

پله

گاهنامه آکادمی آموزش انتخاب

پله اول: گفتگو

زمستان ۱۴۰۳



اثر : Zack Zdrle
تکنیک : رنگ و روغن



روانت

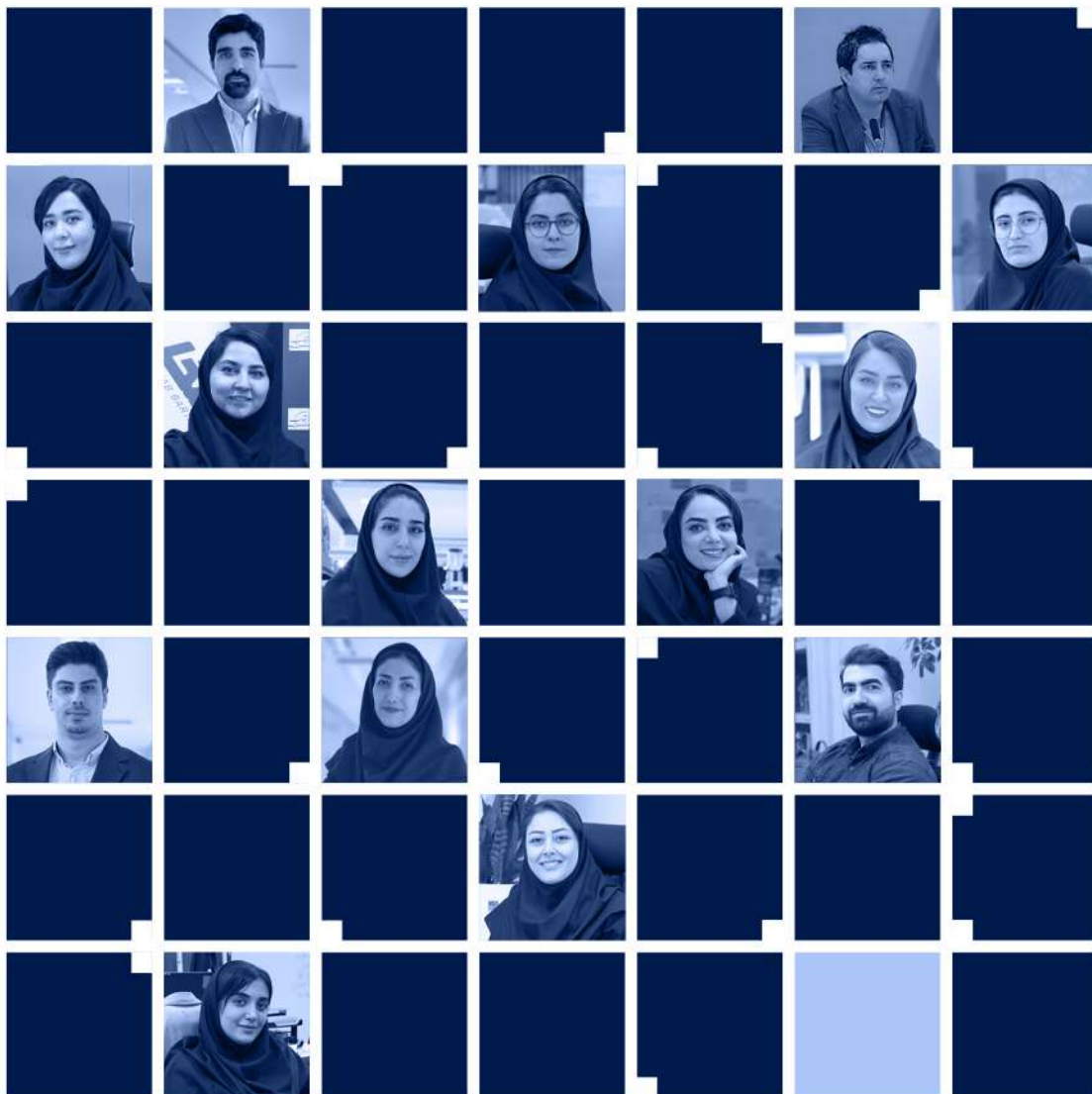
روانت ز دانش مبادا تهی ❁

■ در راستای پرورش نسلی متخصص با تکیه بر چهار اصل اساسی انسجام، تمایز، نوآوری و چابکی در تلاشیم تا گامی موثر در توسعه و اعتلای دانش محصول، فروش و ارتباطات برداریم. در این مسیر با ارائه خدماتی نظیر آموزش صحیح و کاربردی محصولات و برگزاری دوره‌های آموزشی متمرکز بر بازاریابی و فروش همراه شما خواهیم بود. این آغاز همراهی است... برای همکاری با شما آماده‌ایم.





گاهنامه آکادمی آموزش انتخاب ◀◀



جای شما در کنار ما خالیست...

برای همکاری با ما در تلگرام پیام دهید: @entekhab_wing

گاهنامه پله / آکادمی آموزش انتخاب

سال اول / شماره ۱ / زمستان ۱۴۰۳



صاحب امتیاز: آکادمی آموزش انتخاب / معاونت بازاریابی

مدیر مسئول: محمدرضا آذین

سردبیر: مریم خانی

تصویرگر و صفحه آرا: راضیه زارعی

طراح جلد و هویت بصری: عطری آبکار اصفهانی

دبیر عکس: فاطمه صادقزاده

همکاران این شماره:

میلاذ کوچکیان، شیما صفابخش، فاطمه هداوند

معصومه هارونی، مهران محتشم دوست، مرضیه معتمدی

پدیده طوسی پور، امیدرضا دوامی، الناز داوری



Entekhab.academy

◀◀ پله اول: مقالات

سکوت در سازمان / ۱۰
تاثیر فقدان گفتگو در محیط‌های کاری

چطور از طریق گفتگو فروشنده بهتری شویم؟ / ۱۸

فرایند ۵ مرحله‌ای نحوه شروع یک مکالمه فروش / ۲۲

از ایده تا عمل / ۲۳
راهکارهایی برای موثرتر کردن جلسات کاری

◀◀ پله دوم: چراغ قوه

فرصتی برای یادگیری / ۲۸
آموزش هوش مصنوعی برای تولید محتوای صوتی

کلید شوق و هیجان در محیط کاری / ۲۹
همسویی چشم‌انداز فردی و چشم‌انداز سازمانی

◀◀ پله سوم: چارچوب

معرفی سریال جانشینی (Succession) / ۳۴
جنگی برای به‌دست آوردن قدرت در یک خانواده ثروتمند

فرصتی برای مطالعه / ۳۸

◀ گفتگو، همان نخ نامرئی است که جان انسان‌ها را به هم پیوند می‌دهد. در جهانی که صداها اغلب در هیاهو گم می‌شوند، هنر گفتگو بیش از همیشه اهمیت یافته است. این هنر، همچون پرنده‌ای است که برای اوج گرفتن نیازمند دو بال است: یکی شنیدن و دیگری پرسیدن. بدون یکی از این دو، پرواز ناقص و بی‌ثمر خواهد بود.

■ بال اول: شنونده خوب بودن یعنی با تمام وجود به صدای دیگری گوش سپردن؛ به واژه‌ها، لحن، و حتی سکوت میان جملات. این گوش سپردن تنها با گوش نیست، بلکه با چشم، قلب و خرد همراه است.

■ دومین بال: سوال کردن هنری است که گفتگو را زنده و پرجنب‌وجوش نگاه می‌دارد. یک سوال خوب، همانند چراغی است که مسیر مکالمه را روشن می‌کند، اعماق ذهن و قلب دیگری را می‌کاود و به او اجازه می‌دهد تا خود را بهتر بشناسد و بیان کند.

■ راز موفقیت در گفتگو، هماهنگی کامل میان این دو بال است. اگر تنها سوال کنیم اما گوش ندهیم، پرسش‌هایمان سطحی و بی‌ربط خواهند بود. اگر تنها بشنویم اما سوال نکنیم، گفتگو به یک تگ‌گویی خسته‌کننده تبدیل خواهد شد. همان‌طور که پرنده برای پرواز نیازمند هر دو بال است، گفتگو نیز برای اوج گرفتن نیازمند شنیدن و پرسیدن است. در نهایت، هنر گفتگو چیزی بیش از تبادل کلمات است؛ این هنر، جریانی زنده و پویا است که ما را به سوی فهم عمیق‌تر از خود و دیگران هدایت می‌کند. این هنر پروازی است با دو بال که هرگز نباید از یاد برد.

محمد رضا آذین

مدیر آکادمی آموزش انتخاب

سخن سردبیر

◀ همزمان با انتشار نخستین شماره از گاهنامه پله فرصت را مغتنم دانستیم تا به اهمیت این موضوع در دنیای پویای امروز اشاره کنیم. ارتباطات همچون رگ‌های حیاتی، جریان زندگی را در سازمان‌ها برقرار می‌سازد و بر تمامی جنبه‌های عملکرد آن از جمله فرهنگ سازمانی، کارایی و بهره‌وری تأثیرگذار است.

■ نام «پله» از این رو برگزیده شده که هر پله، نمادی از حرکت و یادگیری است. ما بر این باوریم که گام‌های کوچک در ایجاد تغییرات مثبت می‌تواند به ارتقا کیفیت روابط در سازمان‌ها و بهبود فرهنگ سازمانی منجر شود.

■ ارتباطات مؤثر قلب تپنده هر سازمانی است. ارتباطات علاوه بر تبادل اطلاعات، موجب ایجاد فرهنگ سازمانی پویا و مبتکر نیز می‌شود. در دنیای امروز که تغییرات با سرعت هرچه تمام‌تر رخ می‌دهند سازمان‌هایی که بتوانند به صورت مؤثر با یکدیگر و با محیط اطراف خود ارتباط برقرار کنند موفق‌تر خواهند بود.

■ امیدواریم مطالب ارائه شده در گاهنامه برای مدیران، مشاوران فروش و همه کسانی که به موضوع ارتباطات سازمانی علاقه‌مند هستند مفید واقع شود.

بر خود لازم میدانیم از تمامی نویسندگان و همکارانی که در تولید این شماره مشارکت داشته‌اند، صمیمانه تشکر و قدردانی نماییم.

در پایان، از شما خوانندگان گرامی دعوت می‌کنیم تا با ارسال نظرات و پیشنهادات خود، ما را در ارتقا کیفیت گاهنامه «پله» یاری نمایید.

با احترام
مریم خانی



بخش اول:

مقالات.

◀ سکوت در سازمان

تاثیر فقدان گفتگو در محیط‌های کاری

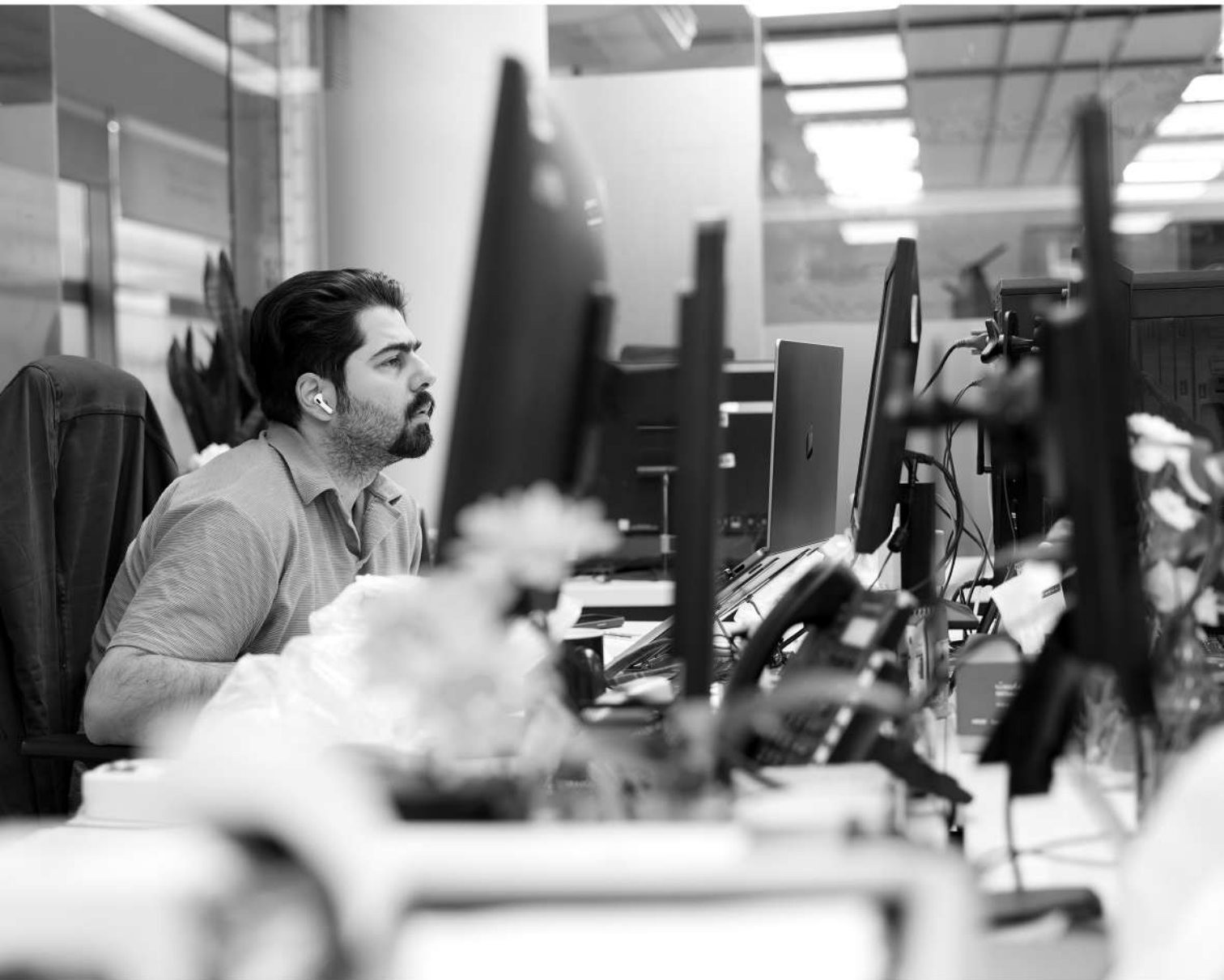


■ نویسنده، عکاس و راوی: فاطمه صادقزاده



گفتگوهای سازنده است. تعامل در تیم‌های سازمانی نه تنها به بهبود ارتباطات کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به کاهش مشکلاتی نظیر عدم هماهنگی، موازی‌کاری و نبود تعهد کمک کند.

◀ در دنیای امروز، سازمان‌ها به طور فزاینده‌ای به تیم‌های چندگانه و متنوع متکی هستند تا به اهداف خود دست یابند. یکی از عوامل کلیدی برای موفقیت این تیم‌ها، توانایی آن‌ها در برقراری





در تیم‌های سازمانی می‌تواند باعث ناهماهنگی در اهداف و وظایف شود.

فقدان گفتگو

زمانی که اعضای تیم از یکدیگر بی‌خبر هستند و اطلاعات لازم را به اشتراک نمی‌گذارند، سوءتفاهم و چالش در گروه افزایش می‌یابد. تصور کنید یک گروه از کوهنوردان بخواهند به قله‌ای صعب‌العبور صعود کنند. اگر هر یک از کوهنوردان به تنهایی و بدون هماهنگی با بقیه حرکت کند، احتمال گم‌شدن و بروز حادثه زیاد است. اما اگر از یکدیگر حمایت کنند به راحتی می‌توانند به قله برسند. در یک تیم کاری هم همین اتفاق می‌افتد. در صورتی که اعضای تیم با هم ارتباط نداشته باشند، نمی‌توانند به موفقیت برسند.





در بسیاری از مواقع اعضای تیم ممکن است منافع فردی و اهداف شخصی خود را بر منافع جمعی ترجیح دهند.

▪ این موضوع می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های نادرست و ایجاد نارضایتی در تیم منجر شود و احتمالاً از همکاری و تعامل با یکدیگر غافل می‌شوند.

▪ گفتگو می‌تواند با ایجاد فضایی برای بحث و تبادل نظر و ایده‌ها به شفاف‌سازی اهداف جمعی، تقویت روحیه همکاری، ایجاد حس تعلق به تیم و کاهش تأثیر منافع فردی کمک کند.

▪ احساس نیاز به گفتگو در تیم‌های سازمانی یک ضرورت است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت؛ بنابراین، سازمان‌ها باید به اهمیت گفتگو توجه کرده و فرهنگ گفتگو را در تیم‌های خود تقویت کنند. این امر نه تنها به بهبود عملکرد تیم‌ها کمک می‌کند، بلکه به ایجاد یک محیط کاری سالم و مثبت نیز می‌انجامد.



نسخه شنیداری این مقاله
را در وبسایت ما بشنوید.

- نویسنده: جوداگر
- مترجم: شیما صفابخش
- تصویرگر: راضیه زارعی
- راوی: مهران محتشم‌دوست

چطور از طریق گفتگو فروشنده بهتری شویم؟

◀ برای اینکه یک فروشنده موفق باشید، درک اهمیت گفتگو، امری مهم است!

گفتگو مکالمهٔ بین دو یا چند نفر است که در آن هر فرد با دیگران ارتباط برقرار می‌کند. این در واقع تبادل اطلاعات و ایده‌هاست.

استفاده از گفتگو در فروش مزایای زیادی دارد. اول از همه، به شما این امکان را می‌دهد که با مشتری خود ارتباط برقرار کنید. دوم اینکه به شما کمک می‌کند تا نیازهای مشتری خود را بهتر درک کنید. در نهایت، به شما امکان می‌دهد فروش‌های بیشتری را ببندید.

▪ منابع فراوان (از جمله کتاب، مقاله و دوره‌های آنلاین) می‌توانند به شما در درک اصول اولیه کمک کنند. با کمی تمرین، به‌خوبی تبدیل به یک مذاکره کنندهٔ فروش حرفه‌ای خواهید شد!

▪ بهترین فروشندگان می‌دانند که کلید یک فروش موفق، بحث‌کردن یا سروکله زدن با مشتری نیست، بلکه مشارکت در گفتگوست. وقتی با مشتری بحث می‌کنید، فقط به پیروزی در آن فکر می‌کنید. اما وقتی وارد جریان گفتگو می‌شوید، سعی می‌کنید **دیدگاه مشتری را درک کنید** و راهی برای رفع نیازهای او بیابید. بهترین راه برای جلوگیری از مباحثه با مشتریان، تمرکز بر گوش‌دادن است.

گوش‌دادن فعال شامل شنیدن آنچه مشتری می‌گوید و درک نیازها و نگرانی‌های اوست. به زبان بدن، لحن صدا و کلمات توجه کنید. و قبل از اینکه مشتری آماده شود از شروع فرایند فروش خودداری کنید.

▪ هنگامی که به صحبت‌های مشتری گوش دادید و نیازهای او را فهمیدید، وقت آن است که شروع به صحبت کنید. اما به جای ارائه محصول یا خدمات خود، بر این موضوع تمرکز کنید که **چگونه پیشنهاد شما می‌تواند نیازهای آنها را برآورده کند.**

◀ آیا فروشندگان باید یاد بگیرند که چگونه گفتگو کنند؟

هنر فروش اغلب به‌عنوان یک خیابان یک‌طرفه در نظر گرفته می‌شود: فروشنده محصول را عرضه می‌کند و مشتری تصمیم می‌گیرد که آن را بخرد یا نه. با این‌حال، **فروشندگان تأثیرگذار** می‌دانند که فروش موفق، یک خیابان دوطرفه است با گفتگو بین فروشنده و مشتری که برای بستن یک معامله ضروری است. فروشندگان خوب سؤالاتی می‌پرسند که به نیازها و خواسته‌های مشتری می‌پردازد. سپس آن‌ها از این اطلاعات استفاده می‌کنند تا صدای خود را به‌گونه‌ای تنظیم کنند که احتمالاً با مشتری همخوانی داشته باشد. به‌عبارت‌دیگر، آنها برای درک بهتر نیازهای مشتری و بهترین پاسخ به نیاز آنها با مشتری وارد **گفتگو** می‌شوند. ممکن است برخی افراد به‌طور طبیعی در گفتگو خوب باشند، اما برای اکثر ما، این چیزی است که باید یاد بگیریم. اگر می‌خواهید فروشنده بهتری باشید، تلاش کنید تا که چگونه با مشتریان خود **گفتگوی مؤثرتری** داشته باشید.

■ از زبان ساده استفاده کنید و از اصطلاحات تخصصی اجتناب کنید. در مورد آنچه می‌توانید ارائه دهید صادق باشید و قول‌هایی ندهید که نمی‌توانید به آنها عمل کنید. **با تمرکز بر گفتگو به جای بحث**، روابط بهتری با مشتریان خود ایجاد می‌کنید و در فروش موفق‌تر خواهید بود. برای گوش دادن هم به اندازه صحبت کردن آماده باشید و سعی کنید از قطع صحبت یا صحبت با فرد دیگری به صورت هم‌زمان، خودداری کنید.

■ مهم است که از زبان بدن خود آگاه باشید. **تماس چشمی را حفظ کنید** و حالت بدنی باز داشته باشید که نشان‌دهنده علاقه شما به صحبت‌های طرف مقابل است.

■ اگر در درک طرف مقابل مشکل دارید، یا به نظر می‌رسد که گفتگو بی‌نتیجه است، پرسیدن سؤال یا **شفاف‌کردن نکات مهم** می‌تواند، مفید باشد. با این حال، از انجام این کار به گونه‌ای که به نظر برسد در حال به چالش کشیدن آنها هستید یا سعی در گیر انداختن آنها دارید، خودداری کنید. در عوض، سؤالات خود را به گونه‌ای مطرح کنید که نشان دهید واقعاً به دیدگاه آنها علاقه‌مند هستید.

مشتریان دانش شگفت‌انگیزی در درون خود دارند!

■ فروشندگان باید بدانند که مشتریان در حال حاضر دانش زیادی در مورد نیازها و خواسته‌های خود دارند. این وظیفه فروشنده است که از طریق پرسش‌های باز و گفتگو کمک کند تا این مسائل بازگو شوند. وقتی مشتریان احساس می‌کنند به حرف‌هایشان گوش داده می‌شود، و نظراتشان ارزشمند است، به احتمال زیاد از آن فروشنده، خرید خواهند کرد. علاوه بر این، با گوش دادن به آنچه مشتریان می‌گویند، فروشندگان می‌توانند چیزهای زیادی در مورد نیازها و خواسته‌های آنها بیاموزند که به آنها کمک می‌کند فروش مؤثرتری داشته باشند. فروشندگان باید مشتریان را به عنوان فردی با پتانسیل یادگیری ببینند. **ایجاد روابط با مشتریان و درک نیازهای آنها** برای یک فروشنده موفق ضروری است. از طریق گفتگو کردن با مشتریان، فروشندگان می‌توانند در مورد انگیزه‌ها و اهداف آنها اطلاعات کسب کنند.



▪ سپس این درک می‌تواند زمینه فروش را فراهم کند و فروش را نهایی سازد. **ارتباط خوب در قلب هر رابطه موفق**ی قرار دارد و این امر به‌ویژه در فروش صادق است. با برقراری ارتباط با مشتریان و صرف زمان برای گوش‌دادن به نیازهای آنها، فروشندگان می‌توانند نشان دهند که برای آنها به‌عنوان یک فرد ارزش قائل هستند.

▪ این رویکرد باعث می‌شود مشتریان بیشتر به فروشنده اعتماد کنند و از آنها خرید کنند. همچنین برای فروشندگان مهم است که به یاد داشته باشند که هر مشتری متفاوت است. چیزی که برای یک نفر جواب می‌دهد ممکن است برای دیگری جواب ندهد. فروشندگان می‌توانند با **انعطاف‌پذیری و تطبیق رویکرد خود** برای هر مشتری به بهترین نتایج دست یابند. به طور خلاصه، فروش مؤثر یعنی **ایجاد روابط و درک نیازهای مشتری**. با ایجاد گفتگو و آمادگی برای یادگیری از مشتریان، فروشندگان می‌توانند در دستیابی به اهداف خود موفق‌تر شوند.



نسخه شنیداری این مقاله
را در وبسایت ما بشنوید.

فرایند ۵ مرحله‌ای نحوه شروع یک مکالمه فروش

برای مکالمه‌های فروش بسیار سازنده

- نویسنده: چی فیوکس
- مترجم: فاطمه هداوند

قبل از اینکه مکالمه فروش را آغاز کنید با مشتریان خود آشنا شوید. بهتر است با **سوالات عمومی** شروع کنید.

درک دغدغه‌های مشتری، مهم‌ترین دستاورد شما در تمام مراحل گفتگو است.

یک مکالمه فروش موفق ریشه در **اعتماد** دارد. شما باید به مشتری خود احساس راحتی دهید.

هنگامی که مشتری شما صحبت می‌کند، باید **فعالانه به آنچه می‌گوید گوش دهید** و جذب صحبت‌های او شوید. مکالمه فروش هرگز نباید یک‌طرفه باشد.

مشتریان زمانی که احساس راحتی دارند، تمایل بیشتری به خرید دارند. همیشه این نکته را در هنگام انجام مکالمات فروش خود در نظر داشته باشید، لحن، زبان و نگرش کلی خود را طوری تنظیم کنید که **مشتری احساس راحتی کند**.

کلید فروش مؤثر، ارتباطات است.

◀ در نهایت، مکالمه‌های فروش - مانند هر جنبه فروش دیگری - باید حول محور حل مسئله برای مشتری باشد. با احساس همدلی، مطمئن شوید مشتری احتمالی شما احساس راحتی دارد و با رهبری خودتان راه‌حلی برای دغدغه‌های آنها ارائه دهید. اگر بتوانید این مبانی را پوشش دهید می‌توانید مکالمه‌های فروش سازنده‌ای انجام دهید.



- نویسنده: سوفیا اپستاین
- مترجم: مریم خانی
- راوی: معصومه هارونی

از ایده تا عمل

راهکارهایی برای مؤثرتر کردن جلسات کاری

◀ مدیریت جلسات کاری

در محیط‌های کاری، دو نوع فعالیت داریم: یکی کارهای روزمره‌ای که کارمندان انجام می‌دهند و دیگری کاری که مختص مدیران و مسئولان است: «برگزاری جلسات». اغلب وقتی اتفاقی می‌افتد، اولین چیزی که می‌شنویم این است که جلسه‌ای برگزار خواهد شد. اما متأسفانه، بسیاری از جلسات به جای اینکه مفید باشند، به بحث‌های بی‌پایان و بی‌حاصل تبدیل می‌شوند. اما با رعایت چند نکته ساده، می‌توان جلسات را مفیدتر و پربارتر کرد. جلسه می‌تواند بسیار کارآمدتر از آنچه که معمولاً هست، باشد. برای این‌که جلساتتان موثرتر شود، توصیه‌های زیر را در نظر بگیرید:

■ دقیق گوش بدهید:

این کار ساده به نظر می‌رسد، اما در عمل اغلب افراد بیشتر به دنبال فرصت برای بیان نظرات خود هستند. به جای اینکه منتظر فرصتی برای صحبت باشید، دقیقاً به حرف‌های دیگران گوش دهید. این به شما کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری بگیرید و از بحث‌های بی‌نتیجه اجتناب کنید.

■ جلسه را با هدف مشخص شروع کنید:

هیچ جلسه‌ای نباید بدون هدف برگزار شود. پیش از شروع جلسه، اطمینان حاصل کنید که همه می‌دانند هدف اصلی چیست. این کار به شما کمک می‌کند تا تنها روی مسائل ضروری تمرکز کنید.

■ جلسات را به عمل تبدیل کنید:

هدف تنها از طریق عمل محقق می‌شود. پس در جلسات خود، بیشتر به دنبال اقدامات عملی و گام‌های مشخص باشید.

■ جلسات را به بخش‌های کوچک تقسیم کنید:

به جای پرداختن به موضوعات بزرگ و پیچیده در یک جلسه، آن‌ها را به چند جلسه تقسیم کنید. این کار باعث می‌شود که تصمیم‌گیری‌ها راحت‌تر و پیگیری‌ها ساده‌تر شود.

■ همه نظرات را بشنوید:

برای رسیدن به نتیجه سریع‌تر، ضروری است که نظرات مختلف را بشنوید. داشتن دیدگاه‌های متنوع در مورد یک موضوع می‌تواند تصمیم‌گیری‌ها را دقیق‌تر کند.



با اجرای همین نکات ساده، می‌توانید جلسات خود را مؤثرتر، کوتاه‌تر و پربارتر کنید.



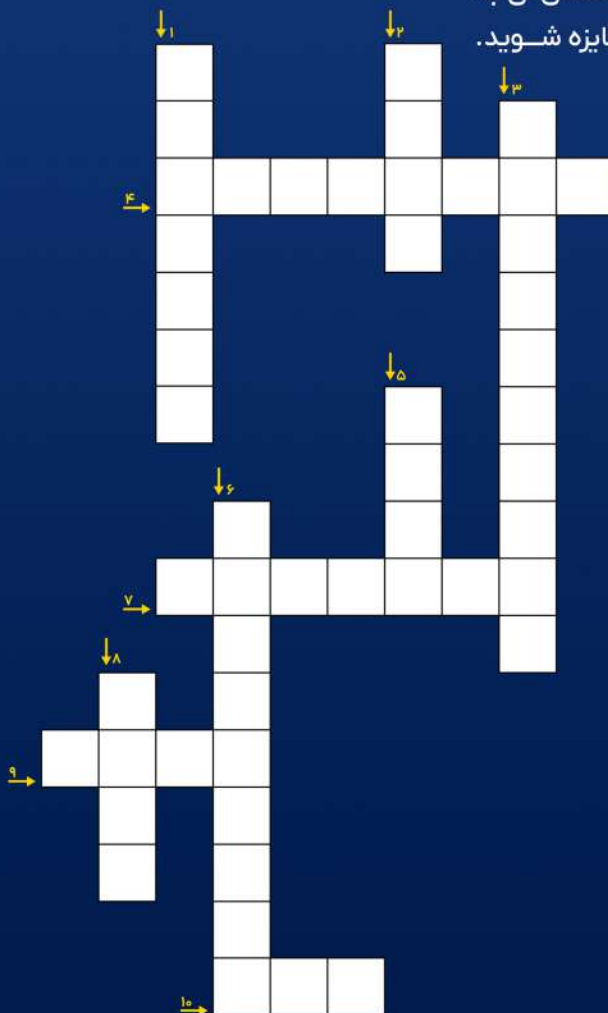
نسخه شنیداری این مقاله
را در وبسایت ما بشنوید.

■ برای هر نفر نقش مشخص تعیین کنید:

یکی از بدترین انواع جلسات، جلساتی است که افراد حاضر نمی‌دانند نقششان چیست. تعیین نقش برای هر شرکت‌کننده باعث می‌شود انتخاب افراد مناسب برای جلسه راحت‌تر و کارآمدتر شود.

■ پاسخ‌ها به زبان انگلیسی می‌باشد.

■ تا آخر بهمن‌ماه فرصت دارید تا با تکمیل جدول و ارسال عکس آن به نشانی اینستاگرام ما(Entekhab.academy)، برنده جایزه شوید.



۱. این سیستم به تمیزی هر چه بیشتر یقه و سرآستین لباس‌ها کمک می‌کند.

۲. برنامه اتو کشی آسان در لباسشویی کدام است؟

۳. کدام لباسشویی اسنوا قابلیت اضافه کردن لباس در سیکل شستشو را دارد؟

۴. سیستم پخش یکنواخت دما بوسیله این قطعه در اجاق گازها صورت می‌گیرد.

۵. پلتفرم حاوی محتواهای سرگرمی در تلویزیون‌ها.

۶. کدام قسمت یخچال هایپر مواد پروتئینی را تا ۴۸ ساعت با دمای ۴ درجه تازه نگه می‌دارد؟

۷. کدام نوع جاروبرقی مخزن زباله ۳ لیتری دارد؟

۸. کدام تکنولوژی در لباسشویی سینیور دوو جلوی لرزش را می‌گیرد؟

۹. کدام تکنولوژی نرخ بروز رسانی را بالا می‌برد؟

۱۰. کدام برنامه یخچال دوقلو را در کم‌مصرف ترین حالت ممکن قرار می‌دهد؟



بخش دوم:

چراغ قوه

■ نویسنده: الاز داوری

فرصتی برای یادگیری آهنگساز حرفه‌ای کنار تو!

هوش مصنوعی، به زبان ساده، به فناوری‌هایی گفته می‌شود که می‌توانند مثل انسان‌ها فکر کنند و یاد بگیرند. این تکنولوژی به شکل‌های مختلفی در زندگی ما وجود دارد و به ما کمک می‌کند کارهایمان را سریع‌تر و راحت‌تر انجام دهیم. مثلاً در صنعت خودروسازی، ماشین‌های خودران با استفاده از هوش مصنوعی می‌توانند بدون راننده، مسیر را شناسایی و حرکت کنند. به‌طورکلی، هوش مصنوعی زندگی ما را متحول کرده و نحوه تعامل ما با دنیای اطراف را تغییر داده است.

در این شماره از گاهنامه «پله»، به معرفی **هوش مصنوعی سونو** خواهیم پرداخت.

سونو (suno.com)

یک ابزار هوش مصنوعی است که محتوای صوتی تولید و به ما در ساخت موسیقی کمک می‌کند.

روابطمان را تقویت کنیم و فرهنگ گفتگو و تعامل سالم ترویج بدهیم.» از طریق لینک زیر می‌توانید به نتیجه کار سونو گوش کنید و ببینید چطور می‌تواند احساسات و اهداف ما رو به کلمات تبدیل کند. این تجربه نه‌تنها به ما کمک می‌کند تا به اهمیت گفتگو پی ببریم، بلکه می‌تواند الهام‌بخش تغییرات مثبت در محیط کار باشد.



این ابزار با تحلیل احساسات و ایده‌های ما، آهنگی خلاقانه و جذاب تولید می‌کند. مزایای سونو شامل سرعت بالا در تولید محتوا، ارائه ایده‌های نو و دقت در تحلیل موضوعات است. به‌عبارت‌دیگر، سونو می‌تواند به ما در برقراری ارتباط بهتر و عمیق‌تر کمک کند و تجربه‌ای متفاوت از ساخت آهنگ را برای ما به ارمغان بیاورد. حالا که با سونو آشنا شدید، بیا بید از این هوش مصنوعی استفاده کنیم و ببینیم چطور می‌تواند خلاقیت ما را به چالش بکشد. به سونو دستور می‌دهیم: **«ما یک تیم هستیم که می‌خواهیم از قدرت کلمات استفاده کنیم تا**

◀ یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند شوق و انگیزه را در یک سازمان ایجاد کند، همسویی میان چشم‌انداز فردی و چشم‌انداز سازمانی است. وقتی افراد درک روشنی از هدف‌های سازمانی دارند و می‌بینند که موفقیت‌های شخصی‌شان با رشد و پیشرفت سازمانی هم‌راستا است، حس تعلق و شور و شوق در آنها تقویت می‌شود. چشم‌انداز سازمانی به‌عنوان راهبردی بلندمدت و مسیر آینده سازمان تعریف می‌شود. این چشم‌انداز نه‌تنها جهت‌گیری کلی سازمان را تعیین می‌کند، بلکه پیامی روشن به اعضای تیم می‌دهد که چه چیزی برایشان اهمیت دارد و چگونه می‌توانند به تحقق این اهداف کمک کنند.

▪ اما زمانی که این چشم‌انداز با اهداف فردی کارکنان هم‌راستا باشد، نتیجه‌ای فراتر از کارآمدی در پی خواهد داشت. هنگامی که افراد می‌بینند که مهارت‌ها و آرزوهای شخصی‌شان در راستای چشم‌انداز سازمانی قرار دارد، احساس انگیزه و رضایت بیشتری پیدا می‌کنند.

▪ این همسویی می‌تواند باعث افزایش بهره‌وری، کاهش نرخ ترک شغل و ایجاد حس تعلق عمیق‌تر در کارکنان شود.



■ نویسنده: دکتر میلاد کوچکیان
■ راوی: مرضیه معتمدی

همسویی چشم‌انداز فردی و چشم‌انداز سازمانی:

کلید شوق و هیجان در محیط کار

■ در نهایت، زمانی که کارکنان احساس کنند که چشم‌انداز سازمانی و اهداف فردی آنها به هم پیوسته‌اند، نه تنها در کار خود موفق‌تر خواهند بود، بلکه با شوق و هیجان بیشتری به سمت پیشرفت حرکت خواهند کرد. این همسویی می‌تواند به ایجاد یک محیط کاری مثبت و پرانرژی منجر شود که در آن همگان برای دستیابی به اهداف مشترک دست به دست هم می‌دهند.

■ در این راستا، چندین روش وجود دارد که کارکنان می‌توانند به سازمان کمک کنند:

◀ افزایش بهره‌وری و کارایی فردی:

وقتی کارکنان اهداف شخصی خود را با اهداف سازمانی هم‌راستا می‌بینند، بیشتر تلاش می‌کنند تا مهارت‌ها و توانمندی‌های خود را به بالاترین سطح برسانند. این امر باعث می‌شود که آنها در وظایف خود کارآمدتر و موثرتر عمل کنند، که در نهایت به بهبود عملکرد کلی سازمان منجر می‌شود.

◀ نوآوری و پیشنهاد راه‌حل‌های جدید:

کارکنانی که چشم‌انداز سازمانی را به خوبی درک کرده‌اند و خود را جزئی از مسیر سازمان می‌بینند، به احتمال بیشتری به ارائه ایده‌ها و راه‌حل‌های نوآورانه برای حل مشکلات موجود می‌پردازند. آنها به دنبال روش‌های جدید برای بهبود فرآیندها و افزایش کیفیت محصولات و خدمات هستند که می‌تواند به تحقق اهداف بلندمدت سازمان کمک کند.

◀ تعهد به فرهنگ سازمانی و ارزش‌ها:

وقتی کارکنان با چشم‌انداز سازمانی هم‌سو می‌شوند، بیشتر به فرهنگ سازمانی و ارزش‌هایی که سازمان ترویج می‌دهد، پایبند خواهند بود. این تعهد می‌تواند به ایجاد محیط کاری مثبت و همکاری منجر شود که در آن کارکنان برای دستیابی به اهداف سازمان به‌طور هماهنگ و با انگیزه همکاری کنند.



■ در نهایت، زمانی که کارکنان درک کنند که پیشرفت شخصی‌شان به‌طور مستقیم به موفقیت سازمان بستگی دارد، با انگیزه بیشتری در مسیر تحقق چشم‌انداز سازمان گام برمی‌دارند و این هم راستایی می‌تواند به موفقیت‌های بزرگی برای سازمان و کارکنان منجر شود.



**نسخه شنیداری این مقاله
را در وبسایت ما بشنوید.**

◀ افزایش روحیه تیمی و هم‌افزایی:

زمانی که کارکنان احساس کنند که اهداف فردی‌شان با اهداف سازمانی هم‌راستا است، همکاری و هم‌افزایی بیشتری در تیم‌ها به وجود می‌آید. این همکاری می‌تواند منجر به حل سریع‌تر مشکلات، اتخاذ تصمیمات بهتر و دستیابی به اهداف مشترک سازمانی با سرعت و دقت بیشتر شود.

◀ وفاداری و کاهش ترک شغل:

همسویی چشم‌انداز فردی و سازمانی باعث می‌شود کارکنان احساس کنند که در مسیر رشد و موفقیت سازمان شریک هستند. این احساس باعث افزایش وفاداری به سازمان و کاهش نرخ ترک شغل می‌شود، زیرا کارکنان می‌بینند که پیشرفت آنها به‌طور مستقیم به پیشرفت سازمان نیز مرتبط است.

◀ ارتباط مؤثر با مدیران و رهبری سازمان:

کارکنانی که با چشم‌انداز سازمانی همسو هستند، به‌طور مداوم در تلاش هستند تا بازخوردهایی از مدیران دریافت کرده و عملکرد خود را با اهداف سازمانی تطبیق دهند.

عملکرد خود را با اهداف سازمانی تطبیق دهند. این ارتباط مستمر می‌تواند به بهبود فرایندها و



یکی از نکات موثر در زبان بدن برای فروش، حالت باز بدن است.

■ با نگهداشتن دستان به صورت باز و قفل نکردن آنها، اعتماد مشتری را جلب می‌کنید. همچنین، برقرار کردن تماس چشمی و لبخند می‌تواند احساس راحتی و صمیمیت را در مشتری ایجاد کند. این تکنیک‌ها باعث افزایش اعتماد جلب توجه و تسهیل ارتباط با مشتری می‌شوند و شانس موفقیت در فروش را بالا می‌برند.





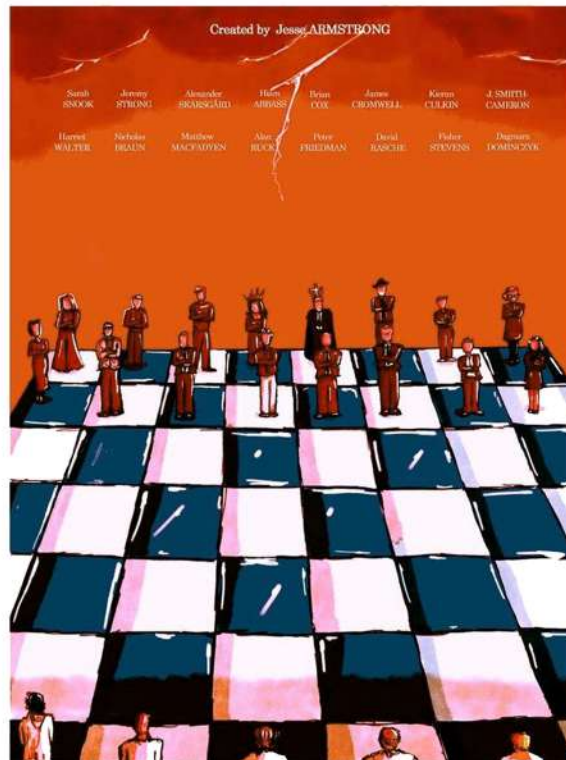
بخش سوم:

چارچوب

جنگی برای به دست آوردن قدرت در یک خانواده ثروتمند

◀ سریال جانشینی (Succession) یک درام خانوادگی آمریکایی است که نگاهی دقیق به رقابت شدید بین اعضای یک خانواده ثروتمند برای تصاحب یک امپراتوری رسانه‌ای عظیم را دارد. این سریال با بازیگران مطرحی همچون برایان کاکس در نقش لوگان روی، پدرسالار قدرتمند و بی‌رحم خانواده، و جرمی استرانگ در نقش کندل روی، پسر بزرگ و جاه‌طلب، توانسته است تحسین منتقدان و مخاطبان را برانگیزد.

■ داستان اصلی سریال حول محور خانواده روی می‌چرخد که مالک یک شرکت جهانی رسانه و سرگرمی هستند. با افزایش سن لوگان روی و ابهام در مورد سلامت او، رقابت بین فرزندان برای جانشینی او و کنترل امپراتوری خانوادگی به اوج خود می‌رسد. هر یک از فرزندان روی، با شخصیت و انگیزه‌های متفاوت، تلاش می‌کنند تا اعتماد پدر را جلب کرده و به‌عنوان وارث او انتخاب شوند.

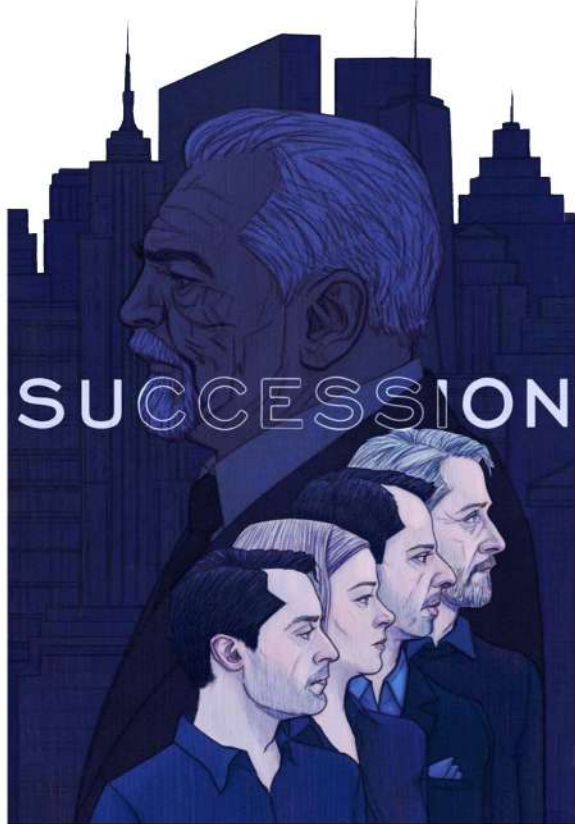


سریال جانشینی

Succession

- نویسنده: مریم خانی
- راوی: پدیده طوسی‌پور

◀ در این سریال
هر کلمه، هر نگاه
و هر سکوت،
سلاحی است در نبردی
خونین برای قدرت.



◀ چرا سریال جانشینی محبوب است؟

■ شخصیت‌های پیچیده و جذاب:

شخصیت‌های سریال جانشینی بسیار پیچیده و چندبعدی هستند. هر یک از اعضای خانواده روی، با وجود ثروت و قدرت، مشکلات و ناامنی‌های خاص خود را دارند.

■ دیالوگ‌های هوشمندانه و طنزآمیز:

دیالوگ‌های سریال جانشینی بسیار هوشمندانه و طنزآمیز نوشته شده‌اند و به خوبی فضای تنش‌آمیز و رقابتی میان اعضای خانواده را به تصویر می‌کشند.

■ نگاهی واقع‌بینانه به دنیای ثروتمندان:

سریال جانشینی با نشان دادن پیچیدگی‌های زندگی ثروتمندان، تصویری واقع‌بینانه از این دنیای اغواکننده ارائه می‌دهد.

■ بازیگران درخشان:

بازیگران سریال جانشینی، به‌ویژه برایان کاکس و جرمی استرانگ، با بازی‌های درخشان خود به شخصیت‌هایشان جان بخشیده‌اند.

◀ **ارتباطات**، نه تنها وسیله‌ای برای انتقال اطلاعات، بلکه ابزاری برای کنترل و رسیدن به اهداف شخصی معنا می‌شود. خانواده روی، به‌عنوان نمادی از یک جامعه کوچک، **با استفاده از زبان، قدرت را به دست می‌گیرند** و حفظ می‌کنند.

■ هر یک از اعضای این خانواده، استاد بازی با کلمات و ایجاد برداشتهای کاذب هستند. لوگان روی، با استفاده از ابهام در کلام و ایجاد رقبای کاذب، فرزندان خود را در برابر هم قرار می‌دهد. کندل، پسر بزرگ، با استفاده از زبان شیرین و ظاهری معصوم، سعی دارد افراد را فریب‌دهد. شیوو، دختر باهوش خانواده، با استفاده از هوش خود، سعی در کنترل اوضاع دارد.

■ **گفتگو** در سریال جانشینی، عرصه‌ای برای نمایش قدرت و نفوذ است. هر گفتگو، یک نبرد است و هر کلمه، یک تیر زهر آگین. شخصیت‌ها با استفاده از طعنه، تهدید، و تطمیع، سعی در به دست آوردن قدرت دارند. در این سریال، ارتباطات نه تنها به‌عنوان یک ابزار برای رسیدن به اهداف، بلکه به‌عنوان یک آینه برای نمایش روح شخصیت‌ها نیز عمل می‌کند.

■ هر گفتگو، پرده از لایه‌های پنهان شخصیت‌ها برمی‌دارد و ما را با دنیای درونی پیچیده آن‌ها آشنا می‌کند.

■ در نهایت، سریال جانشینی با نشان دادن اهمیت کلمات و قدرت زبان در شکل‌دهی روابط انسانی و تعیین سرنوشت افراد، به ما یادآوری می‌کند که در دنیای واقعی نیز، ارتباطات نقشی حیاتی دارند. در این نبرد خونین برای قدرت، تنها کلمات هستند که باقی می‌مانند. کلماتی که می‌توانند زندگی‌ها را بسازند یا ویران کنند. کلماتی که می‌توانند به ما قدرت دهند یا ما را به نابودی بکشند.



نسخه شنیداری این مقاله
را در وبسایت ما بشنوید.



■ عکاس: مهدی زرگر «کارخانه درخت سیم / از مجموعه کارخانجات گروه انتخاب»



◀ آینده ایران در دستان همه ماست؛

در دستان همکارانی که با همت و تلاش بی‌وقفه خود در خط تولید گروه انتخاب، هر روز در حال ساختن فردای روشن‌تر برای این سرزمین هستید.

هر قطعه‌ای که می‌سازید، نه تنها چرخ‌های تولید سازمان بلکه چرخ‌های پیشرفت ایران را به حرکت درمی‌آورد. این تلاش‌های شماست که به همه ما امید می‌دهد.

از شما، از همت و فداکاری‌تان سپاسگزاریم.

تصویرگر: راضیه زارعی

فرصتی برای مطالعه



بهترین قصه گو برنده است

■ موشن دیزاینر و راوی: عطری آبکار اصفهانی

◀ در دنیایی که هر روز بر حجم اطلاعات افزوده می‌شود، قصه‌ها همچنان قدرتمندترین ابزار ارتباط با دیگران هستند. **آنت سیمونز**، نویسنده کتاب «**بهترین قصه گو برنده است**»، این حقیقت را به زیبایی به تصویر کشیده و به ما نشان می‌دهد که چطور می‌توان با روایت داستان‌های جذاب و موثر، نه تنها دیگران را تحت تاثیر قرار داد، بلکه در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود نیز به موفقیت‌های چشمگیری دست یافت.

فایل ویدئویی معرفی این کتاب را در وبسایت ما ببینید.



• تصویرگر: راضیه زارعی

کتاب‌های حوزه مدیریت، کسب‌وکار و فرهنگ سازمانی، همواره منابعی بی‌نظیر برای توسعه فردی و سازمانی به شمار می‌آیند که می‌توانند فرهنگ و رفتار سازمانی را تحت تأثیر قرار دهند.

کتاب‌هایی که در این بخش معرفی می‌کنیم، می‌توانند به شما کمک کنند تا فرهنگ سازمانی مثبت‌تری بسازید و مهارت‌های گفتگو و تعامل اجتماعی خود را در محیط کار تقویت کنید.

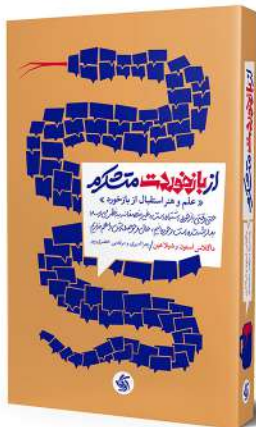
این کتاب‌ها از **نشر آریانا قلم** که در حوزه مدیریت و کسب‌وکار فعالیت می‌کند، انتخاب شده است و به شما دیدگاهی جدید و کاربردی در زمینه فرهنگ سازمانی، گفتگو و تعامل می‌دهند و راهکارهایی عملی برای ارتقا ارتباطات موثر ارائه می‌کنند و مانند نقشه‌ای برای مسیر موفقیت عمل می‌کنند و به ما نشان می‌دهند که چگونه می‌توانیم سازمانمان را به فضایی پویا، نوآور و با بهره‌روری بالا تبدیل کنیم.



کد تخفیف ویژه آکادمی آموزش انتخاب برای خرید آنلاین کتاب از وبسایت آریانا قلم:

Entekhab.academy ◀

مهلت استفاده تا پایان اسفندماه



◀ از بازخورد متشکرم

- نویسنده: داگلاس استون و شایلا هین
- مترجم: زهرا امیری و مرتضی خضری پور
- ۴۲۴ صفحه



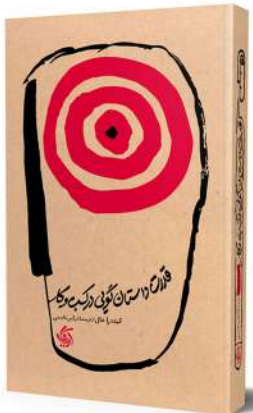
◀ فرهنگ ساختن فرهنگ

- نویسنده: بن هاروویتز
- مترجم: سعید قدوسی نژاد
- ۲۸۸ صفحه



◀ ارتباطات حرفه‌ای

- نویسنده: جیمز آرورک
- مترجم: احسانه نژادمحمد
- محمدعلی معین فر
- ۱۱۲ صفحه



◀ قدرت داستان‌گویی در کسب‌وکار

- نویسنده: کیندرا هال
- مترجم: نرگس قاسمی
- ۳۰۴ صفحه

پله

”پله“ گاهنامه‌ای است که به بررسی تعاملات انسانی در محیط‌های سازمانی و کاوش در تار و پود فرهنگ سازمانی می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه هر کلام و رفتار می‌تواند به مثابه پله‌ای باشد برای صعود به قله‌های جدیدی از فهم و همدلی.

اینجا، جایی است برای پرورش ایده‌ها، تبادل تجربیات و خلق فضایی که در آن هر فرد، به عنوان یک نت در سمفونی سازمانی، می‌تواند صدای خود را به گوش دیگران برساند.