

KOMUNIKACJA, MARKETING I ZARZĄDZANIE PROJEKTEM WG POLSKIEGO "CHUCKA NORRISA"

Olaf Sawajner



**Dlaczego sprawna komunikacja
i umiejętność wywierania
wpływu - gwarantują sukces
w marketingu i zarządzaniu?**

Niniejszy ebook jest **własnością prywatną**.

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie, oraz odsprzedaży zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

© Copyright for Polish edition by ZloteMysli.pl

Data: 15.01.2008

Tytuł: Komunikacja, marketing i zarządzanie projektem wg polskiego Chucka Norrisa

Autor: Olaf Sawajner

Wydanie I

ISBN: 978-83-7582-062-1

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Anna Popis-Witkowska, Sylwia Fortuna

Skład: Anna Popis-Witkowska

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli Sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

SPIS TREŚCI

<u>WSTĘP – CZYLI PARĘ SŁÓW WPROWADZENIA</u>	5
<u>ROZDZIAŁ I:</u>	
<u>SKUTECZNA KOMUNIKACJA</u>	8
<u>1.1. Komunikacja w społeczeństwie</u> – wprowadzenie	8
<u>1.2. Komunikacja</u> <u>w relacjach interpersonalnych</u> – wprowadzenie	11
<u>1.3. Komunikacja werbalna</u>	13
<u>1.4. Komunikacja niewerbalna</u>	18
<u>1.5. Manipulacja versus perswazja</u>	22
<u>1.6. Sposoby manipulacji</u>	24
<u>1.7. Skuteczna manipulacja</u> – czyli jak manipulować	27
<u>1.8. Podstawowe sposoby motywacji pozafinansowej pracowników</u>	48
<u>ROZDZIAŁ II:</u>	
<u>MARKETING, CZYLI WŁAŚCIWIE</u>	
<u>CO, JAK, GDZIE I Z CZYM?</u>	56
<u>2.1. Co to jest marketing?</u>	56
<u>2.2. Od czego zacząć?</u>	59
<u>2.3. Kampanie marketingowe</u>	65
<u>2.4. Podstawowe rodzaje marketingu</u>	76
<u>2.5. Jak wybrać odpowiednią technikę?</u>	102
<u>2.6. Rola public relations w marketingu</u> + analiza SWOT	104
<u>2.7. Tworzenie zespołu</u>	110
<u>2.8. Efektywne zarządzanie</u> zespołem marketingowym	113
<u>ROZDZIAŁ III:</u>	
<u>PROJECT MANAGEMENT</u>	
<u>– CZYLI O PROJEKTACH W FIRMACH</u>	118
<u>3.1. Co to jest projekt?</u>	118
<u>Na układy nie ma rady – ale czy na pewno?</u>	121
<u>3.2. Zarządzanie czasem w projekcie</u>	125
<u>Metoda zarządzania zadaniami w czasie:</u> <u>ważne/nieważne, teraz/później</u>	130
<u>3.3. Przykładowy zarys produktu projektu</u>	133
<u>Elektroniczny system czujników ruchu</u> <u>dla osób niewidomych</u>	134
<u>1. Parę słów</u>	134
<u>2. Na czym to polega – co zmienia?</u>	135
<u>3. Zapotrzebowanie</u>	137
<u>4. Idea systemu</u>	138
<u>5. Czysto od strony technicznej</u>	139
<u>6. Teraz w paru zdaniach dowiesz się,</u>	

<u>jak to wszystko razem musi działać</u> <u>oraz jakie ma zastosowanie</u>	139
<u>7. Autor pomysłu – dane</u>	142
<u>3.4. Dekalog Kierownika Projektu</u>	143
<u>Projekt 1 nie równa się Projekt 2</u> <u>– innowacyjne pomysły versus rzeczywistość</u>	143
<u>Komunikacja, komunikacja</u> <u>i raz jeszcze komunikacja</u>	144
<u>Motywacja do działania</u>	145
<u>Czas to pieniądz</u>	145
<u>Efektywne i przemyślane zarządzanie zasobami</u>	145
<u>Tworzenie zespołu</u>	146
<u>Przejrzyste wymagania</u>	146
<u>Rozwój</u>	147
<u>Lepiej przeciwdziałać,</u> <u>niż później zajmować się efektami</u>	147
<u>Kodeks ten nigdy się nie kończy</u> <u>– miejsce na Twoją zasadę!</u>	147
<u>3.5. Ciągły rozwój</u> <u>oraz efektywne zarządzanie</u> <u>zespołem projektowym</u>	148
<u>3.6. Najczęstsze konflikty</u> <u>oraz sposoby ich rozwiązywania</u>	150
<u>ZAKOŃCZENIE</u>	154
<u>PODZIĘKOWANIA</u>	155
<u>DLACZEGO WEDŁUG</u> <u>POLSKIEGO CHUCKA NORRISA?</u>	157

Wstęp – czyli parę słów wprowadzenia

Witam!

Cieszę się, że sięgnąłeś po tę książkę. Prawdopodobnie w jakiś sposób temat komunikacji, marketingu lub zarządzania projektami jest Ci bliski – ba! oczywiście, że jest! Jeżeli jeszcze tego nie wiedziałeś, to właśnie jest doskonały moment, w którym powinieneś sobie to uświadomić. Zarówno skuteczna komunikacja, mechanizmy motywacyjne, jak i wiele innych tematów zawartych na stronach tej książki jest codziennie obecnych w naszym życiu. Ta książka ma za zadanie nauczyć umiejętnego posługiwania się nimi oraz kreatywnego sposobu korzystania z oferowanych narzędzi. Dlaczego tak trudno dojść do porozumienia z pewnymi ludźmi i jak uzyskać to porozumienie? Jak zrozumieć, co stara nam się zakomunikować druga osoba? Jak skutecznie zmotywować pracownika oraz efektywnie zarządzać pracą zespołu? To tylko nieliczne pytania spośród tych, na które odpowiedzi znajdziesz w tej książce.

Świadomy wybór i posiadanie właśnie tej książki prawdopodobnie staną się jedną z najlepszych decyzji, jakie mogłeś podjąć. Zestawienie trzech szerokich tematów *komunikacji*, *marketingu* i *projektów* jest celowym zabiegiem – w polskich firmach wymagana jest na wielu stanowiskach podstawowa wiedza z zakresu psychologii, socjologii, marketingu oraz innych dziedzin, choć bywa, że jest ona nazywana zupełnie inaczej. Wiedza i umiejętności, których nauczy Cię i dostarczy Ci ta książka, sprawią, że nie tylko lepiej będziesz wykonywać swoją pracę, ale jednocześnie zyskasz możliwość zupełnie innego, szerszego spojrzenia na otaczający Cię świat. Bardzo możliwe, że już po paru dniach będziesz zauważać u siebie pewne zachowania. Do tej

pory prawdopodobnie zdawałeś sobie sprawę z rezultatów pewnych zjawisk i rzeczy, po tej lekturze, zrozumiesz, dlaczego tak się dzieje oraz w jaki sposób kreować najlepsze możliwe rozwiązania w konkretnych sytuacjach. Oczywiście to nie wszystko – posiadasz znajomość nowych narzędzi, umiejętność ich efektywnego wykorzystywania. Z każdym dniem będziesz zdobywać bezcenne doświadczenie.

Najlepsza inwestycja to inwestycja we własny rozwój.

Myśl ta przyświecała mi przez wiele lat mojej zawodowej kariery. Pracowałem na bardzo zróżnicowanych stanowiskach, brałem udział w międzynarodowych projektach, szkoliłem bardzo wysoko postawionych ludzi i doradzałem im. Tworzyłem projekty informatyczne od zera, od budowy zespołu po nadzór produktu końcowego, tworzyłem duże kampanie marketingowo-reklamowe i współpracowałem z wieloma firmami. Rozwieszałem plakaty, statystkowałem w reklamach i pracowałem jako barman – tak, pracowałem również w ten sposób, ponieważ wierzyłem i wierzę dalej, że

żadna uczciwa praca nie hańbi, a tylko uczciwą i rzetelną pracą można zarobić.

Ukończyłem dziesiątki kursów, lecz większość umiejętności i wiedzy zdobyłem samodzielnie. Na szczęście nie urodziłem się w bogatej rodzinie, ale rodzinie, która zawsze mnie wspierała i stawiała na rozwój – dzięki temu właśnie nauczyłem się samodzielności, przedsiębiorczości i kreatywności. Od najwcześniejszego momentu, który pamiętam, mieszkanie rodziców przypominało małą bibliotekę – w domu zawsze było wiele książek. Już jako dziecko nauczyłem się obsługi Internetu, podstaw programowania w HTML, tworzenia stron internetowych i prowadzenia dużych portali. Mając niespełna 12 lat, prowadziłem największy portal tematyczny powiązany z NBA – jak to możliwe? Pasja, czyli nic innego, jak motywacja, sposób komunikacji

z samym sobą – siedziałem po nocach i pisałem artykuły, tłumaczenia, sprawozdania z meczów. Rodzice byli dziennikarzami, więc sprawdzali moje prace i mówili, co należy poprawić i dlaczego.

Gdy uczeń będzie gotowy na nauki, nauczyciel pojawi się sam.

W późniejszych latach moimi mentorami w danej dziedzinie byli szefowie, ale również współpracownicy. Każdemu z nas prawdopodobnie zdarzyło pracować się z szefem „imprezowiczem”, „sknerusem” czy „tyranem”. Szacuje się, że firmy i korporacje tracą rocznie ok. 40% (tracą, bo mogłyby je zyskać) przez niesłuchanie rad i pomysłów młodych pracowników. Często pomysł osoby „niższej” w hierarchii stanowisk jest tak genialny, że firma wprowadzając go, zyskuje niewyobrażalną przewagę biznesową nad konkurencją, dlatego właśnie...

dobra rada to – słuchać rad.

Rozdział I: Skuteczna komunikacja



1.1. Komunikacja w społeczeństwie – wprowadzenie

Komunikacja jest jednym z najważniejszych aspektów życia w społeczeństwie, pełni rolę przekazywania informacji, ostrzegania, wydawania komunikatów, prezentacji emocji oraz wielu innych rzeczy, jest niezastąpionym narzędziem w kontaktach interpersonalnych. Jest wiele metod, by starać się nakłonić drugą osobę do przyjęcia swojego punktu widzenia. Razem ze wzrostem wiedzy na temat komunikacji wielu naukowców poświęciło jej badaniu całe życie. Powstały metody perswazji, perswazji społecznej, oddziaływania na grupy, konformizmu społecznego czy bardziej zaawansowane metody – jak NLP (Neurolingwistyczne Programowanie) czy neuromanipulacje. Te wszystkie doktryny i metody łączy jedna rzecz – skupiają się one na metodach komunikacji, pokazując jednocześnie, jak ważna ona jest, niezależnie od jej formy, bo oczywiście mamy zdania rozkazujące, pytające, twierdzące, metody prezentacji komunikatu – czy to w radiu, telewizji, Internecie, czy w książkach i mowie. Metod, technik i sposobów jest wiele, a jeszcze więcej będzie się ich poja-

1.1. Komunikacja w społeczeństwie – wprowadzenie

wiać, jedno na pewno jednak nie ulegnie zmianie – niepodważalnie istotna rola komunikacji w społeczeństwie.

Słownikowa definicja komunikacji nigdy mi nie odpowiadała – będąc jeszcze na pierwszym roku studiów psychologicznych, wertowałem książki, szukając kilku linijek, które najlepiej oddałyby istotę tego zagadnienia. Niestety, mimo wielu przeczytanych książek nie znalazłem nic, co by odpowiadało na moje pytanie – były tylko bardzo podobne definicje w książkach psychologicznych i socjologicznych. Oczywiście humaniści „mają to specyficzne podejście do sprawy”. Jednak jestem typem upartej osoby, która nie spocznie, póki nie dotrze do celu. Postaramy się określić to razem – komunikacja w społeczeństwie oraz relacje interpersonalne, które są od zawsze z tym związane, to bardzo interesujący i obszerny temat, każdy z nas doświadcza i jest obserwatorem tego zjawiska na co dzień. Musimy spojrzeć na całą sprawę w o wiele szerszym kontekście. W tym rozdziale przedstawię dowody na to, jak duże znaczenie ma komunikacja międzyludzka, oraz główne jej aspekty, czyli mowę ciała (komunikacja niewerbalna), a także



KOMUNIKACJA W
SPOŁECZEŃSTWIE

konstrukcje lingwistyczne, jakimi posługują się ludzie (komunikacja werbalna). Postaram się również przybliżyć temat perswazji i manipulacji, który jest nieodłącznym, a często stosowanym podświadomie elementem tego zagadnienia. Starając się zrozumieć, jak skutecznie uzyskać tzw. czysty komunikat, musimy zbadać również różnego rodzaju sposoby przekazu: sposoby konstrukcji zdań, słownic-

1.1. Komunikacja w społeczeństwie – wprowadzenie

two czy źródła przekazu. Postaram się to przedstawić na pewnym przykładzie z życia:

Wyobraź sobie sytuację pracownika, który przykłada się do wykonywanych zadań, który jednocześnie dorabia po godzinach, a wykonywana praca jest dla niego istotnym źródłem dochodów. Zmuszony był do wielu wyrzeczeń, musi utrzymać rodzinę i chce jej zapewnić odpowiedni byt. Pracownik ten jest pilną osobą, ma również swoją wielką pasję – aktorstwo – którą musiał poświęcić na rzecz pracy i rodziny. Pracuje codziennie po 12 godzin w pierwszej pracy i stara się wykazać, jak tylko potrafi – czy widzisz już go oczami wyobraźni? Prowadzi zespół, który ma za zadanie wykonać pewien projekt – jeżeli wszystko uda się przeprowadzić pomyślnie, czeka go upragniona podwyżka i awans. Zmienili się jednak inwestorzy projektu i zwołali zebranie, dotychczasowi inwestorzy byli bardzo wyluzowanymi ludźmi, jednak z konkretnym podejściem biznesowym. Poprzedni inwestorzy znali naszego pracownika kilka lat, a stosunki między nimi były wręcz partnerskie. Nasz pracownik – szef zespołu – solidnie przygotował się do spotkania. Nadszedł ten moment – godzina 10.00 rano, otwiera drzwi sali konferencyjnej i wchodzi do środka. Ku jego zdziwieniu – wstawiono nowy, o wiele większy stół konferencyjny. Przy stole siedziało ośmiu inwestorów, o wiele starszych i poważniej wyglądających niż ich poprzednicy, na pierwszy rzut oka było widać, że garnitury, które mają na sobie, kosztują majątek, a ich postawa zdecydowanie nie wskazywała, by były to osoby chętne do współpracy. Inwestorzy prezentowali tak zwaną postawę zamkniętą, która wpływa na psychikę niekorzystnie. Nasz pracownik zaczął się przedstawiać, jednak gdy chciał rozwinąć swą wypowiedź na temat, jaką pełni rolę, przerwano mu, wtrącając – jeden z inwestorów lekceważąco odchylił się na fotelu, siadając w pewnego rodzaju rozkroku i powiedział – „Wiemy, kim pan jest, jaką rolę pełnił pan do tej pory, mamy pewną wizję prowadzonego