

## LỜI MỞ ĐẦU

Brian Tracy, một trong những diễn giả hàng đầu thế giới trong lĩnh vực tư vấn quản trị nhân sự đã từng nói: “Để thành công trong cuộc sống, công việc và sự nghiệp của mình bạn cần học kỹ năng giao tiếp, 85% sự thành công của bạn được quyết định bởi chính khả năng xây dựng các mối quan hệ của mình và chỉ có 15% được quyết định bởi bằng cấp, kiến thức và trí thông minh của bạn”. Giao tiếp hiệu quả chính là bí quyết thành công của mỗi người trong cuộc sống. Giao tiếp không đơn thuần là một kỹ năng mà thực chất là một nghệ thuật, và bạn là một nghệ sĩ, một diễn viên, một người viết kịch bản đồng thời là một đạo diễn tạo nên sự thành công của chính mình trước công chúng.

Giao tiếp đóng vai trò quan trọng trong kinh doanh và nhiều khi mang tính quyết định trong thành công của một thương vụ lớn. Không đơn thuần chỉ là nói cho hay, giao tiếp còn bao gồm rất nhiều khía cạnh từ ngoại hình, phong thái đến cách xử sự trong nhiều tình huống và nhiều đối tượng khác nhau. Và để cho cuộc giao tiếp thành công thì phải kết hợp hai yếu tố giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ như thế nào? Với mong muốn làm rõ hơn tầm quan trọng của giao tiếp trong kinh doanh, nhóm Green đã chọn đề tài “ SỰ PHỐI HỢP GIỮA GIAO TIẾP NGÔN NGỮ VÀ GIAO TIẾP PHI NGÔN NGỮ TRONG KINH DOANH”. Đồ án này nhằm cung cấp những thông tin cần thiết của việc phối hợp những yếu tố giao tiếp trong nhiều hoàn cảnh khác nhau.

Chọn đề tài này nhóm mong muốn đạt được hai mục tiêu sau:

- ☐ Nghiên cứu và phân tích rõ về sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh hiện nay.
- ☐ Đóng góp những giải pháp nhằm khắc phục những điểm hạn chế của sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ trong kinh doanh nhằm đạt được hiệu quả cao nhất khi giao tiếp.

Nội dung của bài đồ án được chia thành các phần chính như sau:

- ☐ Chương I: Cơ sở lý luận
- ☐ Chương II: Sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh.

□ Chương III: Những biện pháp nâng cao hiệu quả sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh. Một số doanh nhân thành công trong giao tiếp.

Giao tiếp trong kinh doanh là một đề tài rộng và phức tạp, với thời gian và khả năng còn hạn chế nên bài đồ án chắc chắn còn nhiều thiếu sót. Nhóm rất mong nhận được sự góp ý của thầy cô và các bạn để bài đồ án được hoàn thiện hơn.

Xin trân trọng cảm ơn !

---

**NHẬN XÉT**  
**(Của giáo viên hướng dẫn)**

**MỤC LỤC**

|                                                                                                              |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>LỜI MỞ ĐẦU</b>                                                                                            | <b>i</b>   |
| <b>NHẬN XÉT</b>                                                                                              | <b>iii</b> |
| <b>MỤC LỤC</b>                                                                                               | <b>iv</b>  |
| <b>CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN</b>                                                                               | <b>1</b>   |
| <b>1.1. Giao tiếp</b>                                                                                        | <b>1</b>   |
| <i>1.1.1. Khái niệm giao tiếp</i>                                                                            | <i>1</i>   |
| <i>1.1.2. Vai trò của giao tiếp</i>                                                                          | <i>1</i>   |
| <i>1.1.3. Tầm quan trọng của giao tiếp</i>                                                                   | <i>2</i>   |
| <b>1.2. Phân loại giao tiếp</b>                                                                              | <b>2</b>   |
| <b>1.2.1. Giao tiếp ngôn ngữ</b>                                                                             | <b>2</b>   |
| <i>1.2.1.1. Khái niệm ngôn ngữ</i>                                                                           | <i>2</i>   |
| <i>1.2.1.2. Phân loại ngôn ngữ</i>                                                                           | <i>2</i>   |
| <i>1.2.1.3. Chức năng của ngôn ngữ</i>                                                                       | <i>3</i>   |
| <i>1.2.1.4. Các kỹ năng giao tiếp cơ bản</i>                                                                 | <i>3</i>   |
| <b>1.2.2. Giao tiếp phi ngôn ngữ</b>                                                                         | <b>6</b>   |
| <i>1.2.2.1. Khái niệm phi ngôn ngữ</i>                                                                       | <i>6</i>   |
| <i>1.2.2.2. Đặc điểm của giao tiếp phi ngôn ngữ</i>                                                          | <i>6</i>   |
| <i>1.2.2.3. Hệ thống tín hiệu phi ngôn ngữ</i>                                                               | <i>6</i>   |
| <b>CHƯƠNG II: SỰ PHỐI HỢP GIỮA GIAO TIẾP NGÔN NGỮ VÀ GIAO TIẾP PHI NGÔN NGỮ TRONG KINH DOANH</b>             | <b>8</b>   |
| <b>2.1. Ảnh hưởng của sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh</b>     | <b>8</b>   |
| <b>2.1.1. Vì sao phải kết hợp giao tiếp phi ngôn ngữ với giao tiếp ngôn ngữ trong kinh doanh ?</b>           | <b>8</b>   |
| <b>2.1.2. Một số hình thức cụ thể vận dụng sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ</b> | <b>9</b>   |
| <i>2.1.2.1. Trong đàm phán, thương lượng</i>                                                                 | <i>9</i>   |
| <i>2.1.2.2. Trong quan hệ với đồng nghiệp</i>                                                                | <i>10</i>  |
| <i>2.1.2.3. Trong quan hệ giữa cấp trên – cấp dưới</i>                                                       | <i>11</i>  |
| <i>2.1.2.4. Trong quan hệ với khách hàng</i>                                                                 | <i>11</i>  |
| <i>2.1.2.5. Một số tình huống khác</i>                                                                       | <i>12</i>  |

|                                                                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.3. <i>Hiệu quả của sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh</i>                        | 17 |
| 2.2. Hạn chế đối với việc áp dụng sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh                 | 18 |
| <b>CHƯƠNG III: NÂNG CAO HIỆU QUẢ SỰ PHỐI HỢP GIỮA GIAO TIẾP NGÔN NGỮ VÀ GIAO TIẾP PHI NGÔN NGỮ TRONG KINH DOANH</b>              | 20 |
| 3.1. Một số nguyên tắc cần áp dụng khi phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh               | 20 |
| 3.2. Những điều cần tránh khi phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh                        | 21 |
| 3.3. Những doanh nhân thành công nhờ vận dụng tốt sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh | 22 |
| 3.3.1. <i>Steven Anthony Ballmer</i>                                                                                             | 22 |
| 3.3.2. <i>Tổng thống Mỹ Bill Clinton</i>                                                                                         | 23 |
| 3.3.3. <i>Bí quyết của người giao tiếp thành công</i>                                                                            | 25 |
| <b>KẾT LUẬN</b>                                                                                                                  | 27 |
| <b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>                                                                                                        | 28 |

## CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN

### 1.1. Giao tiếp

#### 1.1.1. Khái niệm giao tiếp

Giao tiếp là quá trình tiếp xúc tâm lý giữa những con người nhất định trong xã hội có mục đích và mang tính hệ thống chuẩn mực về hành vi, ngôn ngữ nhằm trao đổi thông tin, tình cảm, hiểu biết, vốn sống...tạo nên những ảnh hưởng, tác động qua lại để con người đánh giá, điều chỉnh và phối hợp với nhau.



*Hình 1.1. Giao tiếp hằng ngày*

Giao tiếp là một nghệ thuật. Giống như bất kỳ năng lực nghệ thuật khác, nó đòi hỏi huấn luyện và kỷ luật. Thực hành sẽ cải thiện nó. Việc không ngừng nhận biết ở chỗ nào những lỗi lầm giao tiếp có thể mắc phải cũng giúp nâng cao nghệ thuật giao tiếp. Giao tiếp là hoạt động xác lập và vận hành các mối quan hệ giữa người với người, hoặc giữa người với các yếu tố xã hội khác nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định.

#### 1.1.2. Vai trò của giao tiếp

Giao tiếp là điều kiện tồn tại của cá nhân và của xã hội loài người, nhu cầu giao tiếp là một trong những nhu cầu xã hội cơ bản xuất hiện sớm nhất của con người.

Giao tiếp rất quan trọng. Bởi vì con người là sự tổng hòa của các mối quan hệ xã hội. Mà giao tiếp tức là tiếp xúc, trao đổi bằng lời nói, cử chỉ, thái độ... Những điều đó góp phần tạo lập các mối quan hệ tốt đẹp trong đời sống.

Nhờ giao tiếp, con người gia nhập vào mối quan hệ xã hội, lĩnh hội nền văn hoá xã hội, quy tắc đạo đức, chuẩn mực xã hội, đồng thời nhận thức được chính bản thân mình, tự đối chiếu so sánh với người khác với chuẩn mực xã hội, tự đánh giá bản thân mình như một nhân cách để hình thành thái độ giá trị cảm xúc. Hay nói một cách khác đi, qua giao tiếp con người hình thành năng lực tự ý thức.

Một xã hội muốn phát triển và thịnh vượng phải có những quy tắc sống văn minh, tin cậy. Bạn thử tưởng tượng: trong một cộng đồng mà thiếu những quy tắc giao tiếp văn minh tối thiểu, ai muốn làm gì thì làm, bất chấp lễ phép, ko sợ phạt lòng và ko nề nang ai cả thì sẽ ra sao? Có thể thấy trước đó là những mối bất hòa, những gây gổ,

những thù hiềm, có khi những giết chóc sẽ nổi lên. Vì vậy giao tiếp văn minh lịch sự sẽ dung hòa bản tính cá nhân với bản tính xã hội.

### **1.1.3 Tầm quan trọng của giao tiếp**

- ☐ Con người dành 70% số thời gian thức để giao tiếp.
- ☐ Là mối liên hệ giữa người và người, giúp con người hiểu nhau.
- ☐ Là phương tiện để bộc lộ nhân cách. Nhân cách con người được hình thành và phát triển trong giao tiếp
- ☐ Giao tiếp tốt sẽ tạo sự đoàn kết, tạo các mối quan hệ gần gũi, thân mật, tạo bầu không khí thuận lợi tốt đẹp, thuận lợi trong tập thể. Làm giảm những thất vọng.
- ☐ Tăng năng suất lao động
- ☐ Giao tiếp tốt là một trong những yếu tố quan trọng giúp con người thành công.

### **1.2. Phân loại giao tiếp**

#### **1.2.1. Giao tiếp ngôn ngữ**

##### **1.2.1.1. Khái niệm ngôn ngữ**

Ngôn ngữ là hệ thống những từ ngữ, cấu trúc, ngữ pháp, câu được hệ thống nhằm diễn đạt suy nghĩ của con người.

Ngôn ngữ là cái phức tạp nhất và nói chung, nó hiệu quả nhất đối với thị giác hơn là thính giác. Trong một vài trường hợp, ở mặt ẩn dụ, từ ngữ ngôn ngữ đã được mở rộng nhằm bao hàm các kỹ thuật như vậy; do đó, thông tin được hệ thống hoá bằng các ký hiệu hữu hình hay động tác mà chúng có thể được gọi là “ngôn ngữ ký hiệu” hay “ngôn ngữ hành vi” và hai trạng thái này đều tương tác trong sự vận hành “tạo nghiệp” của chúng sinh vật loại.

Ngôn ngữ giao tiếp: Là ngôn ngữ được sử dụng để con người tiến hành trao đổi thông tin với nhau.

##### **1.2.1.2. Phân loại ngôn ngữ**

- ☐ Ngôn ngữ nói:  
Là ngôn ngữ hướng vào người khác, biểu hiện bằng âm thanh và được tiếp nhận, phân tích bằng cơ quan phân tích thính giác.
- ☐ Ngôn ngữ nói có hai hình thức:
  - Ngôn ngữ độc thoại: là ngôn ngữ nói một chiều, liên tục và ít khi không có sự phụ trợ hay phản hồi trực tiếp.
  - Ngôn ngữ đối thoại: là ngôn ngữ trao đổi, đối đáp giữa hai hay nhiều người trở lên một cách trực tiếp hay gián tiếp.

□ Ưu điểm và hạn chế của ngôn ngữ độc thoại:

- Người nói được chuẩn bị trước ⇒ Nội dung và hình thức được thể hiện chính xác.

- Không có sự đối thoại ⇒ Người nói chủ động, kiểm soát được thời gian và nội dung.

- Chỉ giao tiếp một chiều ⇒ Khiến người nghe thụ động.

□ Ưu điểm và hạn chế của ngôn ngữ đối thoại:

- Quá trình đối thoại phụ thuộc vào diễn biến cuộc tiếp xúc ⇒ Nội dung chuẩn bị trước.

- Có sự đối thoại ⇒ Mọi đối tượng giao tiếp chủ động trao đổi thông tin.

- Giao tiếp hai chiều ⇒ Khiến người nghe chủ động và quá trình giao tiếp mang tính tự nhiên.

□ Ngôn ngữ viết:

- Thể hiện bằng các ký hiệu chữ viết và được tiếp nhận, phân tích bằng cơ quan thị giác.

- Ngôn ngữ viết cần chính xác, tuân thủ đầy đủ các nguyên tắc ngữ pháp, cấu trúc câu, chính tả và logic.

### 1.2.1.3. Chức năng của ngôn ngữ

□ Chức năng chỉ nghĩa: Từ ngữ chỉ chính bản thân, sự vật, hiện tượng đã được chuẩn hóa từ xưa tới nay.

□ Chức năng khái quát hóa: Là hệ thống những từ ngữ chỉ một loạt sự vật, hiện tượng có chung thuộc tính bản chất.

□ Chức năng thông báo: Là truyền đạt và tiếp nhận thông tin để biểu cảm, thúc đẩy và điều chỉnh hoạt động của người

### 1.2.1.4. Các kỹ năng giao tiếp cơ bản

#### a. Kỹ năng nghe

- Con người dùng 42% trong tổng số thời gian giao tiếp cho việc nghe. (Tory. Rankin)

- Lắng nghe hiệu quả đem lại nhiều lợi ích trong giao tiếp:

+ Thỏa mãn nhu cầu của người nói.

+ Thu thập được nhiều thông tin.

+ Nghe hiệu quả giúp cho con người thu được đầy đủ thông tin một cách chính xác và đầy đủ, đó là cơ sở dữ liệu để làm việc hiệu quả hơn.



+ Hạn chế những sai lầm trong giao tiếp.

+ Giúp giải quyết được nhiều vấn đề.

- Kỹ năng nghe hiệu quả là yếu tố quan trọng nhất tạo nên sự thành công trong giao tiếp.

#### b. Kỹ năng nói

Nhân cách ứng xử của người nói thể hiện trước hết qua giọng nói: khi vui, khi buồn, khi giận dữ, giọng nói đều chuyển tải rõ nét tới người nghe.

Lời nói thể hiện được trình độ giao tiếp, văn hóa, văn minh và sự hiểu biết.

Lời nói hiệu quả tạo một môi quan hệ tốt với mọi người.

Nói là điều kiện giữ mối quan hệ trong xã hội, là điều kiện để hình thành, phát triển nhân cách cá nhân.

Kỹ năng nói tốt không những giúp con người giải quyết công việc đạt hiệu quả hơn mà còn giúp tự khẳng định bản thân trước tập thể, tự nâng cao uy tín của mình.

Người nói giỏi là người biết cách mở đầu câu chuyện và điều hành luồng thông tin cho phù hợp.

Những kỹ thuật nói được tập hợp thành năm chữ C:

\* Courteous : lịch sự, nhã nhặn.

\* Correct: đúng, không sai sót.

\* Clear: rõ

\* Complete: đầy đủ, hoàn chỉnh.

\* Concise: ngắn gọn.

#### c. Kỹ năng đọc

- Vai trò của kỹ năng đọc:

+ Giúp chúng ta hiểu được những thông tin chính xác và nhanh chóng trong văn bản.

+ Giúp chúng ta mở rộng kiến thức, hiểu biết về xã hội, tự nhiên một cách hiệu quả.

+ Việc đọc sách khiến cho tư duy của chúng ta luôn hoạt động. Giúp cho trí tuệ luôn được rèn luyện và phát triển.

+ Thiếu kỹ năng đọc sách, con người sẽ tụt hậu so với thế giới.

#### d. Kỹ năng viết

- Được biểu hiện bằng các ký hiệu chữ viết và được tiếp thu bởi thị giác.

Ví dụ: Email, chat, thư, fax, văn bản, hợp đồng, bản quyết toán, thiệp mời, thiệp chúc mừng...

☐ Giai đoạn chuẩn bị:

- Xác định mục đích bài viết đề cập.
- Lên kế hoạch tìm và nghiên cứu tài liệu liên quan.
- Lập dàn ý cho bài viết.

☐ Lập dàn ý cho bài viết:

+ Phần I (Mở bài): Nêu vấn đề, xác định rõ mục đích, lý do viết bài và các câu hỏi cần được giải quyết.

+ Phần II (Thân bài): Tập trung trình bày, giải quyết những luận điểm đã nêu ở phần I. Lấy những số liệu, chứng cứ để chứng minh và bình luận về những luận điểm đó.

+ Phần III (Kết luận): Tóm tắt những luận điểm đã được trình bày ở phần II và trả lời cho những câu hỏi đã được đặt ra ở phần I.

☐ Giai đoạn viết:

- Viết phần mở đầu:
- + Giới thiệu chung về chủ đề bằng hình thức quy nạp hay diễn dịch.
- Phần khai triển:
- + Viết theo dàn ý đã lập sẵn.
- + Triển khai từng ý theo thứ tự. Mỗi ý triển khai nên viết thành một đoạn văn.
- + Mỗi phần triển khai được viết theo hình thức nào phụ thuộc vào mục đích và nội dung của bài viết.

- Viết phần kết:

- + Đúc kết lại toàn bộ nội dung bài viết.
- + Gợi lên những suy nghĩ cho vấn đề đã được đề cập và trình bày.

☐ Giai đoạn kiểm tra

- + Lỗi chính tả.
- + Cấu trúc bài viết.
- + Số liệu, hình ảnh.

## **1.2.2. Giao tiếp phi ngôn ngữ**

### **1.2.2.1. Khái niệm phi ngôn ngữ**

Giao tiếp phi ngôn ngữ được hiểu là tất cả các kích thích bên ngoài và tâm lý bên trong của con người không phải là lời nói và chữ viết, bao gồm sự chuyển động

của thân thể, các đặc điểm của cơ thể được biểu lộ ra ngoài, các đặc điểm giọng nói và sự sử dụng không gian và thời gian.

#### 1.2.2.2. Đặc điểm của giao tiếp phi ngôn ngữ

- ☐ Giao tiếp phi ngôn ngữ luôn có giá trị giao tiếp cao
- ☐ Hành vi phi ngôn ngữ mang tính mơ hồ
- ☐ Giao tiếp phi ngôn ngữ chủ yếu biểu lộ thái độ
- ☐ Phần lớn hành vi phi ngôn ngữ phụ thuộc vào văn hóa

#### 1.2.2.3. Hệ thống tín hiệu phi ngôn ngữ

- ☐ Ngôn ngữ cơ thể:

- Sự biểu cảm: nét mặt, nụ cười, ánh mắt...

+ Nét mặt : (vui mừng - buồn - ngạc nhiên - sợ hãi - tức giận - ghê tởm ... khoảng 2000 nét mặt)

+ Nụ cười : có bao nhiêu kiểu cười thì có bấy nhiêu cá tính Cười mỉm - cười thoải mái - cười nhếch mép, cười giòn tan, cười tươi tắn, cười đôn hậu, cười gằn, cười chua chát...

+ Ánh mắt : Nhìn lạnh lùng – nhìn thẳng – nhìn soi mói – nhìn lăm lét, nhìn triu mến, nhìn đăm đui...

+ Hình dáng con mắt : mắt sâu, mắt tròn, mắt lá dăm, mắt lim dim, mắt luôn mở lớn.

- Những minh họa: điệu bộ, cử chỉ đi kèm và bổ túc cho lời nói.

- Những biểu tượng: những động tác đã được “tự diễn hóa” một cách chính xác.

- ☐ Đặc điểm cơ thể

- Ngoại hình là những đặc điểm tự nhiên như tạng người, sắc da, mùi...

+ Tạng người: cao/ thấp, mập/gầy. Khuôn mặt tròn, vuông, dài, trái xoan. Sắc da : trắng/đen, ngăm ngăm, xanh xao, tái tái...

⇒ Dựa vào ngoại hình để lựa chọn trang phục phù hợp trong mỗi môi trường giao tiếp.

- ☐ Tư thế

- Sự đi đứng: dáng đi, thế đứng nói lên được phong cách của người giao tiếp.

- Thế ngồi: thể hiện được đức tính và bản chất của người giao tiếp.

- ☐ Giọng nói:

- Là nhịp điệu, âm thanh, ngữ điệu được sử dụng khi nói để thể hiện tâm trạng, suy nghĩ của người nói đồng thời tạo tâm lý thoải mái và hứng thú cho người nghe.

☐ Khoảng cách:

- Là chỉ báo chung trong giao tiếp, nó thể hiện được mối quan hệ trong giao tiếp như thế nào. Có 4 khoảng cách:

+ Khoảng cách xã giao: từ 3,5 □ 7,5m

+ Khoảng cách xã hội: từ 1 □ 3,5m

+ Khoảng cách cá nhân: 0,5 □ 1m

+ Khoảng cách thân mật: 0 □ 0,5m

☐ Ngoại cảnh:

- Thời gian: Có sự sắp xếp thời gian và luôn đúng hẹn, đúng giờ biểu hiện một tác phong nghiêm túc và lịch sự.

- Môi trường: Giao tiếp hiệu quả còn dựa vào bầu không khí, nhiệt độ, ánh sáng và âm thanh thích hợp.

☐ Đồ vật:

- Những phụ kiện đi kèm trong quá trình giao tiếp thể hiện phong cách của người giao tiếp.

- Những trang sức, quà tặng, giỏ xách, đồng hồ... đều mang những thông điệp xác định...

- Hình thức tặng quà, bưu ảnh, hoa, đồ lưu niệm...

☐ Những hành vi giao tiếp đặc biệt : bắt tay, ôm hôn, vỗ vai, xoa đầu, khoác tay...

☐ Các hành vi khác

- Hành vi hung hăng: không được mong đợi dễ dẫn tới các vấn đề tại nơi làm việc.

- Hành vi quyết đoán: được khuyến khích và quan trọng với các nhà quản lý các cấp.

- Hành vi yếu đuối: không được mong đợi, dễ dẫn tới thất bại trong việc đạt mục tiêu và hài lòng bất kỳ ai, kể cả người thể hiện nó.

## **CHƯƠNG II: SỰ PHỐI HỢP GIỮA GIAO TIẾP NGÔN NGỮ VÀ GIAO TIẾP PHI NGÔN NGỮ TRONG KINH DOANH**

### **2.1. Ảnh hưởng của sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh**

### ***2.1.1. Vì sao phải kết hợp giao tiếp phi ngôn ngữ với giao tiếp ngôn ngữ trong kinh doanh ?***

□ Theo cuộc khảo sát được thực hiện bởi Albert Mehrabian, Giáo sư tâm lý học tại UCLA, để biểu đạt thông tin, chúng ta sử dụng 7% ngữ điệu, 38% âm thanh nhưng đến 55% là ngôn ngữ cơ thể (body-language, còn gọi là “phi ngôn ngữ”).

□ Ngôn ngữ cơ thể là một phần quan trọng của việc truyền đạt thông tin. Để giao tiếp tốt, việc sử dụng ngôn ngữ cơ thể là điều nên quan tâm và kiểm soát. Vấn đề cách thức diễn đạt chiếm 93% độ quan trọng so với nội dung chúng ta đang truyền đạt.

□ Trong giới kinh doanh hay nơi công sở là nơi diễn ra giao tiếp khá đa dạng và giao tiếp “phi ngôn ngữ” được đánh giá là một trong những nhân tố quan trọng tạo nên thành công trong giao tiếp.

□ Không phải lúc nào con người ta cũng có thể dùng lời nói để diễn đạt suy nghĩ của mình. Chẳng hạn, khi có điều khó nói với đồng nghiệp hay cấp trên. Sẽ thật khiếm nhã nếu nói to hoặc dùng những ngôn từ cục cằn. Lúc này chỉ cần một ánh mắt hay nụ cười... cũng phần nào thể hiện một sự “cảnh báo” hay tán thưởng đối phương. Không thể phủ nhận tầm quan trọng của giao tiếp bằng lời nhưng những buổi diễn thuyết, đàm phán hay chỉ đơn thuần là các cuộc nói chuyện sẽ trở nên kém hấp dẫn nếu như không có giao tiếp bằng cử chỉ.

□ Trong xã hội hiện đại và nhất là trong kinh doanh, việc hiểu biết ngôn ngữ cử chỉ rất cần thiết cho mỗi người trở nên tinh tế hơn, tự nhận thức và tự kiểm chế được ngôn ngữ cơ thể cũng như tập cách quan sát ngôn ngữ này thông qua những hình ảnh xung quanh để hiểu rõ đối tác mà ta đang giao tiếp.

□ Để việc truyền tải thông tin sẽ có sức tác động mạnh mẽ hơn nếu chỉ đơn thuần sử dụng giao tiếp ngôn ngữ. Sự kết hợp tạo điểm nhấn cho sự hấp dẫn của bạn: nó không chỉ là những gì bạn nói, mà chính là cách bạn nói. Một thái độ tốt, tức là cử chỉ thân thiện, bạn càng điều khiển và làm nổi bật ngôn ngữ cơ thể sẽ càng làm cho mọi người thấy hấp dẫn hơn. Và nó không chỉ là sự hấp dẫn về mặt giới tính mà còn có ích khi làm quen với những người bạn mới hoặc trong các cuộc phỏng vấn xin việc làm và các cuộc gặp gỡ làm ăn.

□ Trong một nghiên cứu mới đây, có đến 90% sự mở đầu của các bài diễn thuyết có kèm điệu bộ của cơ thể. Mỗi điệu bộ này lại có ý nghĩa rất phong phú. Riêng tư thế

của đầu đã bao hàm các dấu hiệu của sự đồng thuận hay không hoặc cũng có thể thay cho các từ như rất "nhiều", "sẵn sàng", "tất cả mọi người" hay "tất cả mọi thứ". Trên thực tế, chính từ ngữ và điệu bộ đã cùng tạo nên nghĩa của câu.

□ Giao tiếp phi ngôn ngữ chính là một cách để những người không có khả năng nói giao tiếp với cuộc sống bên ngoài. Họ dùng tay và các hành động của cơ thể để trao đổi thông tin và tình cảm của mình. Họ không còn thấy tự ti và mở rộng lòng mình hơn với mọi người.

□ Giao tiếp phi ngôn ngữ đã thể hiện được vai trò quan trọng của mình trong cuộc sống của con người. Chúng giúp cho giao tiếp của chúng ta thêm hoàn thiện và phong phú. Nếu nắm bắt được những chi tiết của cuộc sống, sẽ chẳng có ai coi thường, phớt lờ những nét mặt, ánh mắt hay điệu bộ của người khác. Mỗi hành vi xã hội đều được dạy và được học, hãy nắm bắt nó như một kỹ năng sống. Chỉ cần tinh tế một chút trong giao tiếp chúng ta sẽ nhận ra ngay chúng ta không chỉ giao tiếp bằng lời nói mà bằng cả ngôn ngữ của cơ thể. Martin Luther đã từng nói "đừng nghe những gì anh ta nói mà hãy nghe những gì bàn tay anh ta nói".

### ***2.1.2. Một số hình thức cụ thể vận dụng sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ***

#### ***2.1.2.1. Trong đàm phán, thương lượng***

□ Đàm phán là quá trình giao tiếp giữa các bên thông qua trao đổi thông tin và thuyết phục nhằm đạt được những thỏa thuận về những mục tiêu khác biệt trong khi giữa họ có những quyền lợi có thể chia sẻ và những quyền lợi đối kháng.

□ Các chuyên gia nói rằng trong một cuộc đàm phán kéo dài 30 phút, hai người có thể biểu hiện hơn 800 thông điệp phi lời nói khác nhau. Nếu cả hai người đều không hiểu hoặc không nhận ra những thông điệp này, thì cả hai chỉ dừng lại ở mức độ giao tiếp thấp. Cho nên không có gì đáng ngạc nhiên khi kết quả của nhiều cuộc đàm phán không đến đích.

□ Dùng ngôn ngữ phải ngắn gọn, rõ ràng. Chú ý dùng kết hợp cả giao tiếp phi ngôn ngữ như: ngữ điệu, giọng nói, động tác tay, đầu...

□ Trong khi đàm phán, thương lượng nên thường xuyên chú ý đến cử chỉ không lời của phía bên đối tác như: Có khoanh tay hay gác chân không?, Mắt bạn có nhìn thẳng vào mắt bạn không?, Họ có bịt tay vào mồm khi nói chuyện không?,.... Để khi

nhận thấy một loạt các cử chỉ như vậy, bạn sẽ có cơ sở để phán đoán xem phía bên kia có trung thực, thật thà, lo âu, giận dữ hay thủ thế không thì bạn sẽ có những giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ cho phù hợp.

□ Trong hội nghị hay đàm phán, cách ăn mặc của mỗi nhân vật đều có giá trị thông báo thông tin, bởi nó không những là phong cách thời trang thể hiện cá tính riêng của từng người, mà còn thể hiện địa vị cũng như tầm quan trọng của cuộc họp hay đàm phán. Dù là vật vô tri vô giác, nhưng trang phục lại là những ấn tượng đầu tiên khi tiếp xúc với đối tác cũng như lần ra mắt đầu tiên trước nhà tuyển dụng, nó là một trong những nhân tố quan trọng trong việc “lấy lòng” đối phương. Bên cạnh đó ngôn ngữ cũng cần phải phù hợp với trang phục cũng như địa vị của từng người.

#### 2.1.2.2. Trong quan hệ với đồng nghiệp

□ Giao tiếp nơi công sở là một nghệ thuật, đặc biệt là trong giao tiếp đối với đồng nghiệp. Nó không chỉ là sự khéo léo mà là cả sự điều hòa ở bản thân mỗi người. Làm sao để tạo cho mình một môi trường thật thoải mái trong suốt tám giờ làm việc? Sau đây là một vài lời khuyên trong việc giao tiếp với đồng nghiệp nơi công sở:

- Biết sắp đặt từ ngữ: Chọn từ ngữ rất quan trọng. Không nên nói kiểu cách đại loại như "Thật là tuyệt vời nếu anh làm điều đó". Tốt nhất nói thẳng: "Tôi muốn nhờ anh làm điều này". Điều này rất lợi thế khi đồng nghiệp là nam giới. Nói chung trong công việc không nên dùng lời nói hay từ ngữ quá cầu kỳ. Nếu người dễ tính sẽ dễ dàng bỏ qua, nhưng ai hay xét nét thì lại rất dễ nổi quạu
- Biết cách "chỉnh" với giọng nói của mình. Giọng the thé, run run hay hụt hơi đều không gây được ấn tượng tốt. Những người giàu kinh nghiệm bao giờ cũng biết cách nói thật chậm rãi và trầm lắng
- Đừng cười khúc khích hoặc cười phá lên. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là ở công sở bạn lúc nào cũng im lặng.
- Luôn giữ cái đầu "mát mẻ". Tình trạng căng thẳng, sầu muộn là kẻ thù của mối liên kết tốt đẹp giữa bạn và đồng nghiệp. Luôn hoà nhã, có thể là rất khó khăn, nhưng bạn không thể làm khác. Nên nhớ rằng những cơn thịnh nộ của nam giới dễ được chấp nhận hơn nữ giới.
- Đừng bỏ qua các cuộc hội họp. Hội họp là "mạch liên kết" giữa bạn và đồng nghiệp. Trong một số nghề, bạn có thể được thăng chức nhờ thể hiện năng lực của mình trong những tình huống như vậy. Nếu có thể được, luôn tranh thủ cơ

hội giữ vai trò (bằng cách đưa ra ý kiến tóm tắt những trọng tâm của cuộc hội thảo một cách đơn giản nhất).

#### 2.1.2.3. Trong quan hệ giữa cấp trên – cấp dưới

Các chuyên gia tư vấn khuyên rằng: nếu nói chuyện với cấp trên, bạn nên làm rõ các điểm, ý chính, trao đổi chính xác và chú ý lắng nghe/ghi chép những nhận xét của cấp trên. Còn nếu bạn nói chuyện với cấp dưới, luôn luôn giải thích chi tiết các vấn đề và đừng quên hỏi nhân viên cấp dưới xem họ suy nghĩ gì hoặc phản hồi như thế nào về vấn đề đó

#### 2.1.2.4. Trong quan hệ với khách hàng

- Giao tiếp với khách đến cơ quan, văn phòng làm việc
  - Chào hỏi lịch sự, gọi cả tên, họ các chức danh (nếu có).
  - Phải chủ động chào, bắt tay, mời ngồi, mời nước... Hỏi thăm xã giao vài ba câu và vào ngay nội dung chính của công việc.
  - Chọn thời cơ đúng lúc hãy đưa công văn, thư, quà biếu
  - Duy trì sự nhiệt tình, vui vẻ trong suốt thời gian tiếp khách ( không làm việc khác)
  - Nhìn vào mắt người giao tiếp, lắng nghe, gật đầu, mỉm cười... để khuyến khích họ nói. Tránh cử chỉ bất nhã.
  - Nói ngắn gọn, rõ ràng, ngôn ngữ dễ hiểu, giọng nói ẩn chứa sự nhiệt tình, ánh mắt tập trung vào đối phương sẽ gây được sự mến phục của khách hàng.
  - Kết thúc cuộc gặp nhớ bắt tay, chào tạm biệt (và chú ý đến tư trang của khách, nếu quên thì nhắc khéo). Tùy khách mà tiễn tới cửa, ra tận xe, ra sân bay...
  - Hãy mỉm cười. Người ta luôn thích ở bên những người vui vẻ, tươi tắn. Hãy vứt bỏ những cuộc mua bán lạnh lùng, hãy vứt bỏ tâm trạng lo lắng, căng thẳng và bày tỏ niềm vui sướng với công việc mình làm để kiếm sống.

□ Bên cạnh việc khách hàng muốn được mua hàng tốt, chất lượng cao, nhiều công dụng, có tính thẩm mỹ thì họ còn thích mua ở những nơi có người bán hàng dễ thương, luôn vui vẻ, tươi cười, cử chỉ, hành động nhẹ nhàng, lịch sự...

#### 2.1.2.5. Một số tình huống khác

- a. Khi phỏng vấn và trả lời phỏng vấn xin việc





Trong cuộc phỏng vấn, ngoài những câu hỏi kiểm tra đã được chuẩn bị sẵn, nhà tuyển dụng cần quan sát tinh tế ứng viên để từ đó có sự đánh giá tổng thể. Ngôn ngữ cơ thể là một trong những biểu hiện cho thấy rõ về điều đó.

*Hình 2.1. Phỏng vấn trong kinh doanh*

□ Nếu bạn đang trong cuộc phỏng vấn xin việc và bạn đang nói bằng giọng đều đều và nói về những điều mà bạn không tin rằng bạn sẽ có. Tuy nhiên, ngôn ngữ hình thể của bạn lại nói cho người có lẽ sẽ là cấp trên của bạn rằng bạn rất thận trọng và có năng lực. Trong khi đó thực sự thì bạn không hẳn là như vậy (và có lẽ bạn sẽ không có việc làm đó). Vậy điều gì là thích hợp, đó không phải là ngôn ngữ hay giọng nói của bạn mà chính là ngôn ngữ hình thể của bạn thể hiện lên điều đó.

□ Nhà tuyển dụng và ứng viên đều phải ăn mặc phù hợp với một buổi phỏng vấn có tính chất trang trọng.

□ Người phỏng vấn: trong cuộc trao đổi thông tin cần hai chiều: luôn đặt câu hỏi, lắng nghe, giải thích của cả hai phía.

□ Người được phỏng vấn: lắng nghe tốt, biết cách trả lời hoặc đặt câu hỏi, đối đáp linh hoạt, không áp úng trước các câu hỏi của nhà tuyển dụng. Đứng và ngồi một cách chắc chắn, dứt khoát, nghiêm trang. Nhìn thẳng vào mắt người phỏng vấn khi trò chuyện. Không cần phải nhìn chăm chăm vào nhà tuyển dụng nhưng phải thường xuyên để ý tới ánh mắt người phỏng vấn. Điệu bộ và cách nói chuyện nơi bàn tay phải rất tự nhiên nhưng cũng giữ ở mức độ vừa phải.

□ Bắt tay: Đây là sự thể hiện đầu tiên đối với nhà tuyển dụng. Nếu khi người phỏng vấn bắt tay và họ chỉ nhận lại một cái bắt tay lỏng lẻo và thiếu sinh lực - đây không phải là một khởi đầu tốt. Phải nắm một cách vững chắc, bàn tay phải khô và ấm. Vậy nên, hãy rửa tay với nước mát trước khi đến chỗ phỏng vấn, và dùng nước ấm nếu tay bị lạnh.



Hình 2.2. Bắt tay

□ Những hành động vô thức: Không có gì tệ hơn nếu cứ nghịch tóc một cách vô thức, bấm bút lách cách, mân mê vạt áo hay gõ chân và “gãi đầu gãi tai” lộ vẻ sốt ruột, lo lắng và thiếu tự tin.

b. Khi nói chuyện trước công chúng

□ Đừng nghĩ về mình (cách nghĩ “ta là trung tâm” sẽ gây lo lắng, hãy nghĩ về nội dung bài nói chuyện).

□ Giảm lo lắng, sợ hãi. Có thể làm một số động tác thể dục: xoay cổ, xoay vai, co duỗi tay, thả lỏng toàn thân.

□ Khả năng diễn đạt rõ ràng bằng lời, phát âm chính xác không nói ngọng, cà lăm, giọng địa phương... Để có giọng nói tốt: tập nói ngân nga, nói nhỏ, nói thầm ở nhiều cung bậc khác nhau.

□ Tập thở: hít vào thở ra có kiểm soát hơi thở đều sẽ giúp giọng nói không run.

□ Khi đứng trên diễn đàn hãy cố gắng đưa mắt về phía người nghe.

□ Sử dụng các phương tiện phi ngôn ngữ một cách tự nhiên. Tránh đứng im hoặc vung tay quá nhiều. Nhiều người có quan điểm sai lầm rằng "vung vẩy" tay càng nhiều trong lúc nói chuyện thì hình ảnh của họ càng trở nên lôi cuốn. Trong thực tế, bạn chỉ nên sử dụng bàn tay để diễn giải vấn đề thêm rõ ràng trước người nghe. Hoạt động của bàn tay trong quá trình nói chuyện nên đúng mực, kết hợp khéo léo với quan điểm, thái độ bản thân, hoặc gắn kết với cao trào của câu chuyện cũng như tầm quan trọng của vấn đề.

□ Tránh các thói quen xấu: hắng giọng, ho khan, dùng một số từ “được chứ?”, “phải không?” quá nhiều.

□ Sử dụng các mẫu chuyện vui, hài hước sát với chủ đề để thu hút người nghe.

□ Hãy cố gắng trình bày phần mở đầu tốt tạo ấn tượng và mối quan hệ tốt đẹp giữa người nói và người nghe. Phần kết thúc tốt để củng cố chủ đề bài nói.

□ Linh hoạt, chủ động điều chỉnh nội dung, khối lượng bài nói có thể kết thúc sớm tốt hơn là nói dài.

□ Ăn mặc lịch sự, cẩn thận, nghiêm túc phù hợp với hoàn cảnh.

□ Buổi nói chuyện tổ chức vào những thời điểm thích hợp trong ngày, thời gian người nghe tỉnh táo nhất.



Hình 2.3. Diễn thuyết trước đám đông

⇒ Nói chuyện trước công chúng thì một nửa là nội dung và một nửa là nghệ thuật trình bày diễn đạt. Việc phối hợp nhuần nhuyễn các yếu tố phi ngôn ngữ với giao tiếp ngôn ngữ sẽ mang lại hiệu quả rất lớn.

c. Trong các hội nghị, cuộc họp

□ Đối với người tổ chức hội nghị, cuộc họp

- Chuẩn bị cơ sở vật chất: trang trí, quét dọn phòng họp. Các phương tiện kỹ thuật, ghi âm, ghi hình...

- Khuyến khích mọi người phát biểu, các ý kiến đa dạng.

- Đặt các câu hỏi gợi mở “Bạn nghĩ sao về vấn đề này ?” Theo bạn vấn đề này nên giải quyết thế nào?

- Tránh đặt câu hỏi có / không ?

- Mời phát biểu theo trình tự, nguyên tắc: Người chức danh thấp phát biểu trước. Người chức danh cao phát biểu sau. Có thể chỉ định một số người chuẩn bị sẵn để phát biểu trước để định hướng cho hội nghị.

- Cần cho tiến hành họp đúng giờ (Nếu không họp đúng giờ, số thành viên tham dự sẽ giảm, số người đi trễ sẽ tăng lên). Đi trễ phải có lí do hoặc bị kiểm điểm.

- Khai mạc một cách ngắn gọn, rõ mục đích và nội dung cuộc họp, cách làm, thời gian.

- Theo dõi và điều khiển cuộc họp theo đúng tinh thần đặt ra. Quan sát thái độ, phản ứng của mọi người để có sự điều chỉnh cho phù hợp.

□ Đối với thành viên tham gia dự hội nghị, cuộc họp

- Không cần dẫn dắt dài vì mọi người đã quan tâm nhiều tới vấn đề và hiểu tầm quan trọng của nó. Chỉ đưa ra 1-2 điểm chính vì phải để người khác phát biểu.

- Không cần phải đưa ra lời kết luận một cách trang trọng.

- Cách trình bày không cần nghi thức trang trọng (có thể ngồi tại chỗ) tiếp xúc bằng mắt với cử tọa nhiều hơn.

- Phải theo sát chương trình, chỉ phát biểu khi thích hợp.

- Giúp người chủ tọa điều khiển cuộc họp một cách thuận lợi, cởi mở, thoải mái. Có thể thực hiện một số động tác nhẹ nhàng, mỉm cười, ánh mắt thân thiện, ẩn chứa đầy sự nhiệt tình, tránh cười lớn, vung tay, đập bàn...

□ Sắp xếp chỗ ngồi trong hội nghị, cuộc họp

- Thường có một bàn danh dự đặt phía trên (từ 4 đến 8 ghế) dành cho khách có chức vụ cao nhất và đại diện ban lãnh đạo, các quan khách khác ngồi hàng ghế đầu bên dưới.



*Hình 2.4. Hội nghị của một hãng truyền thông*

- Vị lãnh đạo (chủ nhà) ngồi giữa bàn danh dự. Vị khách quan trọng số 1 ngồi bên phải chủ nhà.

- Trong lễ kí kết hợp đồng thư kí ngồi hàng đầu phía sát tường (Nếu thủ trưởng cần gấp sẽ đi cặp theo mé tường lên gấp, không đi cắt ngang trước mặt quan khách).

- Trong cuộc họp báo, nếu thư ký là phiên dịch phải đứng cạnh thủ trưởng bên tay trái, hơi lùi về phía sau. (Không được đứng trong tầm ngắm của phóng viên khi họ chụp ảnh hay trực tiếp phỏng vấn các nhân vật quan trọng).

- Trong hội nghị, nếu thư kí không phải người hướng dẫn chương trình thì sẽ là người viết biên bản và sẽ ngồi tại bàn tiếp tân.

d. Trong các bữa tiệc

Trong một bữa tiệc, chúng ta sẽ thấy có những người nổi lên giữa đám đông với một phong cách hòa đồng bên cạnh những người có vẻ kín đáo hơn. Họ thường chủ động bắt chuyện với mọi người, niềm nở và có thể bắt chuyện với bất cứ ai. Đó là một kỹ năng rất cần thiết cho người kinh doanh.

□ Giao tiếp trong bữa tiệc

- Trong bữa tiệc, phép lịch sự của con người thông qua cử chỉ, cách ăn nói, cách sử dụng các dụng cụ trên bàn ăn.

- Cách nói: trong giao tiếp ở bữa tiệc phải thể hiện tính văn hóa, sự thân tình, tính khiêm tốn, nói ít, nghe nhiều, không nói quá to, nói vừa đủ nghe, nói nhẹ nhàng từ tốn.



*Hình 2.5. Một bữa tiệc đứng*

□ Cách ăn uống, sử dụng dụng cụ trên bàn ăn.

- Chú ý không nhai nguồm ngoàm, phải nhai không phát ra tiếng.
- Không vừa nhai vừa nói.
- Tránh cầm dao, nĩa, muỗng đũa trong tay mà ra điệu bộ khi nói chuyện.
- Cụng ly phải xem trong bàn ai là người lớn tuổi cụng trước (người chức vụ lớn hơn) nên hạ miệng ly thấp hơn họ
- Sau đó là người phụ nữ thể hiện phép lịch sự.
- Không uống say mất tự chủ, nói sai, làm sai gây phiền hà hoặc khó chịu cho mọi người.
- Không vút tàn thuốc lá bừa bãi.



- Câu chuyện trên bàn ăn nên có tính vui vẻ, dễ chịu, không bóng gió, riêng tư để mọi người đều có thể tham gia.

- Không nên hỏi thăm đời tư của khách.

- Sĩa răng phải kín đáo che miệng, hỉ mũi phải tế nhị rời xa phòng ăn.

- Trong tiệc Châu Á nên tiếp thức ăn cho người khác nhất là người lớn tuổi, phụ nữ (không gấp bằng đĩa của mình).

- Khi không ăn nữa để muỗng nĩa vào hãnh trong lòng đĩa.

- Khi không ăn nữa bắt đầu các cuộc giao lưu với khách đứng trong phòng tiệc.

- Nên cầm một ly rượu hoặc nước trái cây, tránh để tay thừa và thêm phần lịch lãm.

### ***2.1.3. Hiệu quả của sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh***

□ Sử dụng tín hiệu phi ngôn ngữ để làm cho giao tiếp có hiệu quả và ý nghĩa hơn. Giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ đều góp phần truyền tải một thông điệp. Bạn có thể cải thiện kỹ năng giao tiếp nói của mình bằng cách sử dụng các tín hiệu phi ngôn ngữ và cử chỉ để nhấn mạnh và hỗ trợ cho lời nói của mình. Cách làm này đặc biệt phát huy tác dụng khi bạn phải thuyết trình hoặc nói trước một đám đông.

□ Chúng ta không thể phủ nhận tầm quan trọng của giao tiếp bằng lời nhưng những buổi diễn thuyết, bữa tiệc hay chỉ đơn thuần là các buổi nói chuyện sẽ trở nên kém hấp dẫn nếu như không có giao tiếp bằng cử chỉ. Bạn mở đầu bài nói của mình bằng một cử chỉ hài hước thì chắc chắn không khí hội trường sẽ thay đổi và cơ hội thành công của bạn sẽ cao hơn.

□ Khi không thể diễn đạt được bằng lời nói, chúng ta nên sử dụng điệu bộ. Điệu bộ phản ánh chính xác, cảm giác, thái độ và ý định của con người.

□ Cảm xúc là đường dẫn cho ngôn ngữ cơ thể. Cảm xúc có thể thay đổi. Nếu thấy thoải mái người ta sẽ cười thật nhiều. Nếu chúng ta có thể điều khiển được nụ cười của mình thì sẽ cảm thấy tốt hơn. Trong kinh doanh, đôi khi phải chịu nhiều áp lực lớn từ công việc, điều đó khiến con người mệt mỏi và căng thẳng. Nếu thấy mệt mỏi hay tinh thần không được hưng phấn thì nên ngồi xuống. Nếu đã ngồi xuống mà vẫn cảm thấy mệt mỏi hơn thì hãy thử đứng lên ngồi xuống thật nhanh trong vòng năm phút và bạn sẽ thấy có nguồn năng lượng mới trong mình.

□ Góp phần phát triển kỹ năng giao tiếp. Nếu chúng ta phát triển “phi ngôn ngữ” của mình, chúng ta có thể khiến cho những ý nghĩ được thực hiện theo cách có hiệu quả hơn. Chúng ta có thể tạo nên mối quan hệ với những người khác một cách dễ dàng. Khi sử dụng nhiều sức mạnh cùng một lúc và với sự thận trọng trong từng cử chỉ, kỹ năng giao tiếp của chúng ta sẽ trở nên tuyệt vời hơn bao giờ hết.

□ Giao tiếp phi ngôn ngữ mang trong mình rất nhiều thông điệp về các mối quan hệ con người. Một đứa trẻ chỉ cần nhìn cử chỉ của mẹ là đã có thể biết người đang nói chuyện với mẹ là bạn mẹ hay người lạ. Cũng như vậy trong một gia đình những nét mặt, ánh mắt của người chồng hay người vợ cũng nói lên gia đình đó có hạnh phúc hay không. Do vậy khi giao tiếp trong kinh doanh chúng ta phải hiểu rõ những thông điệp “phi ngôn ngữ” từ các khách hàng, đối tác hay nhân viên của mình thì sẽ gia tăng hiệu quả công việc.

## **2.2. Hạn chế đối với việc áp dụng sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh**

□ Người sử dụng cần phải thật sự hiểu rõ bản chất của việc áp dụng này một cách nhuần nhuyễn để tránh việc người được giao tiếp hiểu sai vấn đề cần giao tiếp. Chúng ta có thể sử dụng tín hiệu để làm cho giao tiếp có hiệu quả và ý nghĩa hơn. Tuy nhiên, nên nhớ rằng giao tiếp bằng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ đều góp phần truyền tải một thông điệp, và nếu ngôn ngữ và phi ngôn ngữ không có sự hài hòa thì việc người nghe tiếp nhận một cách lệch lạc là điều hiển nhiên. Chính vì vậy, đòi hỏi người giao tiếp phải có cái nhìn tổng quát về vấn đề trước khi giao tiếp.

□ Đòi hỏi người áp dụng phải biết linh hoạt trong nhiều trường hợp, hoàn cảnh khác nhau, không thể cứng nhắc. Khi đang giao tiếp với nhiều người, cần phải luôn chú ý tới tình huống và bối cảnh của cuộc đàm thoại. Một vài tình huống đòi hỏi cách cư xử trang trọng nhưng trong những tình huống khác thì cách cư xử đó lại bị xem là lạc lõng. Vì thế phải luôn cân nhắc xem những hành động phi ngôn ngữ của có thích hợp với bối cảnh hay không, điều này đòi hỏi người giao tiếp phải tinh tế trong cách nhìn nhận và cách xử lý.

□ Giao tiếp là một nghệ thuật nên sự phối hợp là nghệ thuật riêng của mỗi người, không thể bắt chước, “nhập khẩu” một cách máy móc, khuôn mẫu được. Đòi hỏi mỗi người muốn tạo nên dấu ấn, phong cách riêng cho mình thì phải tự tìm tòi, sáng tạo.

### **CHƯƠNG III: NÂNG CAO HIỆU QUẢ SỰ PHỐI HỢP GIỮA GIAO TIẾP NGÔN NGỮ VÀ GIAO TIẾP PHI NGÔN NGỮ TRONG KINH DOANH**

#### **3.1. Một số nguyên tắc cần áp dụng khi phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh**

##### ***3.1.1. Các nguyên tắc nên áp dụng trong việc phối hợp***

- ☐ Chú ý tới các dấu hiệu phi ngôn ngữ



Con người có thể có nhiều cách để diễn đạt thông tin như nói, đọc, giao tiếp bằng mắt, cử chỉ, dáng điệu, chuyển động cơ thể và âm lượng của giọng nói. Ngoài ý nghĩa của ngôn từ, tất cả những tín hiệu trên đều có thể phát đi những thông tin quan trọng. Nên chú ý kỹ khi ngôn ngữ của một người không ăn khớp với hành động phi ngôn ngữ của họ. Các nhà nghiên cứu đã nói rằng khi ngôn ngữ không ăn khớp với các tín hiệu ngôn ngữ thì người ta sẽ bỏ qua những lời bạn nói và chỉ chú ý tới các biểu hiện phi ngôn ngữ bao gồm tính khí, suy nghĩ và cảm xúc..

☐ Chú ý tới âm lượng của giọng nói

Âm lượng giọng nói có thể truyền đạt được một lượng lớn thông tin, thể hiện sự nhiệt tình hay thờ ơ của bạn. của giọng nói để nhấn mạnh những ý tưởng mà bạn muốn diễn đạt. Ví dụ, nếu bạn muốn bày tỏ sự thích thú tới một điều gì đó, hãy sử dụng một giọng nói sôi nổi.

☐ Sử dụng phương thức giao tiếp bằng mắt

Giao tiếp bằng mắt là một phần quan trọng trong quá trình giao tiếp nhưng cũng nên nhớ rằng đừng nhìn chằm chằm vào mắt người khác. Giao tiếp bằng mắt bao nhiêu là đủ? Một số chuyên gia về giao tiếp khuyên rằng khoảng thời gian cho mỗi lần giao tiếp bằng mắt nên kéo dài 4 – 5 giây.

☐ Hãy sử dụng tín hiệu phối hợp với ngôn từ để làm cho giao tiếp có hiệu quả và ý nghĩa hơn.

Nên nhớ rằng giao tiếp bằng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ đều góp phần truyền tải một thông điệp. Bằng cách phối hợp các tín hiệu phi ngôn ngữ với ngôn ngữ sẽ nhấn mạnh và hỗ trợ cho lời nói. Cách làm này đặc biệt phát huy tác dụng khi phải thuyết trình hoặc nói trước một đám đông.

☐ Xem xét bối cảnh

Khi đang giao tiếp với nhiều người, luôn chú ý tới tình huống và bối cảnh của cuộc đàm thoại. Hãy luôn cân nhắc xem những hành động phi ngôn ngữ của bạn có thích hợp với bối cảnh hay không. Chú ý tới cách làm cho những tín hiệu phù hợp với mức độ trang trọng của từng tình huống giao tiếp.

☐ Rèn luyện

Một vài người dường như rất có tài trong cách vận dụng những kỹ năng giao tiếp phi ngôn ngữ và có thể hiểu chính xác người khác. Những người này thường được miêu tả “có thể đọc được tâm can của người khác”. Trên thực tế có thể xây dựng

những kỹ năng này bằng cách chú ý tới hành động phi ngôn ngữ và rèn luyện nhiều kiểu ngôn ngữ khác nhau với người khác.

Có thể rèn luyện những kỹ năng này ở bất cứ đâu: Trong các cuộc họp, trong bữa ăn cùng gia đình, hoặc trong một bữa tiệc bạn bè. Sẽ rất ngạc nhiên khi nắm bắt được những thông điệp từ ngôn ngữ cử chỉ của người khác. Và khi áp dụng những hiểu biết mới mẻ này vào các mối quan hệ trong công việc, ngôn ngữ hình thể trở thành một trong những yếu tố quan trọng không thể thiếu trên bước đường đến thành công.

### **3.2. Những điều cần tránh khi phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh**

Hầu hết mọi người hoàn toàn không tự nhận biết về ngôn ngữ cơ thể của riêng mình. Vì thế tự kiểm soát các cử chỉ của mình có thể được xem là khá khó khăn. Nhiều cử chỉ là phản xạ tự nhiên, tự động kết hợp với những gì tâm trí chúng ta có khi đang suy nghĩ tại bất kỳ thời điểm nào. Tuy nhiên, với những thông tin đúng và chịu khó thực hành một chút, chúng ta có thể luyện tập vượt qua những thói quen xấu của ngôn ngữ cơ thể, hầu tránh được nhiều hiểu lầm từ người khác trong giao tiếp.

□ Trong khi giao tiếp cần tránh sự mâu thuẫn trong giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ, như khi muốn chúc mừng người nào đó thì nói “Tôi xin chúc mừng” nhưng trong khi đó nét mặt hay cử chỉ của lại không vui tươi hay còn tỏ ra sầu não thì sẽ làm cho người giao tiếp với nhận thấy là mình không chân thành hoặc có thể là giả dối.

□ Trong các cuộc đàm phán, thương lượng cần nên tránh những cử chỉ như: ngáp, thờ dãi hay nói những câu nói không phù hợp với hoàn cảnh,... với những hành động giao tiếp đó có thể biến bạn trở thành một người bất lịch sự hay là một đối tác không đứng đắn,... làm cho cuộc đàm phán không đạt được kết quả như bạn mong muốn.

□ Trong khi giao tiếp với khách hàng bạn cần tránh 4 thái độ:

- + Thái độ ngạo mạn, như thế sẽ làm tổn thương đến lòng tự trọng của khách hàng.
- + Thái độ lúng túng, như thế khách hàng sẽ thấy bạn không đáng tin cậy.
- + Thái độ lạnh lùng, sẽ làm cho khách hàng cảm thấy không thân thiện.
- + Thái độ tùy tiện sẽ làm cho khách hàng không tôn trọng bạn.

### 3.3. Những doanh nhân thành công nhờ vận dụng tốt sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh

#### 3.3.1. Steven Anthony Ballmer

**Steven Anthony Ballmer** (sinh ngày 24 tháng 3, 1956 tại Detroit, Michigan) là một doanh nhân người Mỹ và là Giám đốc điều hành của Tập đoàn Microsoft từ tháng 1 năm 2000. Ballmer là người đầu tiên trở thành tỷ phú theo giá trị cổ phiếu thu được với vai trò là nhân viên của một tập đoàn mà ông ta không phải là người sáng lập hay là họ hàng của người sáng lập. Trong Bảng xếp hạng những người giàu nhất thế giới năm 2007 của Tạp chí Forbes, Ballmer được xếp là người giàu thứ 31 trên thế giới, với tài sản ước tính trị giá 15 tỷ Đô la Mỹ.

Ballmer nổi tiếng với khuynh hướng thể hiện bản thân một cách ồn ào và nồng nhiệt. Khi nhắc tới Steve Ballmer - CEO, "công thần số một" của tập đoàn Microsoft, người ta thường nghĩ ngay đến một hành động thật khó tin, đó là...thè lưỡi chào mọi người trước khi bắt đầu trở tài diễn thuyết.



Hình 3.1. Steven Anthony Ballmer

Nếu Bill Gates có cách tiếp xúc điềm đạm nhẹ nhàng trước cử tọa, thì ngược lại, Steve Ballmer lại có phong thái cực kỳ linh hoạt, thậm chí rất "rocker" (nghệ sĩ trình diễn nhạc rock), đặc biệt trước cử tọa trẻ. Cả hàng nghìn người nghe đã như bị Ballmer hút hồn bằng những động tác phối hợp cả thân người, chân, tay, miệng, và cả... lưỡi. Những cú chạy nhảy trên sân khấu của tỷ phú giàu thứ 19 thế giới, người duy nhất trên thế giới là tỷ phú trên cương vị người... làm thuê (Steve Ballmer là Tổng giám đốc điều hành Microsoft từ 7 năm nay, một chức vụ được... thuê làm bởi "ông chủ" Bill

Gates) có thể khiến chúng ta cực kỳ ngạc nhiên. Bởi người mình, khi đã giàu lên, có chút thế lực trên thương trường, thì dù chỉ là doanh nhân, nhưng cách ứng xử đã "bề thế" thậm chí "chậm chạp" và "khệnh khạng" chứ không tung bừng hồn nhiên pha chút hoang dại như Steve Ballmer.

Mỗi doanh nhân khi xuất hiện trong những "phi vụ" làm ăn của mình, dĩ nhiên họ cư xử không ai giống ai. Nhưng phong thái ứng xử của những người như Steven Ballmer rất đáng để học hỏi. Họ càng giàu có thì lại càng giản dị, và trong mỗi cuộc tiếp xúc, cái họ quan tâm nhất vẫn là hiệu quả thực tế. Làm thế nào để đạt hiệu quả cao nhất qua mỗi lần tiếp xúc, mỗi khi đăng đàn tiếp thị sản phẩm hay quảng bá thương hiệu, đó là kết quả của sự nghiên cứu nghiêm túc và lâu dài tâm lý đối tượng, tình cảm và khả năng hưởng ứng của đối tác. Đó cũng là kết quả của sự tự tin cao độ được "rèn giũa" qua những "cuộc chiến thương trường" khiến doanh nhân biết mình cần phải thể hiện như thế nào trong những hoàn cảnh khác nhau. Có những động thái ứng xử mang tính "sân khấu" đã được ông Steve Ballmer dày công tập luyện. Cộng với sự ngẫu hứng, khả năng xuất thần thì những động tác độc đáo ấy của Steve mới phát huy sức thu hút tối đa. Sự tác động mang tính cá nhân của doanh nhân, phong cách và cả những ứng xử rất đặc thù của họ góp một phần rất quan trọng giúp họ đạt mục đích kinh doanh.

### **3.3.2. Tổng thống Mỹ Bill Clinton**

**William Jefferson Clinton** (tên khai sinh là William Jefferson Blythe III) sinh ngày 19 tháng 8 năm 1946[1], là tổng thống thứ 42 của Hoa Kỳ từ năm 1993 đến năm 2001.

Ông là một ví dụ hoàn hảo về dấu hiệu lãnh đạo cuốn hút theo phong cách tổng giám đốc. Clinton thể hiện sức hút mạnh mẽ nhất trong trường hợp tiếp xúc giữa 2 người. Ông dùng những dấu hiệu lắng nghe tích cực như nhìn vào mắt, tập trung hoàn toàn và mô phỏng dáng điệu để làm người đối diện cảm thấy rung động.



"Sự xuất hiện của ông có thể kéo công chúng ra khỏi không khí nhàm chán của những hội thảo tài chính hay khoa học"

*Hình 3.2. Tổng thống thứ 42 của nước Mỹ -Bill Clinton*

Bill Clinton có thể không còn là người quyền lực nhất thế giới nữa, nhưng không vì thế mà thu nhập của ông ngừng tăng lên: giờ đây ông đã trở thành nhà diễn thuyết ăn khách nhất thế giới. Kể từ khi rời nhiệm sở năm 2001, cựu Tổng thống Mỹ đã tích lũy được số tài sản ước tính lên đến 40 triệu USD chỉ từ việc đi diễn thuyết.

Sức hút của một cựu Tổng thống: từ trí tuệ, ngôn ngữ...

Điều đầu tiên phải kể đến chính là khả năng diễn thuyết được đánh giá là xuất sắc nhất trong những người cùng thế hệ. Nếu bạn nhìn thấy Bill Clinton có thể dễ dàng liên kết với công chúng thế nào, đôi lúc có cảm giác như ông đang nói chuyện với từng người từng người một, bạn sẽ hiểu tại sao người ta sẵn sàng bỏ tiền đồng ra chỉ để nghe ông nói.

Một ví dụ điển hình là mùa hè năm 2004, trong một hội nghị của đảng Dân chủ ở Boston. Dù ứng cử viên Tổng thống của đảng này lúc đó là ông John Kerry, nhưng bất chấp mọi nỗ lực của ông Kerry, người ta vẫn chỉ nhớ đến bài diễn thuyết của ông Clinton, và của một người nữa, lúc đó vẫn còn vô danh - Barack Obama.

Một chuyện khác xảy ra vào tháng 10 năm đó. Vừa phẫu thuật tim mới được hai tháng, ông Clinton đã đến Philadelphia vận động tranh cử cho ông Kerry vào những ngày cuối của cuộc chạy đua vào ghế Tổng thống. Ông đứng trước đám đông, một bàn tay đặt lên ngực và nói: "Nếu thể này là không tốt cho trái tim của tôi thì tôi không biết là cái gì nữa", 20.000 người có mặt ở đó đã hò reo ầm ĩ. Trong những ngày đó, tuy đã mất đi rất nhiều quyền lực, ông vẫn thừa khả năng làm cho công chúng phát điên lên vì mình.

Stephen Hess, giáo sư về các vấn đề công cộng ở Đại học George Washington và từng là người chuyên viết diễn văn cho cựu Tổng thống John F Kennedy, nhận định về Bill Clinton: *"Ông ấy giống như một nhạc công, tạo ra giai điệu, tạo ra những nốt nhạc. Tất nhiên, là một người rất thông minh nữa nên ông ấy có rất nhiều điều để nói... Ông ấy thích diễn thuyết vì ông ấy thích ngôn ngữ, thích tư duy"*.

Bill Clinton và những người chuyên viết diễn văn cho ông cũng nổi tiếng với những bí quyết tạo nên những câu nói bất hủ. Hãy xem câu nói đơn giản nhưng cực kỳ hiệu quả và đáng ghi nhớ ông nói trong buổi lễ nhậm chức tháng 1/1993: "Chẳng có sai lầm nào của nước Mỹ mà nước Mỹ không thể khắc phục được bằng việc làm đúng đắn của chính mình". Hay câu ông trả lời nhà báo nổi tiếng Joe Klein: "Cá tính là cuộc hành trình chứ không phải đích đến"

Đến phong thái, ngoại hình

Nhưng trí tuệ mới chỉ là một khía cạnh tạo nên hình ảnh diễn giả nổi tiếng của ông Clinton. "Ông ấy vừa là một nhà hùng biện kiệt xuất, vừa là một ngôi sao hạng A đích thực. Người ta vừa muốn nghe ông nói, vừa muốn được xuất hiện bên cạnh ông như bên cạnh một siêu sao điện ảnh", giáo sư Stephen Hess nhận định.

### **3.3.3. Bí quyết giúp giao tiếp thành công**

Sự thành công của một nhân viên không chỉ phụ thuộc vào tính chuyên nghiệp và sự siêng năng làm việc mà còn ở các mối quan hệ cá nhân và kỹ năng giao tiếp của họ. Trong cuộc sống hàng ngày, đặc biệt là các mối quan hệ nơi công sở, thất bại trong giao tiếp thường là nguyên nhân của những bất đồng hoặc hiểu lầm giữa các đối tượng giao tiếp.

Sau đây xin giới thiệu một số bí quyết giúp giao tiếp thành công:

□ Nói hay !

- Nói ngắn gọn - “xoay” ngay vào vấn đề chính. Nói đầy đủ, hoàn chỉnh và rõ ràng. Kết hợp với một gương mặt đầy sức sống và luôn xem việc mỉm cười là một phần trong kho tàng ngôn ngữ hàng ngày của bạn (hãy nhớ – để lộ răng khi cười).

□ Tốc độ nói và giọng nói: phải điều chỉnh tốc độ nói vừa phải và thỉnh thoảng dừng lại một lúc để “chờ” người nghe. Tùy theo hoàn cảnh, bạn có thể điều chỉnh âm lượng cho phù hợp, đồng thời cũng nên nhã nhặn, lịch sự vì một giọng nói nhẹ nhàng luôn tạo một cảm giác dễ chịu.

□ Các điệu bộ: diễn cảm những đừng lạm dụng. Khép các ngón tay lại khi bạn thực hiện điệu bộ, bàn tay đặt dưới cằm và tránh khoanh tay hoặc bắt chéo chân.

□ Tiếp xúc bằng mắt: giữ việc tiếp xúc bằng mắt để mọi người cảm thấy thoải mái. Trừ phi việc nhìn vào mắt người khác là không phù hợp về văn hóa, còn lại thì nhìn vào mắt người khác sẽ tạo được tin cậy hơn là không nhìn.

□ Tư thế: cúi đầu khi lắng nghe, đứng thẳng khi nói.

□ Khoảng cách: đứng ở khoảng cách sao sao cho bạn cảm thấy thoải mái. Nếu người kia lùi lại thì bạn cũng đừng bước tới nữa.

□ Bắt chước: bắt chước ngôn ngữ cơ thể của những người khác một cách tinh tế.

## KẾT LUẬN

Trong xã hội, giao tiếp là một hoạt động không thể thiếu trong đời sống của con người, đặc biệt là hoạt động kinh doanh giao tiếp đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong quá trình hoạt động và phát triển của bản thân và công ty. Vì thế cần phải biết vận dụng và phối hợp các yếu tố của giao tiếp là phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ trong kinh doanh để đạt được những mục tiêu tốt nhất như mong muốn.

Trong quá trình tìm hiểu và phân tích sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ trong kinh doanh, nhóm Green đã cố gắng phân tích những mặt hiệu quả cũng như mặt hạn chế mà sự phối hợp này đem lại, các phương thức, nguyên tắc cũng như là những điều cần tránh trong giao tiếp. Từ đó nhóm đưa ra các biện pháp để khắc phục, giải quyết những tồn tại hạn chế cũng như đề xuất xây dựng phát triển sự phối hợp nhiều hơn trong giao tiếp.

Tuy nhiên do đây là một khái niệm còn mới, vẫn còn nhiều điều nhóm chưa hiểu và do trình độ cũng như thời gian có hạn nên trong quá trình làm việc nhóm không thể thiếu những sai sót. Vì vậy, nhóm rất mong nhận được sự thông cảm và đóng góp ý kiến của cô Nguyễn Thị Kim Ánh và các bạn để bài đồ án có tính thuyết phục và hoàn thiện hơn.

Xin chân thành cảm ơn!



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Allan & Barbara Pease (2008), Cuốn sách hoàn hảo về ngôn ngữ cơ thể, NXB Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh.
- [2]. Báo điện tử: [www.doanhnhansaigon.vn](http://www.doanhnhansaigon.vn)
- [3]. Vương Mộc (2010), Những điều cần biết về ngôn ngữ cử chỉ, NXB Thời Đại.
- [4]. Website: [www.kynang.edu.vn](http://www.kynang.edu.vn)

**BẢNG PHÂN CÔNG CÔNG VIỆC**

| STT | Nội dung                                                                               | Thành viên đảm nhận chính                        | Thành viên hỗ trợ                                        | Tỷ lệ tham gia công việc |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1   | <b>Phần I:</b> Cơ sở lý luận                                                           | 1. Nguyễn Thị Thúy Hồng                          | Các thành viên còn lại cùng tham gia góp ý và chỉnh sửa. | 90%                      |
| 2   | <b>Phần II:</b> Sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và giao tiếp phi ngôn ngữ          | 1. Phan Thị Thu Yến<br>2. Nguyễn Thị Tường Trang | Các thành viên còn lại cùng tham gia góp ý và chỉnh sửa. | 90%<br>75%               |
| 3   | <b>Phần III:</b> Nâng cao hiệu quả sự phối hợp giữa giao tiếp ngôn ngữ và phi ngôn ngữ | 1. Đinh Tiến Hoàng<br>2. Nguyễn Nhật Hạ Quỳnh    | Các thành viên còn lại cùng tham gia góp ý và chỉnh sửa. | 90%<br>85%               |