



Metody komunikacji

Komunikacja odgrywa istotną rolę w naszym codziennym życiu biznesowym co sprawia, że musimy skutecznie komunikować się z różnymi interesariuszami. Realizując projekty Six Sigma rozwijamy się z różnymi raportami, planami, protokołami spotkań, statusem projektu i wynikami. Należy je przekazać różnym interesariuszom i członkom organizacji w inny sposób. Istnieją różne metody komunikacji umożliwiające efektywne prowadzenie biznesu.

Komunikacja ustna

Jest to komunikacja werbalna obejmująca słowo mówione, przez telefon lub twarzą w twarz, wideokonferencje, czat głosowy, spotkania lub inne media. Różne rodzaje komunikacji nieformalnej, takie jak nieformalne rozmowy na czacie lub w jadalni, oraz komunikacja formalna, taka jak konferencje i wykłady, są formami skutecznej komunikacji ustnej.

Komunikacja pisemna

Komunikacja pisemna jest najbardziej odpowiednia w przypadkach wymagających szczegółowych instrukcji, gdy coś musi być udokumentowane lub w sytuacjach, gdy dana osoba jest zbyt daleko, aby rozmawiać osobiście lub przez telefon. Niektóre z pisemnych komunikatów



to propozycje projektów, e-maile, notatki, dokumenty elektroniczne, broszury, raporty, plakaty, podręczniki, czasopisma itp.

Plan komunikacji

W każdym projekcie zespoły muszą upewnić się, że informują kluczowe osoby. To pomaga i zwiększa zaangażowanie w wysiłek. Plan komunikacji to narzędzie, które pomaga członkom zespołu określić ważne szczegóły, takie jak z kim komunikacja będzie prowadzona, jaki jest przekaz i częstotliwość komunikacji. Podczas opracowywania planu komunikacji należy wziąć pod uwagę kilka obszarów.

Odbiorcy

Każda osoba/grupa, która będzie otrzymywać wiadomości, powinna być wymieniona osobno w planie komunikacji. Należy wymienić wszystkich interesariuszy, a także inne osoby, które muszą być na bieżąco informowane. Nie należy wymieniać członków zespołu, ponieważ są oni odpowiedzialni za rozpowszechnianie wiadomości.

Komunikaty

Informacje przekazywane odbiorcom i grupom powinny opierać się na ich konkretnych potrzebach i oczekiwaniach. Treść komunikatów może się zmieniać na różnych etapach projektu. W miarę postępu projektu komunikaty



koncentrują się bardziej na postępach, konkretnych ustaleniach, wynikach oraz problemach i rozwiązaniach, które zostały opracowane. Podsumowanie końcowych wyników projektu i wszelkich zalecanych przyszłych działań jest najczęściej zamieszczane na końcu.

Media

Istnieje wiele sposobów dostarczania wiadomości, a wybór najwłaściwszej opcji zależy od kilku czynników. Na przykład decyzja, czy skorzystać z komunikacji twarzą w twarz, czy wiadomości e-mail, byłaby oparta na bliskości członków zespołu do interesariusza i poziomie szczegółowości, jaki interesariusz musi zachować, aby pozostać zaangażowanym.

Częstotliwość

Aktualizacje każdego projektu muszą być podawane na początku i na końcu projektu, a także po zakończeniu każdego głównego kamienia milowego lub etapu. Złożone analizy i nowe ustalenia mogą wymagać specjalnej komunikacji. Da to zainteresowanym stronom możliwość przeanalizowania i zaznajomienia się z dostarczonymi informacjami.

Timing

Komunikaty powinny być zaplanowane na godziny, które są dostępne dla odbiorców. Niewiele można zyskać, przypierając interesariusza do muru,



nawet jeśli zespół uważa, że wiadomość jest pilna. W przypadku regularnie publikowanych danych odpowiednia data lub okres czasu może być odpowiedni do udostępniania informacji.

Odpowiedzialność

Należy przydzielić jednego lub więcej członków zespołu, aby zapewnić, że komunikacja jest prowadzona zgodnie z przeznaczeniem dla określonego odbiorcy.

Mechanizm informacji zwrotnej (*feedback*)

Komunikacja to proces dwukierunkowy, który działa najskuteczniej, gdy zarówno nadawcy, jak i odbiorcy skutecznie komunikują się z informacjami zwrotnymi. Techniki takie jak aktywne słuchanie, zadawanie pytań sprawdzających, ankiety, grupy fokusowe i wywiady indywidualne itp. pomagają nam uzyskać skuteczną informację zwrotną na temat trwających projektów.