



МІНІСТЕРСТВО
ФІНАНСІВ
УКРАЇНИ

ТЕХНОЛОГІЇ ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ВНУТРІШНЬОМУ АУДИТІ

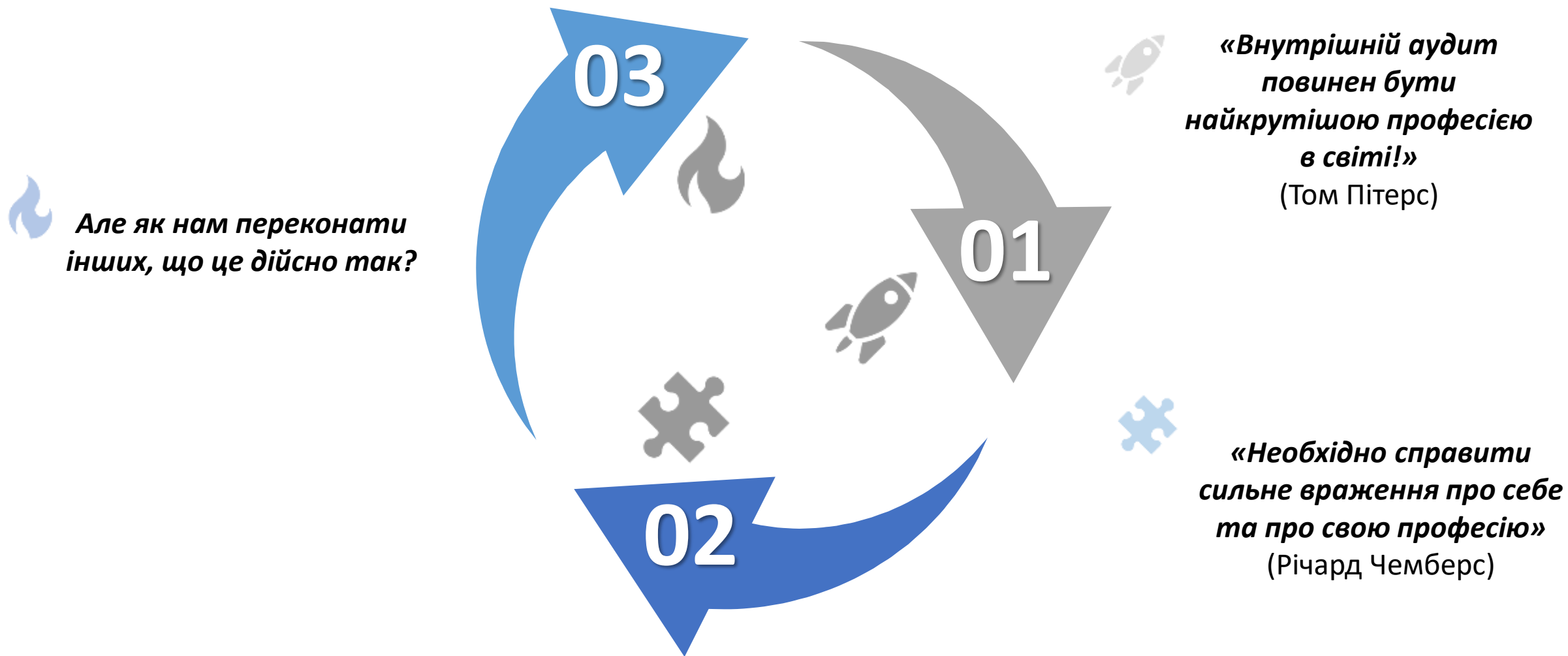
«Переговори, Storytelling, Elevator Pitch»

ТРЕНІНГ

2021

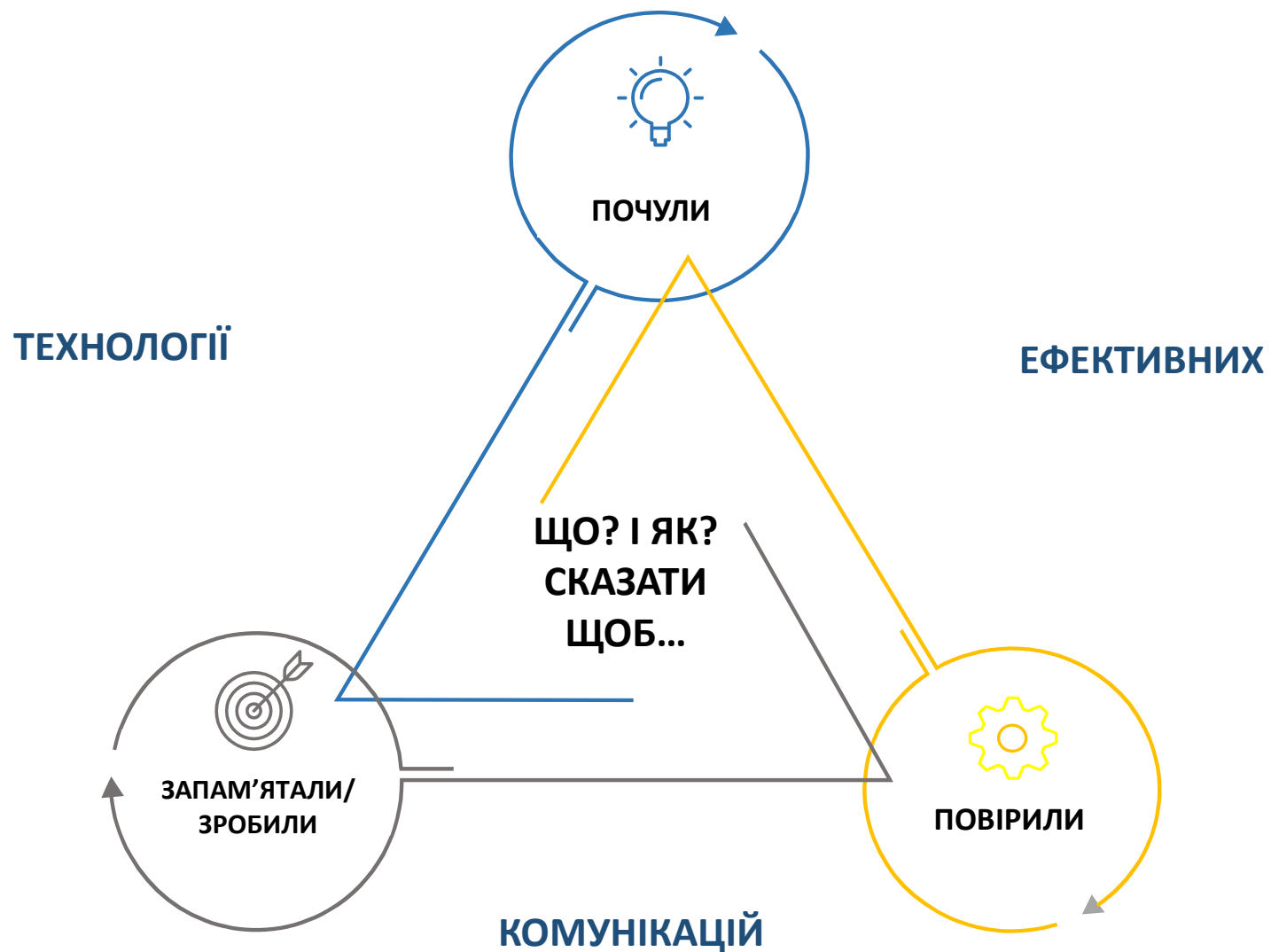


«Я – внутрішній аудитор!»





Мета застосування різних методів, прийомів, технологій ефективних комунікацій





Якого результату можна досягти, використовуючи прийоми ефективних комунікацій



Переконати



Завоювати
довіру



Передати
досвід



Працювати із
суперечками



Спонукати до
нових
звершень



Пропіарити
себе



Навчити,
розповідаючи
про складні
речі простими
словами




Передати
бачення
цінностей,
ідей


Використовуючи прийоми ефективних комунікацій, внутрішній аудитор може




Методи, техніки і технології комунікацій у внутрішньому аудиті

 **Методи** – система прийомів (технік) для досягнення поставленої мети





 **Техніка** – це сукупність технологій, які спрямовані на досягнення поставленої мети





 **Технологія** – це сукупність знань, умінь і навичок про засоби і способи здійснення певних дій для досягнення поставленої мети





 Інформування

 Переконавання


 Вплив


 Стимулювання


 Просування


 Переговори




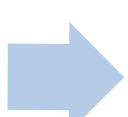
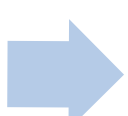
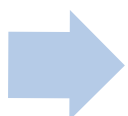
 Техніка уникнення


 Встановлення контакту


 Активізації зворотної реакції


 Підсилення сприйняття інформації


 Техніки активізації мислення




 Технології уникнення: суперечок, маніпуляцій, негативного впливу

 Технології формування позитивних емоцій, руйнування стереотипів, стимулювання дій

 Використання, жестикуляції, міміки, пантоміміки, стимулювання реакції на інформацію, стимулювання певних ефектів сприйняття та запам'ятовування інформації

 Технології залучення уваги, використання протиставлення, стереотипів, аргументація, створення яскравих образів, сторітелінг тощо

 Візуалізація, ілюстрація текстів, спрямованість на стислість текстів, створення міфів, використання питань



Переговори – важлива складова комунікації внутрішнього аудитора



1

Необхідність врахування інтересів всіх сторін

2

Переговори містять набір тактичних прийомів, спрямованих на пошук взаємоприйнятних рішень

3

Переговори, на відміну від бесіди, ведуться між сторонами, що мають приблизно рівні можливості

4

Переговори часто спрямовані на вирішення деякої проблеми, протиріччя або конфлікту

5




Переговори служать засобом отримання від інших учасників взаємодії того, що необхідно для майбутньої діяльності



Гарвардський (принциповий) метод ведення переговорів



Переваги

-  зосереджений на основних інтересах сторін;
-  взаємовигідних варіантах і справедливих стандартах;
-  призводить до розумного рішення

Цей метод дозволяє поступово досягти згоди, що задовольнить ваші інтереси, а не відстояти зайняті напочатку позиції

1

Люди:

Відокремлюйте людей від проблеми

2

Інтереси:

Концентруйтеся на інтересах, а не на позиціях

3

Варіанти:

Винаходьте взаємовигідні варіанти


4

Критерії:


Наполягайте на використанні об'єктивних критеріїв




Storytelling (сторітелінг) – розповідь, що «чіпляє»



Сторітелінг – технологія створення історії та за її допомогою передачі необхідної інформації з метою впливу на емоційну, мотиваційну, когнітивну сфери слухача



Розповідь історій передбачає вкраплення власного або чужого досвіду, комунікацію та емоційне співпереживання



Історія - це обгортка фактів, в яку ми можемо загорнути весь фактаж. Це - донесення ідеї, а не лише інформації





Основні функції сторітелінгу

МОТИВАЦІЙНА



💡 Це спосіб переконання людей, який дає змогу надихнути їх на прояв ініціативи в будь-якому процесі

ОБЄ'ДНУЮЧА



💡 Історії є інструментом розвитку дружніх, колективних, міжособистісних стосунків у групі

**ІНСТРУМЕНТ
ВПЛИВУ**



💡 Дозволяє не директивно впливати на співрозмовників та формувати в них уявлення, думки, переконання

УТИЛІТАРНА



💡 Один із найпростіших способів донести до інших зміст завдання або проекту



Чому історії мають успіх?





Механізми впливу сторітелінгу



ФАКТ 1

Нейропсихологи встановили, що мозок простіше сприймає інформацію, подану в простих, але пов'язаних історіях.

Крім того, при взаємодії спікера і слухача мозкова діяльність обох синхронізується, породжуючи відчуття емоційної спорідненості між ними.



ФАКТ 2

Для сприйняття інформації мають значення як емоційні так і раціональні сторони.

Директор центру нейро-економічних досліджень Пол Зак вивчив сприйняття історії і встановив, що в даному процесі виділяються кортизол і окситоцин, які збільшують ймовірність емпатії і щедрості.



5 китів, на яких будується успішна історія

ЦІЛЬ



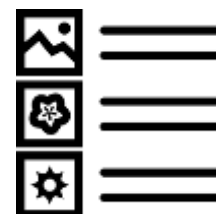
ГЕРОЙ



МІСЦЕ І КОНТЕКСТ



ЗМІСТ



ВИСНОВОК



Те, чого ви
хочете
досягнути,
розказавши
історію



Головна
діюча особа
(Ви, ваш
керівник,
співробітник,
будь-хто)



Середовище,
де
розгортаються
події



Початок,
основна
частина,
закінчення,
конфлікт
(протистояння)

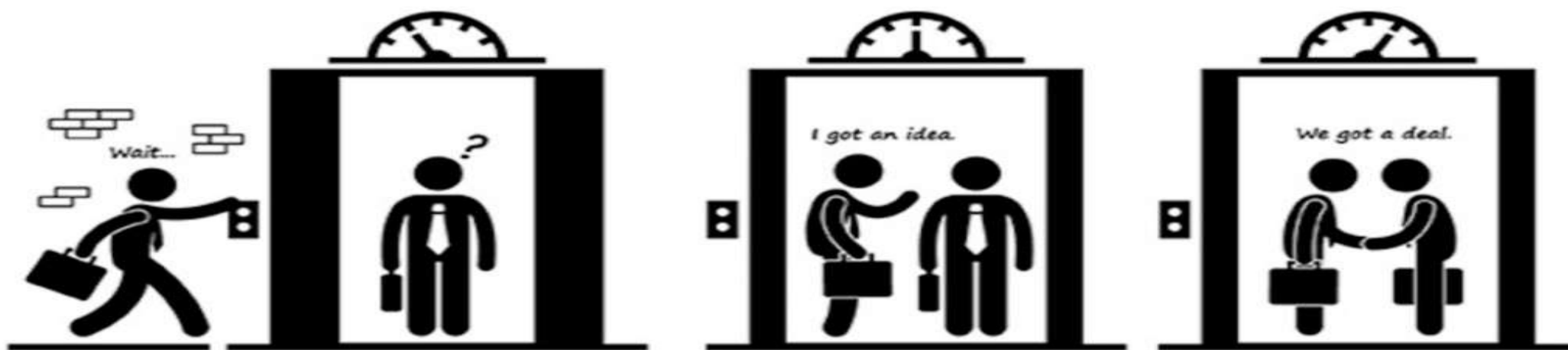


Мораль.
Герой,
проходячи
через
різноманітні
випробування,
змінюється



Що таке Elevator Pitch?

Дослівно це перекладається з англійської як **«презентація у ліфті»**. Так називають коротку розповідь про себе та свою ідею (роботу), яка дозволяє за дуже короткий час (від 20 до 120 секунд) зацікавити і надихнути іншу сторону.





Правила підготовки коротких презентацій

E
l
e
v
a
t
o
r



01

Стислість

(суть і тільки суть:
що вирішуємо;
яким способом;
які відмінності і
переваги перед
іншими
рішеннями)



02

Доступність

(мова має бути
зрозуміла навіть
бабусі)



03

Користь

(співрозмовник
має чітко
зрозуміти користь
від вашої роботи)



04

Оригінальність

(придумайте
сміливу фішку:
коротку історію,
метафору, що
запам'ятовується)



05

Підготовка

(до коротких
презентацій треба
готуватися
набагато
ретельніше ніж до
звичайних)



8 порад від Річарда Чемберса для побудови успішної презентації для ліфту на тему: «Що роблять внутрішні аудитори?»

01



Приверніть увагу з
першого реченням

02



Коротка і проста промова -
краще за вражаючу і складну

03



Запишіть все, що хотіли б
сказати, а потім відредагуйте

04



Це не може звучати як на
репетиції

05



Виступ має враховувати
потреби аудиторії, а не ваші

06



Не завадить мати готову і
довшу версію виступу

07



Якщо ви любите внутрішній
аудит, демонструйте це

08



Будьте готові продовжити
розмову



Що заважає вдалій презентації?



1

погана дикція, ковтання звуків

2

надто тихий голос

3

слова-паразити

4

надто швидка мова

5

невпевнений вигляд

6

надто інтенсивні, дивні жести чи їх відсутність