



# Značaj i oblici poslovne komunikacije

SoftConsulting  s.p.

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.  
Neovisni poslovni savjetnik





## Definicija

- Poslovno komunicirati znači:
  - dijeliti informaciju sa drugima
  - proces u kojem se sugovornici međusobno obogaćuju
- Tokom procesa poslovnog komuniciranja se:
  - razmjenjuju misli
  - saopštavaju ideje
  - prenose poruke
    - između osoba u užoj i široj okolini ili
    - se uz pomoć globalne mreže (interneta) lako prenose kroz vrijeme i prostor
- Uspješno poslovno komuniciranje je:
  - sporazumijevanje
  - prijenos informacija, poruka i iskustava
  - stvaranje novih znanja i ideja
  - uslov bez kojeg se ne može poslovati



# Oblici poslovnog komuniciranja

- Komuniciramo svaki puta kada:
  - razgovaramo o poslovanju
  - pišemo poslovno pismo
  - šaljemmo poslovni e-mail
  - objašnjavamo neki poslovni projekat
  - poslovno telefoniramo
  - čitamo poslovne materijale - dokumentaciju
- Činimo to: verbalno i neverbalno
- Svaki puta kada to činimo na profesionalnoj razini predstavljamo:
  - ne samo sebe same
  - već i kompaniju kojoj pripadamo



# Struktura poslovne komunikacije

- Sastavljena od verbalne i neverbalne komunikacije:
  - 20-25% verbalne i
  - 75-80% neverbalne
- Predstavlja nedjeljivu cjelinu svojih komponenti:
  - ono šta se govori i ono šta se čini dok se govori je jedinstvena cjelina
  - jedino cjelovitom slikom može se doći do razumijevanja i ispravnog tumačenja sugovornika
- U svakodnevnoj komunikaciji možemo se naći u ulozi:
  - pošiljaoca ili
  - primaoca poruke
- 16% čitanje + 45% slušanje = 61% primanje informacija
- 30% govor + 9% pisanje = 39% slanje informacija



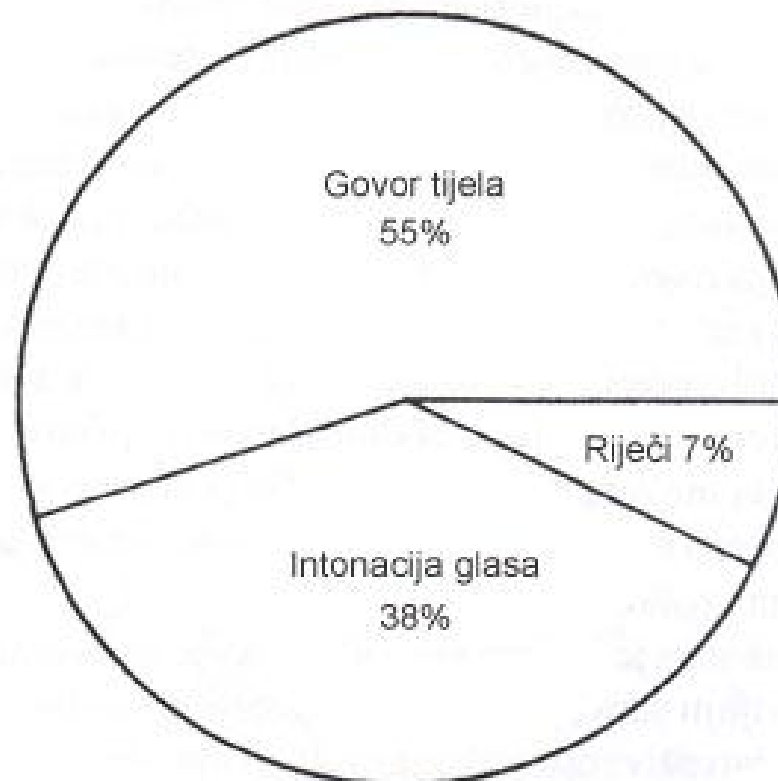
# Verbalna poslovna komunikacija

- Verbalna komunikacija je komunikacija putem riječi bez obzira na to da li su one pisane ili prenijete usmenim putem
- Znači možemo govoriti o verbalnoj:
  - usmenoj
  - pisanoj komunikaciji
- Veći dio naše svakodnevne, uobičajene, komunikacije čini usmena komunikacija
- Osnovna karakteristika usmene komunikacije:
  - nije trajna tj. dugovječna, osim ako je ne zabilježimo
- Pisana komunikacija obezbjeđuje zapise za budućnost , ali ima i nedostatak u vidu neophodnog prostora za skladištenjem zapisa



# Neverbalna poslovna komunikacija

- Poslovni razgovori bez riječi
- Govor tijela:
  - stav ( držanje)
  - izraz lica ( mimika)
  - gestovi
  - glas





# Formalna poslovna komunikacija

- Formalna, poslovna, komunikacija može biti:
  - vertikalna - između različitih nivoa hijerarhijske organizacije (silazna i uzlazna komunikacija)
  - horizontalna – sa osobama na istom hijerarhijskom nivou
- Horizontalna komunikacija je najčešći oblik razmjene informacija i pregovora kompanije sa drugim kompanijama
- Pisana, formalna, komunikacija je:
  - način slanja poruka
  - u tačno predviđenim i propisanim okvirima
  - definisano kroz normativnu regulaciju
    - organizacionom šemom
    - koncepcijom strukturisanja
    - funkcionisanja organizacije



# Neformalna poslovna komunikacija

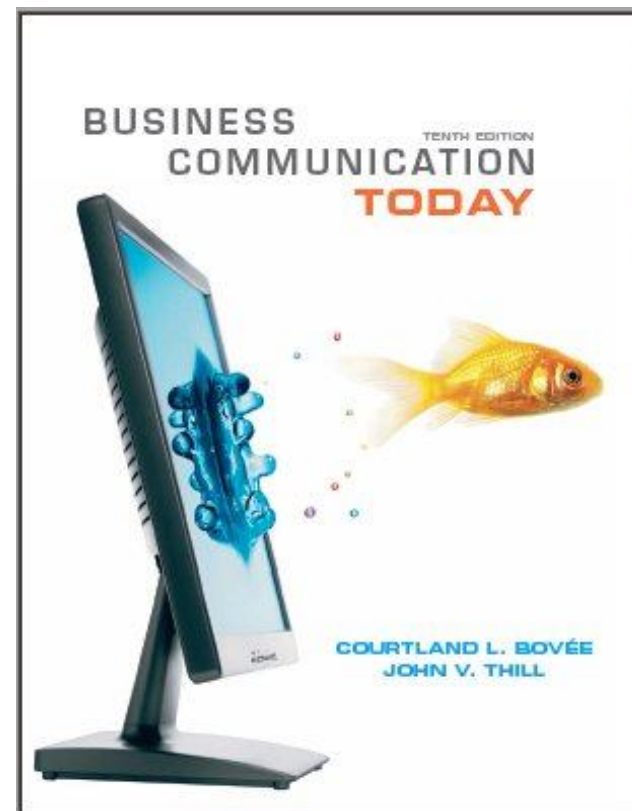
- Neformalna poslovna komunikacija je:
  - vrsta interakcije koja se ne odvija kroz službeno određene kanale komunikacije
- Neslužbene informacije potiču iz:
  - društvenih i ličnih interesa pojedinaca
  - ne iz formalnih zahtjeva kompanije
- Neformalna poslovne komunikacija neophodna je jer:
  - stvara opuštenu i ugodnu poslovnu klimu
  - ne treba i ne smije biti zamjena efikasnom formalnom sistemu komunikacije





# Vizuelna poslovna komunikacija

- Vizuelna komunikacija je:
  - univerzalni
  - najstariji vid komunikacije
    - koju možemo pratiti još iz doba praistorije do današnjih dana
- Gotovo sve, pa čak i najapstraktnije strukture, mogu se vizuelno prezentirati i time učiniti razumljivim
- Vizuelna komunikacija je:
  - komunikacija ideja kroz vizuelni prikaz informacija





# Virtuelna poslovna komunikacija

- Tokovi globalizacije danas su od svijeta napravili "veliko selo":
  - svi su najdirektnije upućeni jedni na druge
  - informacije se istog trenutka nađu u bilo kojem kraju svijeta
  - međusobna komunikacija i poslovanje postali su složeniji
    - zahtijeva mnogo aktivniji pristup komuniciranju na tržištu
- Virtuelna komunikacija je:
  - lišena dodira ,očiju i ušiju, odnosno osjetila općenito
  - odvija se "van-vremena" i "van-prostora"
- U elektronsku pisanu poslovnu komunikaciju ubraja se:
  - e-mail, web, chat ...



## Zaključak

- “Nije bitno ono šta se gleda, bitno je ono šta se vidi. „
  - *Henry David Thoreau*
- „Jednu reci, a dvije čuj.”
  - *Bosanska izreka*



Hvala na suradnji !

o Kontakt:

- [lejla.softic@savjetnik.ba](mailto:lejla.softic@savjetnik.ba)
- 061/897-262

