

Лідерська комунікація: як передбачати та реагувати на стресові події

“Коли люди перебувають у стані стресу чи смутку, вони перед усім хочуть знати, що ви піклуєтесь про них, і лише тоді вони будуть зацікавлені в ому, що ви знаєте.” - Вілл Роджерс

Підготовка

Те, як лідери себе поведуть та спілкуються протягом стресових подій, таких як катастрофи, значно впливає на те, як люди реагуватимуть на ці події. Це також впливає на те, чи укріпиться позиція лідера, або знеціниться.

Ця комунікація має багато форм, включаючи текстові повідомлення, офіційні або неофіційні розмови, створення ритуалів та участь у них.

Лідер

Сильні лідери знають своїх людей та піклуються про них. Турбота, яка проявляється у повсякденній діяльності та спілкуванні, буде особливо важливою у критичні часи.

Оптимально, коли керівники знають особистості своїх підлеглих, їх досвід, яку вони виконують роботу, та як реагують на дії лідерів. Ефективні керівники використовують ці знання у часи, коли люди особливо вразливі та потребують підтримки.

Вразливість

Вразливість пов'язана з багатьма внутрішніми та зовнішніми факторами. Сильні лідери завжди відслідковують фактори, що можуть негативно відобразитися на людях (наприклад, місця або події, що нагадують про втрату чи травму). Вони також знають, як знизити вразливість (наприклад, стан здоров'я, підтримка від друзів чи лідерів, здорова культура організації).

Побудова комунікації

Потрібно враховувати багато факторів при оптимізації процесу спілкування за часи підвищеного стресу. Більшість принципів, наведених нижче, постають з області кризової комунікації.

Крім того, майте на увазі, що те, як ви презентуєте сказане, буде мати навіть більший ефект, ніж те, що саме ви сказали.

- Підготуйте та продуйте промову заздалегідь. Перевага завжди на стороні підготовлених.

- У стані сильного стресу люди по-іншому сприймають інформацію (наприклад, неувважність, легше відволікаються). Промова повинна складатись з коротких, простих речень та повторів.
- Під дією стресу люди більше звертають увагу на негативне, аніж позитивне. Тому позитивні тези мають переважати негативні. Бажане співвідношення 3:1.
- Не бійтеся казати «я не знаю». Але обов'язково дізнайтеся та дайте відповідь пізніше.
- Корисна та цінна модель “Співчуття, Переконавання, Оптимізм”: Співчуття (демонструє, що ви піклуєтесь про аудиторію та співчуваєте їй); Переконавання (показує намір допомогти, підтримати, вирішити проблему); Оптимізм (дає надію на позитивне майбутнє).
- Люди зазвичай краще запам'ятовують почуте у певному порядку: перше, останнє, середнє. Ваша найважливіша думка має йти першою, а наступна за важливістю думка - останньою. Розставляйте пріоритети таким чином, щоб полегшити сприйняття інформації.