

Περιεχόμενα

<i>Οι συγγραφείς</i>	15
<i>Πρόλογος</i>	17
<i>Ευχαριστίες</i>	21
<i>Εισαγωγή</i>	23

ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ

Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΖΩΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: <i>Οι θεμέλιοι λίθοι της επικοινωνίας</i>	29
Οι θεμέλιοι λίθοι της επικοινωνίας	30
Εισαγωγή στην ολοκληρωμένη επικοινωνία	30
Η νοοτροπία του σιλό (εσωστρέφειας)	32
Γιατί πετυχαίνει η ολοκληρωμένη επιχειρηματική επικοινωνία;	34
Τι είναι η επικοινωνία;	35
Η εξέλιξη της θεωρίας	36
Τα χρόνια της άνθησης	37
Εκπαίδευση σε θέματα επικοινωνίας	39
Μορφές επικοινωνίας	40
Εσωτερική επικοινωνία	40
Διαπροσωπική επικοινωνία	41
Διαμεσολαβητική επικοινωνία	42
Επιχειρηματική επικοινωνία	44
Ολοκληρωμένη επιχειρηματική επικοινωνία	44
Τι σημαίνει αυτό για εσάς	45
Σχεδιασμός της διαδικασίας της επικοινωνίας	48
Πλαισίωση	49
Διάχυση της καινοτομίας	51
Ηγέτες της κοινής γνώμης	52

Αναφορές	57
Βιβλιογραφία	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: <i>Ο περίπλοκος κόσμος του αποστολέα</i>	61
Ο περίπλοκος κόσμος του αποστολέα	62
Εισαγωγή στον κόσμο του αποστολέα	62
Κατανόηση της λεκτικής γλώσσας	63
Επιλογή των λέξεων	63
Τι είναι η παραγλώσσα; Με ενδιαφέρει;	65
Η μη λεκτική επικοινωνία είναι περίπλοκη και αλλάζει διαρκώς	70
Η γλώσσα του σώματος	71
Η πειθώ ως εργαλείο επικοινωνίας	73
Χρησιμοποιήστε τακτικές πειθούς για να αγγίξετε το κοινό σας	75
Η γλώσσα στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον	77
Λέξεις που υποδηλώνουν/συνιστούν επικοινωνία	77
Όταν χρησιμοποιείτε συγκεκριμένες λέξεις	79
Όταν χρησιμοποιείτε αφηρημένες λέξεις	80
Εμπόδια στην άμεση και ηθική γλώσσα	82
Αναφορές	89
Βιβλιογραφία	90
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: <i>Γνωρίστε τους παραλήπτες των μηνυμάτων σας</i>	91
Γνωρίστε τους παραλήπτες των μηνυμάτων σας	92
Εισαγωγή στον τρόπο κατανόησης των παραληπτών	92
Ας κοιτάξουμε το παγκόσμιο κοινό	94
Παγκοσμιοποίηση και τοπικός χαρακτήρας	95
Διαφοροποίηση και εξατομίκευση στο χώρο εργασίας	95
Έχει «πρόσωπο»	98
Γνωρίστε το κοινό σας	98
Ας δούμε ποιοι είναι αυτοί που ενδιαφέρονται	99
Ποιοτική έρευνα	104
Ποσοτική έρευνα	108
Φθάστε στο κοινό σας	109

Ο Abraham Maslow και η ιεράρχηση των αναγκών	109
Προφίλ και απομαξικοποίηση	111
Οι πολιτιστικές καταβολές επηρεάζουν τους παραλήπτες των μηνυμάτων.	115
Είδη ακροατηρίου.	119
Ενδιαφέρονται/δεν ενδιαφέρονται.	120
Εθελοντικό κοινό/κοινό που πρέπει να αιχμαλωτίσετε	120
Πρόθυμο κοινό/κοινό που αντιστέκεται.	120
Αναφορές.	126
Βιβλιογραφία	128
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Μέσα επικοινωνίας	129
Μέσα επικοινωνίας.	130
Εισαγωγή στην εκφορά του μηνύματος.	130
Προφορική γλώσσα	132
Γραπτή γλώσσα	133
Έντυπη γλώσσα	133
Ηλεκτρονική γλώσσα	134
Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των μέσων	
προφορικής και γραπτής επικοινωνίας	136
Προφορική επικοινωνία	136
Γραπτή επικοινωνία	137
Επιλογή του μέσου επικοινωνίας	139
Ο μηχανισμός της αποτελεσματικής αποστολής	
μηνυμάτων	141
Φτιάξτε το περίγραμμα	142
Τρόπος οργάνωσης των μηνυμάτων	142
Μορφές επίσημης γραπτής επικοινωνίας	145
Επίσημες επαγγελματικές επιστολές.	145
Υπηρεσιακά σημειώματα.	148
Βασικές κατευθυντήριες γραμμές για την προφορική	
επικοινωνία	149
Τέχνη ή επιστήμη;	151
Τρόποι εκφοράς του λόγου	155
Αποτελεσματικές παρουσιάσεις	157
Ηλεκτρονική επικοινωνία.	161

Τεχνολογία και επικοινωνία	161
Αναφορές	169
Βιβλιογραφία	170

ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ
ΠΡΟΣ ΜΙΑ ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: <i>Εξωτερική επικοινωνία: τα μηνύματα που στέλνετε στο κοινό σας</i>	173
---	------------

Εξωτερική επικοινωνία: τα μηνύματα που στέλνετε στο κοινό σας	175
Αναγνωρίστε το κοινό σας: Εισαγωγή	175
Όλοι όσοι ενδιαφέρονται: το πρωτογενές κοινό	176
Δευτερογενές κοινό	180
Είδη εταιρικών μηνυμάτων	181
Δήλωση οράματος	181
Δηλώσεις αποστολής	182
Μάρκετινγκ και δημόσιες σχέσεις	184
Διαφήμιση	188
Ενέργειες προώθησης	191
Επικοινωνία με ειδικές ομάδες του κοινού	193
Σχέσεις με κρατικούς φορείς	195
Προστασία του ονόματος	199
Αναφορές	206
Βιβλιογραφία	208

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: <i>Εσωτερική επικοινωνία: τα μηνύματα που στέλνετε εντός της επιχείρησης</i>	209
---	------------

Εσωτερική επικοινωνία: τα μηνύματα που στέλνετε εντός της επιχείρησης	210
Εισαγωγή στην αποστολή μηνυμάτων εντός μιας επιχείρησης	210
Οργανωτική επικοινωνία	212
Εσωτερική προφορική επικοινωνία	214

Επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο	215
Τηλέφωνο και φωνητικό ταχυδρομείο	217
Συσκέψεις	219
Βιντεοδιάσκεψη	222
Ειδικές εκδηλώσεις για τους εργαζόμενους	223
Γραπτή εσωτερική επικοινωνία	226
Υπηρεσιακά σημειώματα	226
Παραδοσιακό υπηρεσιακό σημείωμα	228
Υπηρεσιακό σημείωμα μεγάλης επίδρασης	228
Ηλεκτρονικό υπηρεσιακό σημείωμα μεγάλης επίδρασης	229
Ενημερωτικά δελτία	229
Μπλογκ	232
Συμπληρωματικές εσωτερικές εκδόσεις	233
Προστατέψτε την εικόνα της επιχείρησής σας εκ των έσω . . .	235
Αναφορές	242
Βιβλιογραφία	244
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: <i>Η σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας στο χώρο εργασίας</i>	245
Η σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας στο χώρο εργασίας	246
Εισαγωγή στην αποτελεσματική επικοινωνία στο χώρο εργασίας	246
Ο χώρος εργασίας που διαρκώς αλλάζει	247
Διαφορετικότητα στο χώρο εργασίας	247
Εκτεταμένη χρήση της τεχνολογίας	251
Επικοινωνία με τους εργαζόμενους	253
Δύο τρόποι για να επικοινωνήσετε με τους εργαζόμενους	254
Αμφίδρομη ανοικτή επικοινωνία	255
Παρακίνηση στελεχών και εργαζομένων	257
Μοιραζόμαστε τις γνώσεις	259
Ενθαρρύνουμε την καινοτομία	260
Η αποτελεσματική επικοινωνία ως λειτουργία του μάνατζμεντ	263

Ακούστε	263
Στρατολόγηση	264
Κατάρτιση	265
Επικοινωνιακές προκλήσεις	268
Στρατηγικός σχεδιασμός	269
Σχεδιάστε για το αύριο	270
Στόχοι, σκοποί και τακτικές	271
Αναφορές	279
Βιβλιογραφία	281
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Ζητήματα οργανωτικής ηγεσίας	283
Ζητήματα οργανωτικής ηγεσίας	284
Ο ρόλος της επικοινωνίας στο μάνατζμεντ και στην ηγεσία	284
Θεσμική κουλτούρα στις διεθνείς επιχειρήσεις	285
Μάθετε τη θεσμική κουλτούρα	288
Ηγεσία ή μάνατζμεντ;	289
Θεωρία της ηγεσίας	290
Η προσέγγιση βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του ηγέτη	290
Η προσέγγιση ανάλογα με την κατάσταση	292
Η προσέγγιση σύμφωνα με το ύψος (στυλ)	293
Οι προσεγγίσεις του χαρισματικού ηγέτη και του ηγέτη που εστιάζει στη διεκπεραίωση και στην ικανοποίηση των αναγκών των εργαζομένων	297
Προκλήσεις στην επικοινωνία της ηγεσίας	298
Οι ηγέτες αναδύονται μέσα από ηθικά και νομικά ζητήματα	298
Ορισμός της ηθικής	299
Διαπολιτισμικά θέματα	300
Νομικά ζητήματα	302
Αναφορές	312
Βιβλιογραφία	314

ΤΡΙΤΟ ΜΕΡΟΣ
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: <i>Η επικοινωνία στον σύγχρονο κόσμο του μάνατζμεντ</i>	317
<i>Η επικοινωνία στον σύγχρονο κόσμο του μάνατζμεντ</i>	318
Εισαγωγή στις επικοινωνιακές προκλήσεις	318
Διαχείριση της επικοινωνιακής στρατηγικής	319
Δυνατότητα ελέγχου των ανώτερων στελεχών	321
Ο ρόλος των ανώτερων στελεχών στη δημιουργία ομάδων	322
Τα ανώτερα στελέχη ως διαμεσολαβητές	325
Τα ανώτερα στελέχη ως διαπραγματευτές	325
Τα ανώτερα στελέχη ως εκπαιδευτές	327
Τα ανώτερα στελέχη μπορούν να διευκολύνουν τη δημιουργικότητα και την καινοτομία	328
Λογοδοσία και λήψη αποφάσεων	329
Ανοίγουμε το δρόμο της αποτελεσματικής επικοινωνίας για το μέλλον	331
Μέτρηση της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας	332
Διαβάστε, ερευνήστε, μάθετε	333
Ορθή λήψη αποφάσεων	334
Βελτίωση της αμφίδρομης επικοινωνίας	339
Αναφορές	345
Βιβλιογραφία	346
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: <i>Ζητήματα που επηρεάζουν την επικοινωνιακή στρατηγική</i>	347
<i>Ζητήματα που επηρεάζουν την επικοινωνιακή στρατηγική</i>	348
Εισαγωγή σε νέες προσεγγίσεις της επικοινωνιακής στρατηγικής	348
Ας γεφυρώσουμε το επικοινωνιακό χάσμα μεταξύ στελεχών και εργαζομένων	350

Ας γεφυρώσουμε το επικοινωνιακό χάσμα μεταξύ εργαζομένων και πελατών	350
Στρατηγική διαχείρισης κρίσιμων θεμάτων	352
Εσωτερική διαχείριση κρίσιμων θεμάτων	356
Διαχείριση κρίσεων και αξιολόγηση κινδύνων	359
Οι φάσεις σχεδιασμού της επικοινωνίας για την αντιμετώπιση κρίσεων	362
Οι σχέσεις με τους κρατικούς φορείς παίρνουν νέες κατευθύνσεις	364
Παρακολούθηση των τάσεων: Τι υπάρχει στον ορίζοντα;	365
Αντιδραστικές απαντήσεις στις τάσεις	367
Προνοητική παρακολούθηση των τάσεων	371
Αναφορές	380
Βιβλιογραφία	382
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: <i>Τι επιφυλάσσει το μέλλον</i>	383
Τι επιφυλάσσει το μέλλον	384
Εισαγωγή στην επικοινωνία του μέλλοντος	384
Οργανωτικές και τεχνολογικές αλλαγές	386
Οργανωτικές αλλαγές	388
Τεχνολογικές αλλαγές	395
Αναδύονται νέες επικοινωνιακές προκλήσεις	396
Ηθική αβεβαιότητα	397
Θέματα ασφάλειας	399
Η δημιουργικότητα κυβερνά τη νέα παγκοσμιοποιημένη αγορά	401
Εκπαίδευση των υπεύθυνων επικοινωνίας για τη νέα παγκοσμιοποιημένη αγορά	401
Εκπαίδευση και κατάρτιση	401
Οι στρατηγικοί αναλυτές βλέπουν τον κόσμο από μια διαφορετική οπτική γωνία	402
Αναφορές	409
Γλωσσάρι	413