

منشیگری مدرن

## Modern Secretary



مدرس: دکتر کامران صحت

---

[Dr. Kamran Sehat](#)

Mobile: 0912 100 8545 - [dr.sehat@Yahoo.co.uk](mailto:dr.sehat@Yahoo.co.uk)

[www.SehatLearning.ir](http://www.SehatLearning.ir)

Without Learning, No Success!



دکتر کامران صحت متولد ۲۴ خردادماه سال ۱۳۵۳ دارای مدرک دکترای DBA گرایش بازاریابی از انگلستان می باشد. عمده فعالیت های اجرایی وی آموزش و مشاوره در زمینه های مرتبط با مباحث بازاریابی، تبلیغات، فروش و خدمات پس از فروش می باشد. همچنین مباحث پیشرفته ارتباطات نیز از جمله زمینه های آموزشی او می باشد. دکتر کامران صحت در سال ۱۳۸۲ مبحث پیشرفته "منشیگری مدرن" را در ایران طراحی نموده است و تاکنون هزاران منشی و مسوول دفتر تحت آموزش های پیشرفته او تعلیم دیده و در سازمان های مختلف مشغول به فعالیت می باشند. همچنین ده ها عنوان مقاله از او در نشریات معتبر کشور به چاپ رسیده است و ده ها عنوان کتاب از او به عنوان تالیف یا ترجمه چاپ رسیده است. او دارای بیش از یکصد عنوان DVD آموزشی و CD صوتی آموزشی می باشد.

عمده مباحث قابل آموزش توسط دکتر کامران صحت عبارت است از:

بازاریابی تلفنی - بازاریابی دیجیتال - تکنیک های افزایش فروش - ارتباطات موثر - زبان بدن - تکنیک های نفوذ در دیگران با NLP - مهندسی فروش - بازاریابی شبکه ای - فروش و فروشندگی حرفه ای - تکنیک های متقاعد کردن مشتری - لباس رسمی مذاکرات فروش - تکنیک های موثر پذیرایی در مذاکرات فروش - مدیریت ارتباط با مشتریان CRM - تکنیک های موثر مذاکرات - مدیریت موثر زمان در مذاکرات بازرگانی - اصول روابط عمومی در سازمان های مدرن - مکاتبات اداری و تجاری به زبان انگلیسی - اصول گزارش نویسی پیشرفته به زبان فارسی و انگلیسی - نگارش ایمیل موثر - نگارش متن ها و نامه های بازاریابی و فروش - آیین نگارش مکاتبات اداری - اصول روش های بایگانی اسناد و مدارک فروش - منشیگری مدرن - مسوول دفتر موثر - اصول تبلیغات نوین در ایران و ده ها عنوان آموزشی دیگر

عمده شرکت هایی که از خدمات آموزشی و مشاوره ای دکتر کامران صحت استفاده نموده اند عبارتند از:

بانک ملت - بانک مسکن - ایران خودرو - سایپا - مرسدس بنز ایران - هاکوپیان - زیراکس - دانشگاه آب و برق وزارت نیرو (شهید عباسپور) - مرکز آموزش بازرگانی - انستیتو ایزایران - بورس اوراق بهادار - دخانیات - استیل البرز - داده ورزشان هامون - مبلمان اداری ماندگار - مرکز تحقیقات و آموزش وزارت نیرو - نیروگاه کازرون - مناطق نفتخیز جنوب - نفت مناطق مرکزی ایران - شرکت پخش فرآورده های نفتی - شرکت پالایش و پخش فرآورده های نفتی - نفت و گاز گچساران - گروه ملی فولاد - آب و فاضلاب استان تهران - ارتباطات سیار (همراه اول) - سازمان ثبت احوال - ال جی - فروشگاه های زنجیره ای رفاه و ده ها شرکت معتبر دیگر

## نکات مهم در منشیگری مدرن را بیاموزید!

### فروش یخچال به اسکیمو

بارش‌های نوین دکتر کامران صحت  
 دارای مدرک دکترای از رایبی از انگلستان  
 خود را به روز نمایید.  
 روشی نو، اثری چند برابر!  
 به راحتی می‌توان از رقبای پیشی  
 گرفت. کمر بندها را ببندید.  
 لحظه‌ای درنگ نکنید.  
 زمان در حال گذر است.  
**اهمیت صدم ثانیه را از نفر دوم**  
**مسابقه دوی صد متر بپرسید.**  
 پس هم اکنون تماس بگیرید...

شرکتی که فقط در اسد ایجاد می نماید به طور یقین دچار مشکل خواهد شد.  
 (هتزی هورد)



Without Learning No Success®

things to DO Today

Kamran Sehat  
 PhD in Business Administration, D.B.A.  
 from American University of London  
 2. mob (498) 912 100 85 45  
 3. www.SehatLearning.com  
 4. www.SehatLearning.persianblog.ir  
 5. info@SehatLearning.com  
 6. dr.sehat@yahoo.co.uk

سمینار  
 دوره  
 مشاوره  
 CD صوتی  
 DVD تصویری

by 5DeDS.com

## شرح وظایف

بر اساس طرح طبقه بندی و ارزیابی مشاغل سازمان مدیریت و برنامه ریزی جمهوری اسلامی ایران، تعاریف و وظایف مسوول دفتر رییس دفتر و منشی در رسته اداری قرار دارد و به شرح زیر است:

### عنوان رشته: منشی

#### تعریف:

این رشته در برگرنده طبقات مشاغلی است که متصدیان آنها تحت نظارت مقام مافوق عهده دار انجام وظایف منشیگری می باشند.

#### نمونه وظایف و مسوولیت ها:

- برقراری تماس با وزارتخانه ها، موسسات و ارگان های دولتی و سفارتخانه ها به منظور هماهنگی و تنظیم برنامه ملاقات ها، کنفرانس ها و سمینار ها.
- تنظیم لیست متقاضیان داخلی یا خارجی ملاقات با مقام مربوطه و تعیین ساعات ملاقات برای آنها.
- تهیه و تنظیم گزارشات لازم پیرامون مطالب و وقایع مهم روزانه جهت ارائه به مقام مربوط.
- ابلاغ دستورات مقام مربوطه به اشخاص و موسسات ذیربط و واحد های تابعه بر حسب خط مشی تعیین شده و پیگیری آنها.
- تلخیص گزارشات تهیه شده برای مقام مربوطه.
- آماده نمودن سوابق و پرونده های مربوط به کمیسیون ها، جلسات و سمینارها برای اطلاع مقام مربوطه.
- انجام اقدامات لازم در زمینه برقراری ارتباط تلفنی مقام مربوط.
- انجام اقدامات لازم در زمینه دریافت، ثبت و توزیع و نگهداری و بایگانی کردن پرونده ها و سایر اسناد و مدارک واحد مربوط.
- تهیه برخی از نامه ها و متن تلگرام ها جهت مخابره.
- عنداللزوم ماشین کردن نامه ها، گزارشات، جداول و فرم های مورد نیاز.
- انجام سایر امور مربوط.

#### شرایط احراز از نظر تحصیلات و تجربه:

وجود یکی از شرایط زیر:

- دانشنامه لیسانس یا فوق لیسانس یا دکترا در یکی از رشته های گروه: امور اداری و مدیریت، علوم اجتماعی، روانشناسی و حصول تجارب مربوط طبق جدول شرایط احراز.

## صفات، ویژگی ها و توانمندی ها

### وضع ظاهری و پوشش

وضعیت ظاهری افراد در سازمان از اهمیت ویژه ای برخوردار است و یکی از مهمترین مبنای قضاوت سایرین محسوب می شود. حفظ آراستگی، نظافت، پوشش مناسب محیط های کاری و ... از ویژگی های مهم وضعیت ظاهری محسوب می شود. ظاهر افراد نه تنها بر ادراک دیگران از رفتار ایشان تاثیر می گذارد بلکه بر واکنش دیگران نسبت به ایشان نیز موثر است. به طور کلی چنین استنباط می شود که فرد مرتب، کارمندی حرفه ای در سازمان است بنابراین نوع برخورد با ایشان نیز متفاوت خواهد بود. وضعیت ظاهری به خصوص در نگاه اول یا اولین برخورد با افراد، از ویژگی های بسیار مهم در ارتباطات موثر محسوب می شود. برای مثال در تمامی ارتباطات روزمره، همواره، ما بر اساس نوع لباس پوشیدن سایرین (شیک پوش یا ژنده پوش) با آنها برخوردهای متفاوتی خواهیم داشت. **پس می بایست در محیط های سازمانی با وضعیتی مناسب و آراسته ظاهر شویم.** وضعیت ظاهری به خصوص در مورد پوشش افراد در کشورهای مختلف به فرهنگ، آیین، دین و ... حتی از سازمانی به سازمان دیگر متفاوت و حتی به نوع کار نیز بستگی دارد.



بی گمان پوشش نیز یکی از مهمترین فاکتورهای هر منشی نوع پوشش ظاهری وی می باشد که معرف شخصیت او نیز است. پوشش در سازمان های مختلف بر اساس فرهنگ سازمانی و بر اساس فرهنگ هر بخش، شهر، کشور می تواند متفاوت باشد. پیش از حضور در هر سازمان شایسته است از افراد با سابقه در خصوص نوع پوشش رسمی سازمان سوال شود تا دچار مشکل نگردیم.

### اعتماد به نفس

اعتماد به نفس یکی از مهمترین ابزار کسب موفقیت در هزاره سوم میلادی محسوب می شود. بدیهی است در کلیه امور روزانه، حفظ اعتماد به نفس از اهمیت ویژه ای برخوردار است. از گفتن جملاتی همچون "من قادر به انجام این کار نیستم" بپرهیزیم و همواره این حس را در خود تقویت نماییم که اگر فردی توانسته این کار را انجام دهد پس به طور یقین من هم می توانم.



برای کسب اعتماد به نفس می بایست به ویژگی های متمایز خود اتکا کرد. به توانایی های ویژه خود ببانیدشید و به کارهای موفقیت آمیزی که تاکنون انجام داده اید. اعتماد به نفس خود را تقویت نموده تا بتوانید در شرایط و موقعیت های مختلف بدون بروز هر گونه اضطراب و نگرانی پیروز میدان باشید.

### رفتار اجتماعی

منشی در سازمان می بایست رفتار اجتماعی معقولی داشته باشد. بدیهی است در هر سازمانی نکات مثبت و منفی زیادی وجود دارد. نوع برخورد افراد در مواجهه با این ویژگی ها، نشان دهنده رفتار اجتماعی ایشان است. همواره به خاطر داشته باشید سازمان شما اهدافی دارد و می بایست کلیه فعالیت های شما درون سازمان مطابق با اهداف سازمانی باشد. در چنین موقعیتی رفتار اجتماعی شما در جهت اهداف سازمانی است. انجام هر فعالیتی در سازمان که در جهت اهداف سازمانی نیست، در کار سازمان خلل ایجاد می نماید. برخی از این امور عبارتند از :

- مکالمات شخصی بیش از حد

- قرار بیش از حد با دوستان و رفقا در سازمان

- بی احترامی به همکاران و مراجعین

- .....

### حافظه و حضور ذهن

حافظه عبارت است از نگهداری وقایع گذشته و یادآوری آن در مواقع لازم. این ویژگی باعث می شود تا منشی از اولویت امور آگاهی داشته و پیگیری های لازم را در جهت اهداف سازمانی انجام دهد. جهت بهبود حافظه نیاز به تمرکز ذهن در زمان دریافت اطلاعات و آرایه به موقع آن جهت انتقال اطلاعات می باشد. به خاطر داشته باشید که در صورت وجود حافظه ای بسیار خوب، هرگز به آن متکی نباشید و همواره امور جاری سازمان را در جایی یادداشت نمایید.

## راز داری

منشی معادل واژه *Secretary* بر گرفته از کلمه *Secret* به معنای محرمانه می باشد. منشی می بایست محرم اسرار سازمان و مدیر خود بوده و تحت هیچ شرایطی این خصیصه نباید زیر سوال رود. بسیاری از امور سازمانی از قبیل حقوق، تصمیمات متخذه، پیشنهادات کاری، استخدام، اخراج و ... از طریق منشی به مدیر ارایه می گردد و این خود اهمیت راز دار بودن منشی را نشان می دهد. چه بسیار افرادی که با توجه به اسرار دریافتی از سازمان یا مدیر سو استفاده های زیادی کرده اند در نهایت موجب پشیمانی خواهد گردید. راز داری خصیصه ای است که در همه مکان ها و زمان ها و نزد همه افراد می بایست جلوه نماید.

## قابلیت تصمیم گیری

تصمیم گیری به مفهوم انتخاب بهترین راه حل ممکن از بین راه حل های مختلف در زمان مورد نظر، بدیهی است منشی باید بتواند در محیط کاری خود از این ویژگی در شرایط و مقتضیات سازمان بهره گیرد. به طور کلی کارشناسان فرآیندهای تصمیم گیری را بر شش مرحله، شناسایی کرده اند. در ابتدا تشخیص و تعیین مشکل یا مساله ای که در راه رسیدن به اهداف سازمانی یا فردی ایجاد گردیده است، در مرحله دوم یافتن راه حل های ممکن برای رفع مشکل یا مساله مورد نظر است. مرحله سوم شامل انتخاب معیاری برای سنجش و ارزیابی راه حل های ممکن است. مرحله چهارم تعیین نتایج حاصل از هر یک از راه حل های ممکن است. و در مرحله پنجم، ارزیابی راه حل ها از طریق بررسی نتایج حاصل از آنهاست و در آخرین مرحله انتخاب یک راه از میان راه های مختلف و ارایه تصمیم نهایی است.



## خلاقیت و نوآوری

خلاقیت به مفهوم تولید یک اندیشه و فکر نو است و نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است. یک منشی می بایست بتواند در محیط کار با استفاده از این دو ویژگی، سازمان را در جهت نیل به اهداف کمک و یاری نماید از جمله این ابتکارات می توان به مکانیزه کردن سیستم های منشی در سازمان نام برد.

## نحوه سخن گفتن

شیوه و نحوه سخن گفتن نمادی از شخصیت هر فرد می باشد که بدیهی است در زمان ها و مکان های مختلف نزد افراد مختلف باید متفاوت باشد، مثلن شیوه سخن گفتن با کودکی ۵ ساله و مدیر قطعن متفاوت خواهد بود و در یک جمله نحوه سخن گفتن می بایست در مخاطب تاثیر گذار باشد. متذکر می شوم که مهم نیست شما چه چیزی می گوئید مهم برداشت مخاطب از حرف شما است.

## خونسردی، حوصله، صبر

بدیهی است در هر سازمانی روزهای سخت وجود خواهد داشت سختی در سازمان به مفهوم ایجاد شرایطی است که باعث می شود در سازمان بتوانیم با حوصله و خونسردی به فعالیت های روزمره خود برسیم. همواره به یاد داشته باشیم کلیه اعمال ما در سازمان زیر ذره بین است و افراد در شرایط سخت شخصیت های متفاوتی از خود بروز می دهند. یک مراجعه کننده عصبانی، مدیر عصبانی، همکار نگران ممکن است ما را از حالت عادی رفتاری خارج نماید. تعمق در خصوص نوع برخورد با این اشخاص، موجب کمک به حفظ خونسردی می گردد.





## وقت شناسی

همه ما چه در محیط کار و چه در منزل و سایر مکان ها نیازمند تنظیم وقت خود هستیم. ترتیب انجام امور روزانه روی کمیت و کیفیت آنها تاثیر خواهد گذاشت.



وقت شناسی و استفاده بهینه از زمان در دسترس از ویژگی های هر منشی است. حضور پیش از ورود مدیر و ترک محل کار پس از خروج وی، انجام به موقع کارها در زمان مشخص از خصوصیات بارز منشی وقت شناس است. شناسایی اولویت های کاری هدف گذاری در کار و زندگی و شناسایی راه های رسیدن به اهداف سازمانی کمک می کند تا بتوانیم خود را بر اساس زمان برنامه ریزی نمایم.

## انضباط

انضباط، پایه و اساس تمدن بشری، عاملی برای جریان بهتر و سریع تر امور زندگی و حداقل چیزی است که می بایست در کلیه امور جاری، به آن توجه داشت. در امور مدیریتی، از اصول 5S محسوب می شود. انضباط به مفهوم تمرین تا آنجا که افراد به طور طبیعی کارشان را درست انجام دهند. در این مفهوم انضباط مساوی با تغییر عادات ناشایست و ایجاد عادات مطلوب است. یک سازمان منظم، نیاز به برنامه ریزی منظم و کارکنان منظم دارد. محل کار منشی باید چنان منظم باشد که در آن هر کس بداند از او چه انتظاری می رود و به انجام صحیح آن مبادرت نماید. به خاطر داشته باشیم که در فرآیندهای سازمانی ابتدا نظم و ترتیب اهمیت دارد و سپس انجام کار در مرحله بعدی صورت می پذیرد پس اول تمیز کن، بعد کار کن. می گویند: "محیط کار، خانه دوم است"، اجازه دهید با توجه به اینکه بهترین ساعات روز را با همکاران در محیط های کاری سپری می کنیم، محل کار را همچون خانه خود، محیط اول باشد. نظم و انضباط را سرلوحه امور در سازمان قرار دهیم تا نتایج مطلوب تری بدست آوریم.

## آموزش

آبراهام لینکلن می گوید: "اگر برای بریدن درختی ۶ ساعت وقت داشته باشم، ۴ ساعت آن را صرف تیز کردن تبرم می کنم." تیز کردن تبر به مثابه آموزش دیدن مهارت های مورد نیاز است. منشی حرفه ای همواره آماده آموزش گیری و آموزش دهی است. باید از کلیه فرصت های فراگیری مرتبط با اهداف سازمانی و فردی بهره بجوییم و بتوانیم به عنوان یک معلم کلیه امور محوله را به سایرین در سازمان آموزش دهیم تا در غیاب ما به هر علتی (مرخصی، ماموریت، بیماری و...) امور سازمانی دچار مشکل نگردد که آن نیز مستلزم حوصله، صبر، خونسردی، قابلیت انتقال مطالب و دریافت باز خور مناسب میباشد.

## زبان خارجه

بی شک داشتن زبان خارجه در هزاره سوم میلادی یکی از مهمترین ویژگی های بارز هر فرد است در این راستا بخصوص دانستن یک زبان خارجی متناسب نیازهای سازمان می تواند ما را در پیشرفت روز افزون در فعالیت های کاری یاری نماید.

## کامپیوتر

امروزه با توجه به روند رو به رشد کامپیوتر، آشنایی با کامپیوتر و نرم افزارهای مورد نیاز یکی از ابزار مهم محسوب می شود به طوری که عدم اطلاع و آگاهی از علم کامپیوتر موجب عدم پیشرفت در فعالیت های کاری می گردد. عمده نرم افزار مورد نیاز هر منشی عبارت اند از: *Word, Excel, Power Point, Access, Outlook*.



## آیین نگارش مکاتبات اداری فارسی و انگلیسی

یک منشی حرفه ای می بایست با کلیه تخصص های مرتبط با مکاتبات اداری و اصول گزارش نویسی در سازمان به زبان فارسی و انگلیسی تسلط داشته باشد. چراکه بسیاری از ارتباطات درون و برون سازمانی به وسیله مکاتبات ایجاد می گردد و لزوم استفاده از مکاتبه ای موثر در ایجاد تصویری مثبت از شما و سازمان شما بسیار تاثیرگذار خواهد بود.

### اصول و روش های بایگانی

یک منشی حرفه ای می بایست با اصول بایگانی در سازمان آشنایی داشته باشد. شناخت سیستم بایگانی هر سازمان و لزوم ایجاد سیستمی استاندارد و در نهایت ایجاد سازمانی بدون کاغذ (Paperless) که در مقوله اتوماسیون اداری می گنجد، از دیگر تخصص های اداری مورد نیاز منشی است.

### ارتباطات موثر

روانشناسی به نام آلبرت مهربابیان رابطه زیر را جهت ارتباطات موثر حضوری کشف کرد که بیانگر این موضوع است که ۵۵٪ ارتباطات موثر به شکل ظاهری و رفتار افراد، ۳۸٪ به نوع گفتار و فقط ۷٪ به محتوای کلام بستگی دارد. به عبارتی:

عامل	درصد تاثیر
شکل ظاهری	۵۵٪
نوع گفتار	۳۸٪
محتوای کلام	۷٪

همانگونه که ملاحظه می فرمایید کمترین میزان تاثیر گذاری بر مخاطب به محتوای اصلی پیام بستگی دارد. حال به توضیح موارد مذکور می پردازیم و آنها را بررسی خواهیم نمود.

### شنود موثر

بیشتر مردم گوش شنوا ندارند چرا که همواره شنیدن علمی بسیار دشوار است. ما آموخته ایم که بیشتر گوینده باشیم تا شنونده.

### چند نکته جهت نشان دادن شنود موثر

- در ارتباطات رو در رو یا حضوری با حفظ تماس چشمی و تکان دادن سر به نشانه تایید حرف های مخاطب به مخاطب نشان دهید که حرف های او را می شنوید.
- در ارتباطات تلفنی با گفتن کلماتی همچون، "بله"، "صحیح می فرمایید"، "حتمن"، "چشم"، و... به مخاطب القا کنید که حرف های او را می شنوید.
- از حرکات اضافی مانند نگاه کردن به اطراف، ساعت، ورق زدن و نوشتن خودداری نمایید.
- حرف مخاطب را قطع نکنید، اجازه دهید تمام مطالب خود را بازگو کند، سپس مطالب خود را ارایه نمایید.
- پرسش هایی مطرح کنید که مخاطب احساس کند به مطالب او گوش داده اید.

### دلایل عدم شنود موثر

همچنین دلایل زیادی وجود دارد که چرا وقتی با فردی صحبت می کنید، او به حرف های ما توجه نمی کند. این دلیل عبارتند از:

- مخاطب از ما خوشش نمی آید.
- مخاطب از مطالب ما خوشش می آید.
- زمان کافی برای شنیدن مطالب ما را ندارد.
- بیماری روحی و روانی.
- مطلب ارایه شده ربطی به مخاطب ندارد.
- مخاطب بیشتر علاقه دارد گوینده باشد تا شنونده.
- سر و صدای محیط بیش از حد است.



## ارتباط رو در رو

در ارتباط رو در رو نیز فاکتورهای بسیار مهمی وجود دارد که با توجه به آنها و رعایت آن می توانیم درصد تاثیر گذاری بر مخاطب را افزایش دهیم. اولین گام در ارتباطات رو در رو نوع دست دادن است که باید مورد توجه قرار دهیم فراموش نکنیم خوب دست دادن می تواند تاثیر ارتباطات ما را افزایش دهد.

## نکاتی چند در خصوص ارتباطات رو در رو

- حفظ فاصله جانبی را در ارتباطات رو در رو در نظر بگیرید. این فاصله حریم نیم تا دومتری است. سعی کنید بیش از حد به مخاطب نزدیک نشوید چون حس بدی به وی دست می دهد.
- در هنگام صحبت کردن به چشمان مخاطب نگاه کنید. (حفظ تماس چشمی)
- به ازای هر چند ثانیه با تکان دادن سر به نشانه تایید، به مخاطب القا کنید که شنونده خوبی هستید (شنود موثر).
- از زبان بدن در ارتباطات استفاده کنید.
- نوع پوشش ظاهری شما متناسب با مخاطب باشد.
- از واژه های مورد علاقه مخاطب در هنگام صحبت کردن استفاده کنید.
- در انتقال پیام به مخاطب، شفاف و واضح عمل کنید.
- اطمینان حاصل کنید که مخاطب منظور اصلی شما را در یافت کرده است.
- مهم نیست که در ارتباطات چه می گوییم، مهم برداشت مخاطب از حرف های شماست.



مدیران در سازمان چه در سطوح میانی و چه در سطوح عالی سازمان، از اهمیت ویژه ای برخوردارند. در ارتباط رو در رو با مدیران، با توجه به اینکه این گروه از منابع انسانی در سازمان، با تفکرات و ویژگی های خاص خود در خدمت اهداف سازمانی هستند، نوع ارتباطات می بایست به گونه ای ظریف و حساس باشد تا تاثیر مطلوب را در ایشان ایجاد نماید. به عنوان یک پیشنهاد، تلاش کنید تا مدیر خود را هر چه بیشتر شناسایی کنید تا بتوانید ارتباط بهتری با وی برقرار سازید. این شناخت می تواند هم در رده زندگی کاری و هم در رده زندگی شخصی وی باشد. تلاش نمایید تا به عنوان یک اصل، از سبک زندگی، اولویت های کاری و سطح انتظارات او آگاهی پیدا کنید. اینها همه به شما کمک می کند تا در ایجاد ارتباط موثر با ایشان، موفق عمل کنید. شیوه دیگری که از لحاظ ارتباطی می تواند در ارتباطات موثر با مدیران تاثیر گذار باشد، نوع لباس پوشیدن شماست. بدیهی است مدیری که در سیستم های کاری با لباس رسمی ظاهر می شود، از افرادی با پوشش رسمی لذت بیشتری می برد. حتی قرابت و نزدیکی با مدیر تا آن حد مطلوب است که در ارتباطات با سایرین، از واژه های مدیر خود استفاده کنید، نوع رفتار شما همچون او باشد و تا ممکن است در همه زمینه ها شباهت ایجاد نمایید تا در ایجاد ارتباطات، موثر تر عمل نمایید. به نکات زیر توجه کنید:

- همواره در آمد و شد مدیران از جای خود به نشانه احترام برخیزید.
- هنگامی که مدیر شما را فرا خواند با نهایت احترام نزد وی بروید.
- وقتی پشت میزتان نشسته اید و با شما صحبت می کنند، از جای خود برخیزید.
- تا اجازه نداده اند، ننشینید.
- در صورت ایستادن، خبردار و بدون هیچ حرکتی بایستید.
- تا از شما سوالی نپرسیده اند، پاسخ ندهید و یا حرف وی را قطع نکنید.
- هرگز به حافظه خود اتکا نکنید، بنابراین نزد مدیران همواره با دفتر یادداشت و خودکار حاضر نشوید.
- اگر نکاتی را جهت پیگیری، یادآوری و... به شما متذکر می شوند، فقط کلید واژه های آن را یادداشت کنید.
- تا اجازه نداده اند از اتاق خارج نشوید.
- هنگام صحبت کردن فقط به وی نگاه کنید.
- چنان وانمود کنید که حرف های او را به طور کامل می شنوید.
- در صورتی که حس کردید مدیر شما با فردی به صورت خصوصی صحبت می کند اتاق را ترک نمایید.



امروزه ایجاد ارتباط موثر با ارباب رجوع از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در سازمان های حرفه ای به ارباب رجوع به چشم مشتریانی نگاه می کنند که دوام و بقای هر سازمانی به آن ها بستگی دارد. بدیهی است در صورت ایجاد ارتباطات ناموثر با این افراد، موقعیت سازمان به خطر خواهد افتاد. مشاهیر جهان همواره بر لزوم مشتری مداری تاکید داشته اند. ادوارد دمینگ پدر کیفیت معتقد است: "مشتری، مهمترین عنصر در زنجیره فعالیت های تولیدی و خدماتی است. اگر شخصی به نام مشتری محصول ما را خریداری نکند، به احتمال بسیار زیاد مجبور به تعطیلی کسب و کار خود خواهیم شد." مهماتمیر گاندی معتقد است: "مشتری مهمترین بازدید کننده در محدوده ماست. او به ما وابسته نیست. ما به او وابسته ایم. او مزاحم کار ما نیست. او هدف ماست. او یک بیگانه در کار ما نیست. او بخشی از آن است. ما با انجام کار او لطفی در حق او نمی کنیم. اوست که با فراهم کردن این فرصت به ما لطف می کند." با این دیدگاه امروزه در سازمان های مدرن واحدهایی تحت عنوان CRM وجود دارد که با عنوان "مدیریت ارتباط با مشتریان" شناخته شده است و رسالت آن همانا ایجاد سیستم های مشتری مدار است. در سازمان های دولتی داخل کشور نیز لزوم توجه به ارباب رجوع در قالب مصوباتی از طرف سازمان های ذیربط برای القای اهمیت برخورد با ارباب رجوع، ایجاد گردیده است که از مهمترین آن می توان به "طرح تکریم ارباب رجوع"، مصوب سازمان مدیریت و برنامه ریزی اشاره کرد.



- هنگام ورود ارباب رجوع، شخصیت وی را از فاکتورهایی که تاکنون گفته ایم حدس بزنیم.
- با خوشرویی با او برخورد کنید.
- از او دعوت کنید تا بنشیند.
- علت مراجعه وی را بپرسید.
- هنگام صحبت کردن او، به چشمان وی نگاه کنید.
- شنود موثر را با فاکتورهای ارتباطات غیر کلامی القا کنید.
- با وی همدل شوید و خود را در جایگاه او قرار دهید.
- مشکل او را درک کنید و جهت حل مشکل وی نهایت تلاش خود را از انجام دهید.
- در صورت نیاز به مراجعه مجدد به او زمان مراجعه و ساعت دقیق بدهید.
- از او بخواهید که با مدارک کامل حاضر شود.
- از فرم های اداری جهت راهنمایی وی استفاده نمایید.
- وقت همه برای خودشان ارزشمند است، برای وقت مردم احترام قایل شوید.
- همکاران خود را حمایت کنید.
- اطمینان حاصل کنید که وی دریافت کرده است که شما به فکر وی هستید.

## ارتباط با همکاران

ارتباطات با همکاران از اهمیت ویژه ای برخوردار است. چراکه بسیاری از فرآیندهای کاری در ارتباط با سایر همکاران در سازمان است. لزوم ایجاد ارتباطی موثر باعث می شود تا در سیستم های کاری موفق تر عمل نمایید.

- با خوشرویی با آنان برخورد کنید و ارتباطات موثر برقرار کنید.
- حفظ تماس چشمی را فراموش نکنید.
- شنود موثر داشته باشید.
- از صحبت های شخصی و غیرضروری بپرهیزید.
- به همکاران خود القا کنید که برای مراجعه نزد شما باید وقت بگیرند.
- با آنان همدل باشید.





## ارتباطات تلفنی

ارتباطات تلفنی یکی فرآیندهای ارتباطات غیر حضوری است که از نقطه نظرهای مختلفی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. همچون شمشیری دو لبه، تلفن می تواند هم برای شما مفید و هم مضر باشد. در ارتباطات تلفنی با توجه به عدم امکان رویت مخاطب، فاکتورهای موثر ارتباط رو در رو کاهش می یابد ولی کماکان برای ایجاد ارتباط موثر می توان تکنیک های خاصی را به کار برد. در این نوع مکالمات با توجه به اینکه فقط صدای مخاطبین رد و بدل می شود، می بایست چنان با مخاطب ایجاد ارتباط نمود تا به اهداف ناشی از تماس دست یابیم. در استفاده از تلفن مواردی را هم به عنوان تماس گیرنده و هم به عنوان پاسخ دهنده، نکاتی را مطرح می کنیم که از اهمیت ویژه ای برخوردار است.



### چند نکته جهت ارتباطات تلفنی شما

- از مکالمات شخصی بپرهیزید.
- بیشتر از سه زنگ، مخاطب را معطل ننمایید.
- هرگاه که فردی به سازمان شما زنگ می زند، هنگام برداشت گوشی سازمان خود را نام ببرید.
- هرگز به مخاطب نگویید: "حدس می زنم"، "احتمالاً"، "فکر می کنم"، مطمئن صحبت کنید.
- قبل از تماس با سازمان، اطلاعات مورد نیاز موضوع صحبت را آماده کنید.
- هرگاه با سازمانی تماس گرفتید، سازمان، واحد و نام خود را در ابتدای مکالمه تلفنی ذکر کنید.
- در هنگام مکالمه تلفنی روی کلمات کلیدی تاکید کنید یا چند بار از آنها استفاده نمایید.
- هدف از تماس گرفتن را بیان کنید.
- از دادن اطلاعات غیر ضروری به افراد نا شناس و آشنا بپرهیزید.
- شنود موثر داشته باشید.
- بیش از حد او را *HOLD* ننمایید.

- مکالمات را با نتیجه گیری کامل خاتمه دهید.
- تلفن های غیر مرتبط با واحد خود را به دیگران تفویض کنید.
- هرگز بدون هماهنگی با مدیر خود، به مخاطب وعده ندهید.
- پیام دستگاه منشی تلفنی خود را به مناسبت های تبریک، تسلیت، عید و عزاداری تغییر دهید.
- قبل از ارتباط به مدیر خود، اطمینان حاصل کنید که کلیه اطلاعات را دریافت نموده اید.
- هرگز با اطمینان به تماس گیرندگان نگویید که مدیر شما می تواند با ایشان صحبت کند.
- هنگام دریافت اطلاعات تلفنی، کلید واژه ها را یادداشت کنید تا فراموش شود.
- اگر قرار است پیامی را به فردی منتقل کنید، در صورت عدم حضور وی در سازمان، از فردی که گوشی را برداشته بخواهید پیام شما را بگیرد و به فرد مورد نظر انتقال دهد. در این حالت اطلاعات کامل فردی که گوشی تلفنی را برداشته به طور کامل یادداشت کنید و مراتب را به مدیر خود اطلاع دهید.
- در صورت پرسش راجع به موضوعی که اطلاع ندارید بهتر است بگویید: "اجازه بفرمایید بررسی کنم و به شما اطلاع دهم"، از به کار بردن عباراتی همچون "من در جریان نیستم" یا "اطلاع ندارم" و یا "ابن چنین مطلبی را نشنیده ام" خودداری کنید.
- مشخصات فردی تماس گیرنده را در جداولی که از پیش تهیه کرده اید، ثبت نمایید و یا با استفاده از نرم افزارهای رایج همچون Outlook، ثبت کامپیوتری نمایید.

#### برگه ثبت مکالمات تلفنی

تاریخ تماس:

ساعت تماس:

نام و نام خانوادگی:

سمت:

سازمان:

شماره تلفن:

فکس:

موضوع:

نتیجه:

## آیین نگارش مکاتبات اداری

مکاتبات به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی جهت نقل و انتقال اطلاعات به صورت مکتوب مورد استفاده قرار می گیرد. مکاتبات را می توان از جنبه های مختلف تقسیم بندی نمود، که در آینده به آن خواهیم پرداخت ولی ارتباطات در مکاتبات نیز قابل تقسیم بندی است که می توان آن را به ارتباطات عمودی و افقی تقسیم بندی نمود. این تقسیم بندی تنها با در نظر گرفتن چارت سازمانی قابل بررسی خواهد بود.

### ابعاد، نامه های اداری

هر نامه اداری از پنج قسمت زیر تشکیل گردیده است:

- سر لوحه
- عناوین
- متن
- امضا
- رونوشت



## سرلوحه

سرلوحه در بالای کاغذهای اداری قرار دارد که به طور معمول شامل آرم (لوگو)، نام سازمان، شماره، تاریخ، پیوست و در برخی موارد اطلاعات سازمان از جمله: نشانی، تلفن، فکس، صندوق پستی، کد پستی، پست الکترونیکی و وب سایت اینترنتی می باشد.

برای قرارگیری نام و آرم سازمان در سرلوحه، هیچ گونه استاندارد خاصی وجود ندارد و به طور کلی، جایگاه قرارگیری آن، اختیاری است. در بخش شماره، تاریخ و پیوست، به خاطر داشته باشید که برای درج شماره نامه، از دفتر اندیکاتور استفاده می نماییم که در بخش بعدی روش های شماره گذاری و شماره کردن نامه را به تفصیل ارایه خواهد شد. در محل تاریخ، ذکر تاریخ روز صدور نامه الزامی است. فراموش نکنید که تاریخ به صورت کامل ذکر گردد و از ذکر سال به صورت دو رقمی خودداری نمایید. در محل پیوست از نوشتن کلماتی همچون "دارد" خودداری کنید. در این بخش تعداد صفحات پیوست، ذکر گردد. لازم به توضیح است که در این صورت، ذکر جزئیات پیوست در متن نامه در داخل پرانتز الزامی است. در صورتی که پیوست نامه، مواردی غیر از برگه باشد نیز میبایست ذکر گردد. لازم به ذکر است در بسیاری از سازمان ها، همواره شماره، تاریخ و پیوست به صورت دست نویس نوشته می شود که در این حالت ممکن است این اطلاعات به آسانی قابل تشخیص نباشد، بنابراین پیشنهاد می گردد اطلاعات مذکور به صورت کامپیوتری همراه با متن نامه چاپ شود.



بسیاری از سازمان ها سالانه، هزینه های گزافی را صرف طراحی و چاپ سربرگ های رنگی با کیفیت ورق خوب می نمایند. با توجه به اهمیت کاهش هزینه، در سازمان ها، هنگامی که قرار است نامه شما فقط برای مخاطب فکس شود، بهتر است نامه روی سربرگ اصلی سازمانی شما چاپ نگردد. در این حالت از نوع جدید سربرگ که فقط برای ارسال فکس به صورت تک رنگ و روی ورق با کیفیت پایین، طراحی گردیده است، استفاده شود. به خاطر داشته باشید به هیچ وجه، این نوع سربرگ را به عنوان اصل نامه برای مخاطب ارسال ننمایید. در زیر نمونه ای از سربرگ طراحی شده که فقط ویژه ارسال فکس، می باشد. در نوع سربرگ فوق، درج آرم، یا لوگوی سازمانی و نشانی لزومی ندارد. نمونه سربرگ فوق روی گزینه *Template* نرم افزار *Word* از مجموعه *Office*، موجود می باشد که می توانید با انتخاب آن و ایجاد اطلاعات سازمانی در بخش مربوطه، از آن استفاده نمایید.

## عناوین

عناوین نامه، شامل سه بخش می باشد:

- عنوان گیرنده  
نام و سمت سازمان یا واحد سازمانی مخاطب است که نامه خطاب به آن نوشته می شود و به طور معمول با کلمه "به" مشخص می شود.
- عنوان فرستنده  
نام و سمت سازمان یا واحد سازمانی فرستنده است که نامه از طرف آن سازمان نوشته می شود و به طور معمول با کلمه "از" مشخص می شود.
- موضوع نامه  
موضوع نامه عبارتی است کوتاه، جامع و مانع که بیان کننده موضوع و هدف اصلی از نگارش است و به طور معمول با کلمه "موضوع" مشخص می شود.

## متن نامه

متن نامه شرحی است که در خصوص موضوع یا هدف اصلی از نگارش نامه نوشته می شود. متن نامه از اهمیت ویژه ای برخوردار است چرا که مخاطب با خواندن اولین خطوط نامه شما، ممکن است از خواندن ادامه نامه سرباز زند. لزوم توجه خاص نسبت به نگارش جملات موثر در این بخش، باعث ایجاد تضمین خواندن نامه توسط مخاطب می گردد. در نگارش پاراگراف ها توجه داشته باشید که در اولین خطوط نامه، مخاطب را جذب خود و محتوای نامه نمایید. عدم استفاده از واژگان عربی، تهدید آمیز، توهین آمیز و دردسر ساز، استفاده از کلمات شیوا، ساده و روان، ویژگی های متون حرفه ای محسوب می شود.

متن نامه به صورت رسمی می بایست در سه پارگراف بیان شود. نحوه نگارش پاراگراف ها به دو صورت میسر است:

- در روش اول، جمله ابتدایی هر پاراگراف با اندکی فاصله از ابتدای سطر، شروع می شود.

.....

.....

.....

.....

- در روش دوم، جمله ابتدایی هر پاراگراف از همان ابتدای سطر، شروع می شود.

.....

.....

متن نامه بسته به اینکه اولین مکاتبه ما با سازمان مخاطب باشد یا مکاتبه دوم به بعد می تواند متفاوت باشد.

- پاراگراف اول  
این پاراگراف جهت مقدمه چینی و آماده سازی مخاطب جهت ایجاد ذهنیت و یادآوری مکاتبات قبلی نوشته می شود.
- پاراگراف دوم  
این پارگراف جهت تبیین هدف اصلی از نگارش جهت انتقال اطلاعات اصلی به مخاطب نوشته می شود.
- پارگراف سوم  
این پارگراف جهت اختتام و نتیجه گیری ایجاد گردیده و نویسنده نامه به طور معمول با این پاراگراف، نامه را جمع بندی و خاتمه می دهد.

### امضای نامه

رکن اصلی نامه و یکی از فاکتورهای رسمیت نامه محسوب می شود، بدون امضا نامه از سندیت برخوردار نیست. در اینجا ذکر چند نکته در خصوص امضا، که می بایست اجرا گردد ضرورت دارد:

- مسوولیت نامه با فردی است که نامه را امضا می کند.
- ذکر نام فرد امضا کننده، در محل امضا الزامی است.
- در صورت غیبت فردی که نام وی در محل امضا، قید گردیده و یا هر دلیل دیگر، نامه می بایست توسط فرد دیگری امضا شود که اینگونه نامه ها به صورت "از طرف" امضا می گردد و معنی و مفهوم آن این است که نامه از طرف فرد اصلی امضا گردیده است.
- امضای هر فرد می بایست ترکیبی از نام و نام خانوادگی و یا فقط نام خانوادگی وی است. بسیاری از افراد از اشکال مختلفی به عنوان امضا، استفاده می نمایند که در این حالت نوشتن دست نویس نام و نام خانوادگی آنها توسط خود ایشان در کنار امضا ضروری است.
- در تمام دنیا به عنوان یک رسم و یکی از اصول رسمیت اسناد، امضا با رواننویس یا خودنویس انجام می شود.

□ محل امضای نامه به هیچ وجه به صفحه دوم منتقل نمی شود و همواره محل امضا در صفحه اول قرار دارد. در صورت طولانی بودن متن برخی نامه ها، کلیه موارد مکتوب در نامه به عنوان پیوست و یک نامه پوششی روی آن قرار می گردد.

## رونوشت

رونوشت، واحدهای سازمانی و یا افرادی هستند که می بایست به غیر از گیرنده اصلی نامه، نامه به آنها نیز ابلاغ گردد و به طور معمول با عبارت "رونوشت به" مشخص می گردد.

نگارش رونوشت به دو صورت انجام می پذیرد:

- در روش اول، نام واحد سازمان و یا افرادی که قرار است نامه به آنها رونوشت شود به ترتیب در پایان نامه ذکر می شود و به تعداد رونوشت ها از نامه کپی تهیه می گردد و به ایشان ارایه می شود، هر فرد در هر واحد سازمانی به راحتی می تواند دریابد که نامه به کدام بخش های دیگر ابلاغ گردیده است.
- در روش دوم نام واحد سازمانی و یا افرادی که قرار است نامه به آنها رونوشت شود، به طور مجزا در صفحات جداگانه ای ذکر می گردد و هر فرد در هر واحد سازمانی قادر به تشخیص ابلاغ نامه به سایر واحدهای سازمانی نمی باشد.



## آیین نگارش مکاتبات انگلیسی

در دنیای امروز که دو فاکتور اطلاعات و ارتباطات از عوامل موفقیت افراد محسوب می شود، مکاتبات اداری به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی جهت انتقال اطلاعات بکار گرفته می شود. لزوم به روز بودن نحوه نگارش، اطلاع از استانداردهای مکاتبات رسمی، عنوان بندی، متون نامه ها، نحوه امضا کردن همه و همه در تاثیر گذاری بر مخاطب موثر است.

در این بخش بر آنیم که این اطلاعات را به نحوی امروزی و صحیح به علاقه مندان انتقال دهیم.

### معرفی بخش های مختلف یک نامه

- Sender's address	- نشانی فرستنده
- Date	- تاریخ
- Inside address (Receiver's address)	- نشانی گیرنده
- Salutation	- عنوان بندی
- Body of the letter	- متن نامه
- Complimentary close	- اختتامیه
- Signature	- امضا





<i>Sender's address</i>	Bredgate 51, DK 1260, Copenhagen K, DENMARK
<i>Date</i>	6 <sup>th</sup> May 2006
<i>Inside address</i> <i>(Receiver's address)</i>	Soundonic Ltd., Warwick House, Warwick St., Forest Hill, London SE23 1JF UNITED KINGDOM
<i>Attention Line</i>	<u>For the attention of the Sales Manager</u>
<i>Salutation</i>	Dear Sir or Madam,
<i>Body of the letter</i>	<p>Referring to your advertisement in the April edition of Sound Monthly.</p> <p>Please Would you send me details of your quadrophonic sound systems which were advertised in the April edition of <u>Sound Monthly?</u></p> <p>I am particularly interested in the Omega range of equipment that you specialize in.</p>
<i>Complimentary close</i>	Yours faithfully,
<i>Signature</i>	B. Kaasen

Dr. Kamran Sehat  
Training, Researching & Consulting  
Tel/Fax: (+98)21 44425886  
Mob: (+98)912 100 85 45  
e-mail: dr.sehat@yahoo.co.uk  
weblog: www.SehatLearning.persianblog.ir

مدرس:  
دکتر کامران صحت - دکترای مدیریت بازرگانی، انگلیسی  
بیش از ۱۴ سال سابقه تدریس، مدیریت و مشاوره

# سمینار آموزشی - کاربردی مهارت های برقراری ارتباط موثر

Effective Communication

هدف: امروزه میتوان گفت که ارتباطات، تمامی فعالیت های یک فرد را تحت الشعاع خود قرار داده است. نوع برقراری ارتباط در دستگیری به اهداف ارتباطی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این سمینار تلاش خواهیم نمود تا انواع مختلف ارتباطات را اعم از ارتباطات کلامی و غیر کلامی مورد بررسی قرار داده و نقش هر یک را در دستگیری به اهداف ارتباطی بررسی نماییم.



محتوای آموزشی سمینار:  
تصرف ارتباطات - نگاهی گذرا به  
تاریخچه ارتباطات - دسته بندی انواع  
ارتباطات از جهات مختلف - انواع  
ارتباطات غیر مضموری - ارتباطات مضموری  
نقش ظاهر در مخاطب - آینه کاری -  
ارتباطات کلامی - ارتباطات غیر کلامی -  
ارتباطات - NLP - Body language  
درون سلامتی و بزور سلامتی -  
ارتباطات شفاهی، مکتوب، تصویری و  
تربیتی - معرفی انواع مزیای ارتباطی  
- عوامل موثر در ایجاد ارتباط موثر -  
روانشناسی مخاطب - چه کنیم تا به  
اهداف ارتباطی دست یابیم - تقسیم  
بندی افراد در گروه های سه گانه جهت  
ایجاد ارتباطات موثر - تکنیک های نفوذ  
در دیگران - انگوهای برافروزد با انواع تیپ  
های رفتاری مخاطب - اهداف ارتباطی -  
مفاد اعتماد به نفس - تفریب مخاطب  
- دریافت اطلاعات از مخاطب -  
خودشناسی - بهانه های ارتباطی -  
معرفی نرم افزارهای حرفه ای در  
ارتباطات - پیش خایم.