

Մեր խոսքերի ուժը

Ճգնաժամային հաղորդակցության մասին



Grant Thornton

An instinct for growth™

2020 թվականը բոլորս դիմավորեցինք նոր ծրագրերով, սպասումներով ու երազանքներով: Այժմ, երբ արդեն հետադարձ հայացք ենք նետում նրա առաջին եռամսյակին, մի բան հստակ է. այսպիսի բան չէինք կարող պատկերացնել նույնիսկ մեր ամենավատ երազում:

COVID-19 շատ արագ հռչակվեց որպես համավարակ ու վաղ, թե ուշ իր հետեւանքներն ունեցավ բոլոր երկրներում ու բնագավառներում: Ասում են՝ այն աննախադեպ է իր մասշտաբով: Համավարակը, այս կամ այն կերպ, իր ազդեցությունն է ունեցել յուրաքանչյուրի կյանքում:

Հնարավոր է արդյոք պատրաստ լինել նման իրավիճակի: Ինչպե՞ս կարող է բիզնեսն արձագանքել այս ճգնաժամին ու համապատասխան կերպով կազմակերպել հաղորդակցությունը:

Գրանթ Թորնթոն Հայաստանի այս հրապարակման մեջ կգտնեք ամփոփ ուղեցույց, որ նպատակ ունի օգնել առաջնորդներին եւ հաղորդակցության ոլորտի մասնագետներին արագ արձագանքել ճգնաժամային իրավիճակներում կամ գնահատել արդեն իսկ գոյություն ունեցող հաղորդակցման ծրագրի արդյունավետությունը: Հարկ է նշել, որ ստորեւ նկարագրված քայլերն ընդհանուր են, եւ հնարավոր է ենթակա լինեն որոշ լրացումների՝ ելնելով կազմակերպության գործունեության ոլորտի յուրահատկությունից:

Հաղորդակցության առանցքային դերը

Ժամանակակից աշխարհում, երբ բիզնեսի հեղինակությունն ու իմիջը նրա հաջողության գրավականն են, խիստ կարեւորվում է հաղորդակցության դերը: Ցանկացած բիզնես իր աշխատակիցների ու հաճախորդների հետ անցնում է որոշ ճանապարհ, ձեռք բերում յուրահատուկ փորձառություն, որն էլ փոխանցվում է հանրությանն ու ձեւավորում տվյալ բրենդի դեմքը:

Հաղորդակցությունը կոչված չէ այդ պատմությունները լուրջ «փաթեթավորելու», այն ռազմավարական կարեւորություն ունի եւ ուղղակիորեն ազդում է մարդկանց փորձառության մեկնաբանման վրա:

Բիզնեսների մեծ մասն ունեն հաղորդակցության կազմակերպման որեւէ ռազմավարություն: Չարգացած համակարգերով ու բավարար ռեսուրսներով բիզնեսները հիմնականում ունեն հաղորդակցման հստակ ու չափելի ծրագրեր: Նրանցից շատ քչերը, թերեւս, կարող են պարծենալ, որ ունեն ճգնաժամային կառավարման ծրագիր, որը ներառում է հաղորդակցման հատված: Եւ նույնիսկ նրանք կասեն, որ պատրաստ չէին նրան, ինչ տեղի ունեցավ:

Հնարավոր է արդյոք պատրաստ լինել անկանխատեսելի զարգացումներին:

Երբ COVID-19-ը բոլորիս փակեց տներում, մարդկանց բաժանելով իրենց թիմերից, բիզնեսին՝ իր հաճախորդներից, եւ հանկարծ մի ակնթարթում ամբողջ աշխարհը դարձավ թվային, հաղորդակցությունը հայտնվեց առաջնագծում ու դարձավ մեզ հոգեհարազատ կապերին ու հարաբերություններին շունչ տվող միակ միջոցը:

Անհրաժեշտ է գիտակցել, որ նման լուրջ ցնցումների ժամանակ հարաբերությունների պահպանումն ու զարգացումը ապագայի, բիզնեսի շարունակականության նկատմամբ վստահության ներշնչման գործում կարեւորագույն դեր են խաղում:





Երբ իշխում է անորոշությունը

Այս ճգնաժամն իրական մարտահրավեր է մարդկանց ու բիզնեսների նոր պայմաններին արագ հարմարվելու ճկունության, բազմաթիվ խնդիրներին դիմակայելու նրանց ունակության համար: Միեւնույն ժամանակ, այն լուրջ փորձության ենթարկեց հաղորդակցության ռազմավարություններն ու դրանց արդյունավետությունը: Չէ՞ որ արդյունավետ հաղորդակցությունը կառուցված է հանրությանը ներկայացնելու համար նախատեսված այն բովանդակության վրա, որի հիմքում փաստեր են, նորություններ կամ զարգացումներ:

Այսօր, երբ COVID-19-ը աշխարհը կանգնեցրել է անհամար հարցադրումների առաջ ու հիմնովին ցնցել հսկայական համակարգեր, պարզ է միայն այն, որ ոչ ոք չունի դրանց պատասխանները: Եւ ապա, ինչպե՞ս արձագանքել անորոշությանը, եւ հաղորդակցման ոլորտի մասնագետների մեծագույն մարտահրավերը՝ ինչպե՞ս կառուցել արդյունավետ հաղորդակցություն անորոշության հիման վրա:



10

հիմնական սկզբունք

Ստորել ներկայացնում ենք մի քանի հիմնական սկզբունք, որոնք կօգնեն ճգնաժամային իրավիճակներում հաղորդակցման ռազմավարության մշակման գործում: Ընդհանուր առմամբ, դրանք կիրառելի են ցանկացած ոլորտի եւ լսարանի համար, ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին.

1

Արագ գործեր

Ճգնաժամային իրավիճակում ժամանակը ձեր դեմ է աշխատում, երկար մտածելու կամ մտափոխվելու շռայլություն չեք կարող ձեզ թույլ տալ: Ամեն րոպե փոխվող իրավիճակին պետք է արձագանքել արագ, այլապես ծախսված ռեսուրսն ու ջանքերը իզուր են:

2

Ազնիվ եղեք

Անորոշության մթնոլորտում չափազանց կարելի է ազնվությունը, քանի որ ձեր լսարանը հստակ պատասխաններ է ակնկալում: Անկեղծորեն պատմեք ճգնաժամային իրավիճակում ձեռնարկվող քայլերի մասին, եւ, որ թերեւս ավելի կարելի է, խոսեք այն գործողությունների կամ պարտավորությունների մասին, որ ի վիճակի չեք լինելու իրականացնել: Մի խուսափեք փոքր հիասթափություններից, կեղծ խոստումները շատ ավելի խորը հիասթափության կհանգեցնեն: Հնարավոր է՝ ինքներդ էլ զարմանաք, թե ինչպիսի միասնականություն ու ըմբռնում կարող է ցուցաբերել մարդկանց մեծամասնությունը նման իրավիճակներում:

3

Վստահ եղեք

Ճգնաժամներն իրական փորձություն են առաջնորդության համար: Նման իրավիճակներում չափազանց կարելի են ղեկավար թիմի մարտահրավերներին դիմակայելու, դրանց արձագանքելու կամ բացասական ազդեցությունը մեղմելու ուղղությամբ արված քայլերը, եւ այդ մասին վստահ ու հանդարտ կերպով իրենց աշխատակիցներին ու հաճախորդներին հաղորդելու ունակությունը:



Grant Thornton | An instinct for growth™

4

Հետետողական եղեք

Ճգնաժամերը ծնում են քառս ու անորոշություն: Այդ մթնոլորտում մարդիկ իրապես կգնահատեն ցանկացած համակարգային մոտեցում, որ նրանց կօգնի վերադարձնել կազմակերպվածության ու վերահսկողության զգացումը: Հաղորդակցությունը ծրագրեք հստակ պարբերականությամբ, տեղեկացրեք մարդկանց այդ մասին եւ հետետողական եղեք իրականացման մեջ:

5

Արդի եղեք

Ձեր հաղորդակցությունը եւ նրա բովանդակությունը մշակելիս անպայման հաշվի առեք տիրող իրավիճակը: Ձեւավորեք հանրային տեղեկատվության, ճգնաժամի վերաբերյալ թարմացումների ու ձեր ոլորտի նորությունների պարբերական մոնիտորինգի համակարգ: Մշտապես տիրապետելով վերջին նորություններին՝ դուք հնարավորություն կունենաք գնահատել ձեր նյութի արդիականությունը, եւ, անհրաժեշտության դեպքում, որոշում կայացնել նրա հաղորդման հետաձգման կամ չեղարկման վերաբերյալ:

6

Պրակտիկ եղեք

Ցանկացած նյութի նկատմամբ լսարանի հետաքրքրությունն ավելի մեծ է, եթե այն առնչվում է իրեն հուզող խնդիրներին: Հատկապես ճգնաժամային իրավիճակներում, երբ խնդիրները բազմապատկվում են աներեւակայելի արագությամբ, փնտրեք ուղիներ հնարավորության սահմաններում առաջարկել պրակտիկ լուծումներ, օգնել մարդկանց հաղթահարել բարդությունները:

7

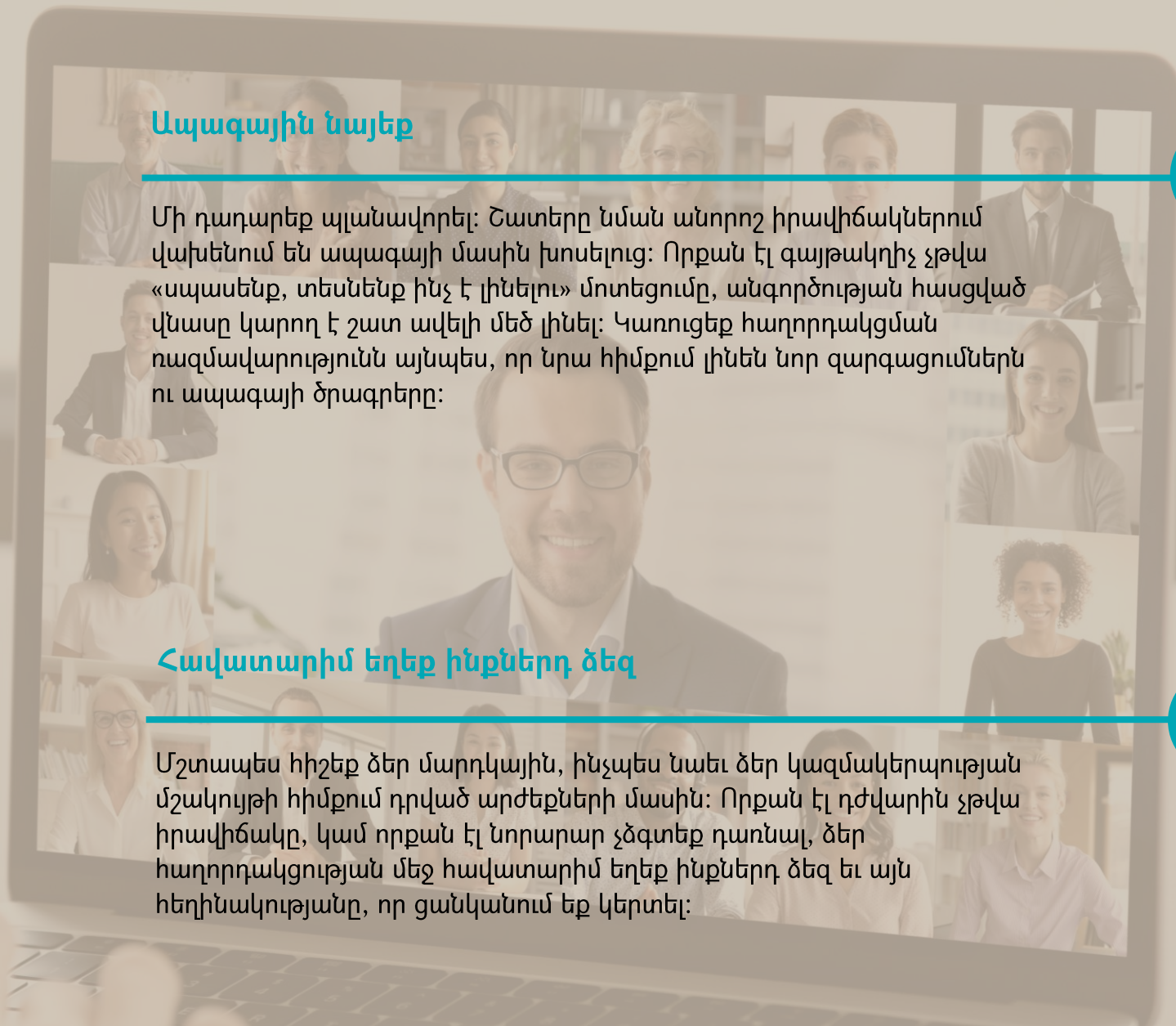
Ստեղծագործական մոտեցում ցուցաբերեք

Հաղորդակցման նոր ուղիներ ու մեթոդներ փնտրելու լավագույն պահն է: Հիշեք, որ հաղորդակցությունը կոչված է օժանդակել ձեր աշխատակիցների ու հաճախորդների փորձառության ձեավորմանը: Գտեք այդ փորձառությունը հարստացնելու նոր մոտեցումներ: Օգտվեք նորարար մեթոդներից, եւ հատկապես համավարակի ընթացքում, իրական շփումները տեղափոխեք վիրտուալ տիրույթ:

8

Դրական եղեք

Անկայուն ժամանակներում, երբ բոլոր նորությունները մտահոգիչ են, դարձեք ձեր լսարանին խրախուսող ու լավ նորություններ բերող աղբյուրը: Փնտրեք ու գտեք ձեր կազմակերպության ներսում, աշխատակիցներին եւ հաճախորդներին վերաբերող դրական զարգացումներ: Այդուհանդերձ, անհրաժեշտ է պահպանել հավասարակշռություն ու լինել արդիական: Դրական նյութ հաղորդելիս հիշեք, որ այն պետք է ներդաշնակության մեջ լինի տիրող իրավիճակի հետ:



Ապագային նայեք

9

Մի դադարեք պլանավորել: Շատերը նման անորոշ իրավիճակներում վախենում են ապագայի մասին խոսելուց: Որքան էլ գայթակղիչ չթվա «սպասենք, տեսնենք ինչ է լինելու» մոտեցումը, անգործության հասցված վնասը կարող է շատ ավելի մեծ լինել: Կառուցեք հաղորդակցման ռազմավարությունն այնպես, որ նրա հիմքում լինեն նոր զարգացումներն ու ապագայի ծրագրերը:

Հավատարիմ եղեք ինքներդ ձեզ

10

Մշտապես հիշեք ձեր մարդկային, ինչպես նաեւ ձեր կազմակերպության մշակույթի հիմքում դրված արժեքների մասին: Որքան էլ դժվարին չթվա իրավիճակը, կամ որքան էլ նորարար չձգտեք դառնալ, ձեր հաղորդակցության մեջ հավատարիմ եղեք ինքներդ ձեզ եւ այն հեղինակությանը, որ ցանկանում եք կերտել:



ՀՀ, ք. Երևան 0012,
Վաղարշյան փ. 8/1



+374 10 26 09 64



gta@am.gt.com

Դիմեք մեզ, մենք կարող ենք օգնել

Հավատարիմ լինելով մեր գլոբալ արժեքներին, որոնք են՝ համագործակցություն, առաջնորդություն, գերազանցություն, հարգանք, պատասխանատվություն եւ ճկունություն՝ մեր մոտեցման հիմքում ընկած է կազմակերպություններին պրակտիկ ու փորձված ուղեցույցի տրամադրումը, որի օգնությամբ նրանք կարող են իրենք հաղորդակցման ռազմավարությունը ծառայեցնել իրենց նպատակներին, շուկայում կերտել հեղինակություն եւ իրենց լսարանի հետ կառուցել ամուր հարաբերություններ:

Հուսով ենք, որ այս հրապարակումը կօգնի ձեզ այլ հայացքով նայել ձեր կազմակերպության առկա հաղորդակցման ծրագրին կամ մշակել նորը: Հավելյալ տեղեկատվության համար, խնդրում ենք, կապ հաստատել մեզ հետ, ուրախ կլինենք օգնել ձեզ այս գործընթացում:



Grant Thornton
An instinct for growth™

www.grantthornton.am

© 2020 Grant Thornton Armenia. All rights reserved.

'Grant Thornton' refers to the brand under which the Grant Thornton member firms provide assurance, tax and advisory services to their clients and/or refers to one or more member firms, as the context requires.

Grant Thornton Armenia is a member firm of Grant Thornton International Ltd (GTIL). Grant Thornton International Ltd (GTIL) and the member firms are not a worldwide partnership. GTIL and each member firm is a separate legal entity. Services are delivered by the member firms. GTIL does not provide services to clients. GTIL and its member firms are not agents of, and do not obligate, one another and are not liable for one another's acts or omissions.