما از طریق تماس تصویری یا حضوری نیز ممکن هستند.

#### ۳-۲-۲- ارتباط جهت‌دار - رو به بالا

ارتباط رو به بالا برعکس ارتباط رو به پایین است. از فواید ارتباط رو به بالا این است که می‌تواند به ایجاد برابری بیشتر در محیط کار کمک کند. هنگامی که یک سازمان کارکنان را تشویق می‌کند تا در مورد تجربیات خود با مدیران ارشد صحبت کنند و پیشنهاداتشان





را برای بهبود اوضاع ارائه دهند، مشارکت کارکنان بیشتر و بهره‌وری آنها افزایش خواهد یافت.

### ۳-۲-۳- ارتباط جهت‌دار - افقی

ارتباط افقی به ارتباط میان کارکنانی با سلسله مراتب مشابه اشاره دارد. ارتباطات افقی اغلب رو در رو رخ می‌دهد. با این حال، با بیشتر شدن تعداد شرکت‌هایی که از روش دورکاری استفاده می‌کنند، کارکنان نیاز دارند تا راه‌های سریع‌تر و موثرتری را برای برقراری ارتباطات الکترونیکی پیدا کنند. کانال‌های ارتباطی مانند سرویس‌های پیام‌رسان تیمی، کارکنان را قادر می‌سازد تا در طول روز، صرف‌نظر از اینکه در کجا مستقر هستند، به برقراری ارتباطات افقی بپردازند.

### ۳-۳- ارتباطات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی

ارتباطات در سازمان‌ها می‌توانند به ارتباطات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی نیز تقسیم شوند. این تقسیم‌بندی به نوع افرادی اشاره دارد که کارکنان با آنها ارتباط برقرار می‌کنند.

#### ۳-۳-۱- ارتباطات درون‌سازمانی

ارتباطات درون‌سازمانی بر نحوه تعامل کارکنان یک سازمان با یکدیگر متمرکز است. کسب‌وکارها نیاز دارند تا اطمینان حاصل کنند که کارکنان آنها می‌توانند پیوندهای حرفه‌ای لازم را با یکدیگر برقرار کنند. این موضوع می‌تواند برای سازمان‌های بزرگ یا سازمان‌هایی که کارکنان را تشویق به دورکاری می‌کنند، چالش‌برانگیزتر باشد.

#### ۳-۳-۲- ارتباطات برون‌سازمانی

ارتباطات برون‌سازمانی در مورد نحوه ارتباط سازمان با دنیای خارج است. ارتباطات برون‌سازمانی برای تقویت یک برند و همچنین حفظ روابط قوی با مشتریان اهمیت دارد.

برای نشان دادن یک تصویر منسجم از سازمان، باید یک لحن فراگیر در تمامی ارتباطات برون‌سازمانی وجود داشته باشد. این لحن باید با مأموریت، اصول اخلاقی و صنعتی که سازمان در آن کار می‌کند، تناسب داشته باشد. علاوه بر این، داشتن دستورالعمل‌های روشن در مورد نحوه ارتباط با مشتریان، کیفیت و ثبات تجربه مشتریان را افزایش می‌دهد.



### ۳-۴- ارتباطات شفاهی و نوشتاری

آخرین دسته‌بندی در تحلیل ارتباطات سازمانی، ارتباطات شفاهی و کتبی است. هر دو نوع این ارتباطات به طور منظم مورد استفاده قرار می‌گیرند و نقش زیادی در موفقیت سازمان دارند.

#### ۳-۴-۱- ارتباط شفاهی

ارتباط شفاهی (گفتاری) مهم است. این روشی است که یک فرد رو در رو با همکاران، کارکنان یا مشتریان خود ارتباط برقرار می‌کند. ارتباطات بین فردی به زبان بدن، تماس چشمی، ایما و اشاره و همچنین کلمات اشاره می‌کند. کارکنان ممکن است از ارتباط شفاهی در جلسات یک به یک، جلسه‌های گروهی کوچک یا در مقابل جمعیت زیادی از مخاطبان استفاده کنند. به این ترتیب، ارتباطات شفاهی به ما کمک می‌کند تا روابط قوی‌تری ایجاد کرده و اعتمادسازی کنیم.

#### ۳-۴-۲- ارتباط نوشتاری

ارتباطات نوشتاری برای اداره یک کسب و کار اهمیت زیادی دارد. از ارتباطات نوشتاری در ایمیل‌ها، پیام‌های فوری و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌شود که می‌توانند رسمی یا غیر رسمی باشند.

ارتباطات نوشتاری نسبت به ارتباطات شفاهی چندین مزایا دارد. به عنوان مثال، یک کارمند زمان بیشتری دارد تا به پاسخ خود فکر کند و از پایبندی آن به دستورالعمل‌های شرکت اطمینان حاصل کند. با این حال، ارتباطات نوشتاری می‌تواند اشکالاتی نیز داشته باشد. به عنوان مثال در صورتی که افراد متعددی مسئول ارتباطات نوشتاری شرکت باشند، به تصویر کشیدن شخصیت شرکت و حفظ لحن آن می‌تواند دشوارتر باشد. در چنین حالتی، استفاده از دفترچه راهنمای ارتباطات شرکت می‌تواند مفید باشد.

## ۴- چرا ارتباطات سازمانی مهم است؟

ارتباطات سازمانی برای موفقیت یک کسب و کار ضروری است و شکست سازمان‌ها اغلب در نتیجه ارتباطات ناکارآمد است. بنابراین ارتباطات سازمانی را هرگز نباید نادیده گرفت. برخی از دلایل اهمیت آن عبارتند از:



#### ۱-۴- بهبود مشارکت کارکنان

کارکنانی که احساس می‌کنند صدایشان شنیده می‌شود، بیش از ۴ برابر بیشتر از سایرین احتمال دارد که احساس کنند قدرت لازم برای ارائه بهترین عملکرد خود را دارند. ارتباطات سازمانی قوی می‌تواند به کارکنان کمک کند که در کار خود و به طور کلی در سازمان مشارکت بیشتری داشته باشند. آنها احتمالاً از شغل خود رضایت بیشتری دارند، احساس می‌کنند مورد اعتماد کارفرمایشان است و انگیزه بیشتری برای رسیدن به اهداف خود و جلب رضایت مشتریان دارند. ارتباطات سازمانی قوی همچنین به این معنی است که کارکنان درک بیشتری از کسب و کار سازمان و نقش خود در آن خواهند داشت.

توانایی عالی در برقراری ارتباط، از ویژگی‌های هر مدیر موفق است. مدیران موفق باید ارتباط منظمی با همه اعضای تیم خود داشته باشند تا بتوانند بازخورد مکرر ارائه دهند و از کارکنانی که عملکرد عالی دارند، قدردانی کنند.

#### ۲-۴- افزایش اعتبار شرکت

هیچ رازی را نمی‌توان در یک کسب و کار حفظ کرد، چه در مورد یک شرکت بزرگ یا یک سازمان غیرانتفاعی باشد. وقتی مشتریان چیزی منفی در مورد یک کسب و کار می‌شنوند، اعتبار آن را کاهش می‌دهد و می‌تواند آنها را دور کند. داشتن ارتباطات موثر درونی و بیرونی می‌تواند احتمال چنین رویدادهای منفی را کاهش دهد و اگر مشکلی پیش بیاید، به خوبی می‌تواند با آن مقابله کند.

#### ۳-۴- کاهش سوتفاهم‌ها

ارتباطات سازمانی تضمین می‌کند که همه اعضای سازمان با یکدیگر توافق دارند و احتمال هرگونه سوتفاهم را کاهش می‌دهد. کارکنان می‌دانند چگونه با مشتریان خود ارتباط برقرار کنند و به طور تصادفی اطلاعات نادرست را به اشتراک نمی‌گذارند. به این ترتیب، احتمال اینکه یک کسب و کار مشتریان خود را از دست بدهد، درگیر شکایات قانونی شود یا شهرت آن خدشه‌دار شود، کمتر است.



## ۵- کلام آخر

در این مقاله دانستید که ارتباطات سازمانی چیست و پیاده‌سازی آن چه مزایایی دارد. ارتباطات سازمانی ستون پشتیبان هر استراتژی تجاری است و ضمن افزایش مشارکت کارکنان، موفقیت سازمان را تضمین می‌کند. بنابراین، اکنون که می‌دانید ارتباطات سازمانی چیست، باید برقراری ارتباط صحیح را مأموریت سازمان خود قرار دهید. با بهره‌گیری از ابزارهایی که ارتباطات سازمانی را تسهیل می‌کنند، مانند محصولات فراگستر، در اجرای صحیح ارتباطات سازمانی موفق خواهید بود.

# فراگستر

اتوماسیون کسب و کار



@faragostarco



faragostar



www.faragostar.net