

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (1)

I. KHÁI NIỆM, ĐẶC ĐIỂM, PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH:

1. Khái niệm giao tiếp trong kinh doanh:

- Giao tiếp trong kinh doanh là quá trình và hoạt động thiết lập, chuyển tải, duy trì và phát triển mối quan hệ giữa người với người trong kinh doanh.
- Giao tiếp trong kinh doanh gồm có ba quá trình chính:
 - o Quá trình truyền thông: trao đổi thông tin.
 - o Quá trình tri giác: nhận thức lẫn nhau.
 - o Quá trình tác động qua lại: tạo ảnh hưởng lẫn nhau.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



1

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (2)

2. Đặc điểm giao tiếp trong kinh doanh:

a. Tính đa dạng:

- Đa dạng về đối tượng giao tiếp.
- Đa dạng về mục đích giao tiếp.
- Đa dạng về loại hình giao tiếp.
- Đa dạng về văn hoá trong giao tiếp.

b. Tính cơ hội:

- Tranh thủ từng cơ hội tiếp xúc.
- Các cuộc tiếp xúc trong kinh doanh có ẩn chứa những cơ hội.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



2

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (3)

c. Tính lợi ích:

- Xử lý các mối quan hệ vì lợi ích mong muốn.
- Là “trò chơi” mà cả hai bên phải cùng “thắng”.

d. Tính khoa học và tính nghệ thuật:

- Người tham gia giao tiếp phải nắm được:
 - o Các nguyên tắc tham gia giao tiếp;
 - o Các trạng thái tâm lý của con người;
 - o Các qui định trong giao dịch kinh doanh như: thủ tục luật pháp, lễ tân...
- Phải vận dụng linh hoạt, khéo léo, nhạy bén.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



3

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (4)

3. Phương tiện giao tiếp trong kinh doanh:

- Tất cả các yếu tố thể hiện thái độ, tình cảm, mối quan hệ, tình trạng tâm lý...

a. Ngôn ngữ:

- Là phương tiện chủ yếu để truyền đi thông tin của con người.
 - o Nội dung: ý nghĩa của lời nói, của từ ngữ.
 - o Tính chất của ngôn ngữ: nhịp điệu, âm điệu, ngữ điệu của giọng nói.
 - o Điệu bộ: là những cử chỉ của tay chân, vẻ mặt.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



4

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (5)

b. Phi ngôn ngữ:

- Là những cách diễn đạt thông tin không lời qua các cử chỉ, vẻ mặt, dáng điệu, động tác...
 - o Nét mặt; nụ cười; ánh mắt; các cử chỉ; tư thế; diện mạo; không gian giao tiếp; đồ vật; các hành vi đặc biệt...
- Phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ giúp người ta nhạy cảm hơn trong giao tiếp.
- Tùy tính chất mối quan hệ mà các phương tiện giao tiếp sẽ có vai trò khác nhau.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



5

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (6)

II. CHỨC NĂNG CỦA GIAO TIẾP:

1. Nhóm chức năng theo phương diện xã hội:

a. Chức năng thông tin, tổ chức:

- Thông qua giao tiếp để thông tin, truyền mệnh lệnh...

b. Chức năng điều khiển:

- Thông qua giao tiếp để điều khiển người khác.

c. Chức năng phối hợp hành động:

- Thông qua giao tiếp để phối hợp hoạt động.

d. Chức năng động viên, kích thích:

- Thông qua giao tiếp để làm phấn chấn tinh thần, tâm lý...

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



6

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (7)

2. Nhóm chức năng theo phương diện tâm lý:

a. Chức năng tạo mối quan hệ:

- Thông qua giao tiếp để có mối liên hệ với các cá nhân trong cộng đồng.

b. Chức năng cân bằng cảm xúc:

- Thông qua giao tiếp để bộc lộ cảm xúc ra bên ngoài.

c. Chức năng phát triển nhân cách:

- Thông qua giao tiếp mà tiếp cận với những quan điểm mới, cách hành xử mới... → điều chỉnh bản thân, cải thiện bản thân.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



7

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (8)

III. CÁC LOẠI HÌNH GIAO TIẾP CƠ BẢN:

1. Căn cứ vào nội dung:

- Giao tiếp để thông báo tin tức.
- Giao tiếp để thay đổi hệ thống động cơ và giá trị.
- Giao tiếp để kích thích, động viên.

2. Căn cứ vào đối tượng giao tiếp:

- Giao tiếp liên nhân cách (giữa nhóm nhỏ 2 – 3 người).
- Giao tiếp nhóm vì một mục đích chung.
- Giao tiếp xã hội (lớp học, hội nghị, đoàn thể...).

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



8

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (9)

3. Căn cứ tính chất tiếp xúc:

- Giao tiếp trực tiếp: gặp gỡ nhau, nhận diện được nhau, đối thoại trực tiếp với nhau.
- Giao tiếp gián tiếp: thông qua các phương tiện trung gian như fax, thư tín, điện thoại, email...

4. Căn cứ theo tính chất nghi thức:

- Giao tiếp chính thức: tuân theo những chuẩn mực được thống nhất và thừa nhận của xã hội, pháp luật như hội họp, mít tinh, đàm phán...
- Giao tiếp phi chính thức: mang tính chất cá nhân, ít lễ nghi.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



9

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (10)

5. Căn cứ thể tâm lý:

- Giao tiếp ở thể mạnh.
- Giao tiếp ở thể yếu.
- Giao tiếp ở thể cân bằng.

6. Căn cứ theo phong cách đàm phán:

- Giao tiếp theo kiểu Thắng – Thắng.
- Giao tiếp theo kiểu Thắng – Thua.
- Giao tiếp theo kiểu Thua – Thắng.
- Giao tiếp theo kiểu Thắng – Thắng hoặc không HĐ.
- Giao tiếp theo kiểu Thua – Thua.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



10

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (11)

IV. CÁC NGUYÊN TẮC CƠ BẢN CỦA GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH:

1. Nguyên tắc ABC:

- a. Accuracy** (chính xác): thông tin được truyền đạt phải chính xác, không được sai sót.
- b. Brevity** (ngắn gọn): thông tin được truyền đạt phải ngắn gọn, cốt yếu, không rườm rà.
- c. Clarity** (rõ ràng): thông tin không được mập mờ, không thể được hiểu theo nhiều cách.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



11

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (12)

2. Nguyên tắc 5C/7C:

- a. Clear** (rõ ràng): thông điệp phải rõ ràng, hiểu theo một nghĩa duy nhất.
- b. Complete** (hoàn chỉnh): thông điệp phải chứa đựng đủ thông tin cần thiết.
- c. Concise** (ngắn gọn, súc tích): thông điệp không được quá dài dòng.
- d. Correct** (chính xác): thông tin của thông điệp phải chính xác.
- e. Courteous** (lịch sự): thông điệp phải được truyền đạt nhã nhặn, tôn trọng đối tượng.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



12

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (13)

f. Consistency (nhất quán): các phần trong thông điệp phải thống nhất với nhau, không đối nghịch nhau.

g. Cautious (cẩn trọng): thông điệp chỉ truyền đạt những thông tin chắc chắn.

3. Mười lời khuyên của Mark Mc. Cormack:

a. Không bao giờ được đánh giá thấp sự quan trọng của tiền bạc.

b. Không bao giờ được đánh giá quá cao tiền bạc.

c. Có thể có nhiều bạn bè trong kinh doanh nhưng cần biết chọn người bạn chí cốt nhất.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



13

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (14)

d. Đừng sợ nếu phải nói “Tôi không biết”.

e. Nói ít đi, nghe nhiều hơn.

f. Giữ lời hứa cho dù lớn hay nhỏ.

g. Tất cả các giao dịch đều có đặc điểm riêng nên cần phải mềm dẻo, linh hoạt để có cách xử lý thích hợp.

h. Hãy làm đúng ngay từ đầu.

i. Hãy khả ái với mọi người.

j. Chia sẻ cùng người khác, đừng cướp công của người khác.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



14

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (15)

4. Năm nguyên tắc cơ bản:

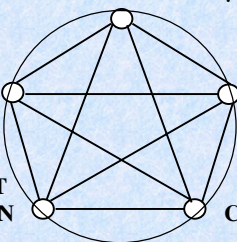
CÙNG NHAU CÓ LỢI

PHẢI BIẾT
CHẤP NHẬN

TÔN TRỌNG
LẪN NHAU

PHẢI BIẾT
KIÊN NHẪN

NGHE THẤU
CẢM, NÓI TRỌN Ý



10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



15

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (16)

a. Nguyên tắc cùng có lợi:



- Nguyên tắc: hai bên phải cùng đạt được lợi ích.
- Tại sao phải tuân thủ nguyên tắc này? (Mục tiêu giao tiếp gắn với lợi ích của mỗi bên).
- Tác dụng của nguyên tắc.

10:41 AM 6 April 2007 Lê Ngọc Thắng 16

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (17)

b. Nguyên tắc tôn trọng lẫn nhau:

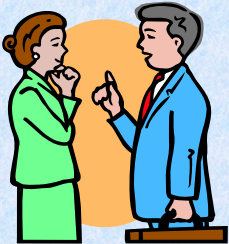


- Nguyên tắc: tôn trọng phẩm giá của đối tác..
- Tại sao phải tuân thủ nguyên tắc này? (nhu cầu được tôn trọng).
- Tác dụng của nguyên tắc.

10:41 AM 6 April 2007 Lê Ngọc Thắng 17

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (18)

c. Nguyên tắc nghe thấu cảm, nói trọn ý:



- Nguyên tắc: nói hết ý – nghe trọn vẹn.
- Tại sao phải tuân thủ nguyên tắc? (mỗi bên đều có vị thế riêng).
- Tác dụng của nguyên tắc.

10:41 AM 6 April 2007 Lê Ngọc Thắng 18

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (19)

d. Nguyên tắc phải biết kiên nhẫn:



- Nguyên tắc: biết chờ đợi, tránh dồn ép thái quá.
- Tại sao phải tuân thủ nguyên tắc? (sự mong đợi của hai bên là khác nhau).
- Tác dụng của nguyên tắc.

10:41 AM 6 April 2007

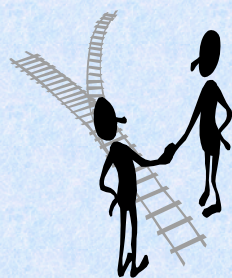
Lê Ngọc Thắng



19

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (20)

e. Nguyên tắc phải biết chấp nhận:



- Nguyên tắc: chấp nhận kết quả cuộc giao tiếp.
- Tại sao phải tuân thủ nguyên tắc? (cái gì cũng có sự giới hạn nhất định).
- Tác dụng của nguyên tắc.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



20

Tóm lược chương 1

- I. Giao tiếp trong kinh doanh: xử lý mối quan hệ giữa con người với nhau trong kinh doanh.
- II. Giao tiếp trong kinh doanh có đặc điểm: lợi ích, cơ hội, đa dạng, khoa học và nghệ thuật.
- III. Phương tiện giao tiếp: ngôn ngữ + phi ngôn ngữ.
- IV. Chức năng của giao tiếp: theo phương diện xã hội + tâm lý.
- V. Các loại hình giao tiếp cơ bản: 6 loại hình.
- VI. Nên tuân thủ 5 nguyên tắc cơ bản.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



21

Ví dụ minh họa 1

Trích từ “**Đằng sau cuộc đàm phán**” (Huy Đức - Washington)

Chỉ mấy tiếng đồng hồ sau khi từ bàn đàm phán trở về nhà khách, Bộ trưởng Thương mại Trương Đình Tuyền nhận được một bức tranh rất đẹp vẽ Nhà Trắng. Người chuyển bức tranh này nói rằng đó là quà của ông Karan Bhatia, Phó đại diện thương mại Mỹ, người đã “đổi đầu” đầu đêm với ông. Đàm phán thương mại là như vậy. Khi mà các cuộc thương lượng còn nằm ở trên bàn thì đôi bên không ngại ngần dùng biết bao tiểu xảo. Ông Bhatia buộc ông Tuyền ngồi chờ dài cổ. Còn ông Tuyền thì khi đối tác quá “rắn” cũng xem như “bất cần”, bỏ bàn đàm phán ra ngoài. Sau lưng cả hai ông đều có gánh nặng ủy thác của các doanh nghiệp và họ phải ứng xử như vậy, còn khi đã đạt được phần hợp lý, thì cả hai đều trở về với con người cá nhân để bày tỏ những cử chỉ thân thiện của mình.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



22

Ví dụ minh họa 2

KH: Chào chị, em muốn mua thanh USB 512MB hiệu PNY.
NVBH: Vâng, giá của nó là 15 USD. (*NVBH trao thanh USB cho khách hàng xem*)
KH: Chị ơi, nó không có đĩa drive đi kèm sao?
NVBH: Đúng vậy, nó không có đĩa drive.
KH: Nhưng em thấy trên bao bì có ghi là đĩa drive được kèm theo cơ mà...
NVBH: Đúng rồi, nhưng khi nhà sản xuất giao hàng cho chúng tôi nó đã không có đĩa drive, bởi vì Win XP sẽ tự nhận ra USB được mà.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



23

Ví dụ minh họa 2 (tt)

KH: Nhưng máy em cài Win 98 nên cần phải có drive.
NVBH: À, vậy thì anh mua loại này đi, hiệu FINGER, giá 32 USD.
KH: Nó hơi mắc, em không đủ tiền (*ái ngại*)
NVBH: Vậy thì đành chịu, còn không anh nâng cấp Win 98 lên XP đi. (*hết kiên nhẫn, và bắt đầu bực mình*).
Đến đây, cô nhân viên bán hàng lấy lại thanh USB, lảng sang tiếp một khách hàng khác, bỏ mặc vị khách đang tần ngần đứng bên quầy.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



24

Ví dụ minh họa 3

KH: Chào chị, ở đây có USB 512MB hiệu PNY không?
NVBH: Có. *(NVBH trao thanh USB cho khách hàng xem)*
KH: Giá bao nhiêu hả chị?
NVBH: 6 USD.
KH: Chị ơi, nó không có đĩa drive đi kèm sao?
NVBH: Ủ, nhưng Win XP sẽ tự nhận ra được mà em.
KH: Nhưng máy em cài Win 98 nên cần phải có drive.
NVBH: À, vậy hả, còn xài máy cũ hả. Vậy thì em mua mấy cái giá kia đi, nó có drive kèm theo đó.
KH: Mắc quá em không có tiền mua, sinh viên mà chị.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



25

Ví dụ minh họa 3 (tt)

NVBH: Thôi được, em đợi chị chút. Để chị hỏi xem còn drive lưu không, nếu không thì đành chịu.
Đến đây, cô nhân viên bán hàng tiếp một khách hàng khác, sau đó gọi điện thoại lên Phòng Kỹ thuật, hỏi việc chép 01 đĩa drive cho thanh USB hiệu PNY và trả lời cho khách hàng:
NVBH: Ở trên kia còn lưu drive, em mua 01 CD trắng, lên đó họ chép cho, có được không?
KH: Được.
Kết cục, người khách hàng mua được thanh USB theo như ý muốn.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



26

TUÂN THỦ 5 NGUYÊN TẮC

Trong giao tiếp:

Không bên nào tuân thủ đủ 5 nguyên tắc.

Một bên tuân thủ cả 5 nguyên tắc.

Hai bên tuân thủ cả 5 nguyên tắc.

Dẫn đến kết quả

Không có thỏa thuận, không có hy vọng giữ quan hệ.

Không có thỏa thuận, nhưng có hy vọng giữ quan hệ.

Thiết lập được quan hệ tốt.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



27

MƯỜI QUY TẮC CỦA THƯ KÝ

I. Ân cần

Trong giao tiếp tránh tỏ ra thờ ơ, lạnh nhạt hoặc có vẻ mặt khó đăm đăm, bức tức. Luôn cần thể hiện sự quan tâm và tôn trọng đối tượng giao tiếp.

II. Ngay ngắn

Trang phục hợp cách, không tùy tiện, luộm thuộm, tác phong không tỏ ra lề mề, đặt dẹo.

III. Chuyên chú

Không làm việc riêng trong khi giao tiếp, nhất là cắt móng tay, cắt móng chân hoặc trang điểm...

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



28

MƯỜI QUY TẮC CỦA THƯ KÝ

IV. Đĩnh đạc

Không trả lời thủng thẳng, hỏi câu nào trả lời câu ấy, cách nói thiếu chủ ngữ, cộc lốc, nhát gừng.

V. Đồng cảm

Cần thể hiện cảm xúc đúng lúc, đúng chỗ, mắt luôn hướng về người đối thoại bày tỏ sự quan tâm, đồng cảm.

VI. Ôn hòa

Tránh vung tay tùy tiện, đặc biệt là chỉ ngón tay về phía mặt đối tượng giao tiếp theo "nhịp điệu" của lời nói "đánh thép" của mình. Cần có thái độ ôn hòa.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



29

MƯỜI QUY TẮC CỦA THƯ KÝ

VII. Rõ ràng

Không nói quá to, kiểu nói oang oang hoặc nói quá nhỏ. Tránh nói lặc đẽ và nói quá nhỏ, kiểu lí nhí khiến người nghe phải căng tai mới nghe rõ.

VIII. Nhiệt tình

Thể hiện sự sẵn sàng phối hợp giúp đỡ người khác khi cần thiết. Đừng tỏ ra khó khăn, ích kỷ.

IX. Nhất quán

Phải khắc phục sự phát ngôn bất nhất, thay đổi tùy tiện, chối phăng những gì đã nói ra hoặc dễ dàng hứa nhưng không làm theo lời hứa. Đó là loại người ai cũng muốn tránh xa.

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



30

MƯỜI QUY TẮC CỦA THƯ KÝ

X. Khiêm nhường

Tránh tranh luận không cần thiết, hoặc thích bộc lộ sự hiểu biết, sự khôn ngoan của mình hơn người. Không nên dồn đối tượng giao tiếp vào thế bí để giành phần thắng về mình.

(Thư ký là người phải thường xuyên tiếp xúc với khách hàng, những người đến công ty để liên hệ công tác. Hình ảnh một thư ký duyên dáng cùng với sự giao tiếp lịch sự sẽ tạo ấn tượng ban đầu tốt đẹp về công ty, từ đó tăng các cơ hội làm ăn và hợp tác).

Trích từ “Tuổi Trẻ Online - Thư Bảy, 02/12/2006”

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



31

Hết chương 1

XIN CẢM ƠN BẠN ĐÃ THEO DÕI. HẸN GẶP LẠI

10:41 AM 6 April 2007

Lê Ngọc Thắng



32
