

SLIKA 1.7 Komunikacija usmjerena na publiku

Ovaj članak na blogu razvojnih programera popularnog TypePad sustava za blogiranje pokazuje brigu za publiku na nekoliko načina, uključujući sadržaj koji se bavi interesima publike i dizajn koji omogućuje jednostavan pregled sadržaja i koji čitateljima daje priliku da sudjeluju u razgovoru.

January 16, 2008

Shiny new icon for the iPhone and iPod Touch

Have an iPhone or iPod Touch? If you add the [TypePad for iPhone web app](#) as a webclip to your iPhone's home screen, you'll now get a bright icon that will look great alongside your other favorite iPhone apps and websites.



Nudi poveznice prema dodatnim informacijama

Adding it is easy. After you've updated your iPhone to version 1.1.3, visit [i.typepad.com](#) in Safari and click on the "+" button in the toolbar at the bottom of the screen. Now you'll have a quick and easy way to sign in to TypePad from your iPhone, and a great-looking TypePad icon on your home screen!

Update: And here's a tip on how you can add your own custom icon for your blog, in case any of your readers add your blog to their iPhone's home screen as a webclip.

1. Create your own custom 57x57 icon, and save it in PNG format.
2. Name that file "apple-touch-icon.png"
3. Upload it to the main folder of your account by signing into TypePad and visiting Control Panel > Files.

Pružna tehničke instrukcije u numeriranom obliku, što omogućava jednostavno praćenje

It's that easy! The next time someone saves your blog as a webclip on their iPhone, they'll get your pretty icon instead of an automatically generated screenshot.

Podržava brzo čitanje otvorenim i nenametljivim dizajnom

Posted by Michael Sippey on January 16, 2008 at 04:41 PM in [Mobile](#) | [Permalink](#)

TrackBack

TrackBack URL for this entry:

<http://www.typepad.com/t/trackback/174821/29201430>

Listed below are links to weblogs that reference [Shiny new icon for the iPhone and iPod Touch](#):

Comments

Great. Now back to work on better stats:-)

Posted by: [Petur Jonsson](#) | [January 16, 2008 at 05:50 PM](#)

Nudi mogućnost komentiranja kako bi se čitatelji mogli uključiti u razgovor (uočite prijateljski, ali čvrst ton čitateljevog komentara dok traži unapređenje proizvoda)

Pokušajte neemotivno reagirati kada primite konstruktivnu povratnu informaciju.

Na primjer, „Ovaj prijedlog je zbunjujući nered i niste me uspjeli uvjeriti ni u što“ destruktivna je povratna informacija. Vaš je cilj da budete konstruktivniji: „Vaš prijedlog trebao bi biti učinkovitiji, s jasnijim opisom proizvodnog procesa koji zagovarate i trebali biste sustavno objasniti zbog čega prednosti ima više nego nedostataka.“ Kada dajete povratnu informaciju, izbjegavajte osobne konfrontacije i osobi dajte jasne smjernice za napredak.

Kada primite konstruktivnu povratnu informaciju, oduprite se porivu da branite svoj rad ili osporavate valjanost povratne informacije. Nije lako biti otvoren kritici kada ste u projekt uložili sve od sebe, ali povratna informacija je vrijedna prilika da nešto naučite i poboljšate se. Pokušajte isključiti emocije iz posla i gledajte na njega kao nešto – izdvojeno od vas – što možete učiniti boljim. Mnogi pisci otkriju da im pomaže udaljiti se od svog posla, razmisliti o povratnoj informaciji na trenutak i pričekati da im se emocije smire prije nego se upuste u ispravljanje. Naravno, nemojte automatski pretpostaviti da je čak i dobronamjerna kritika ispravna. Vi snosite odgovornost za konačan sadržaj i kvalitetu svake poruke koju napišete, stoga se uvjerite da su sve predložene promjene valjane.

TABLICA 1.1 Davanje konstruktivne povratne informacije

KAKO BITI KONSTRUKTIVAN	OBJAŠNENJE
Razmislite pažljivo o promjenama koje predlažete.	Kako mnogi poslovni dokumenti moraju prikazati kompleksne odnose među idejama i drugim informacijama, izolirane i površne promjene mogu napraviti više štete nego koristi.
Raspravljajte o poboljšanjima umjesto o manama.	Umjesto da kažete „ovo je zbunjujuće“, objasnite na koji bi se način pisanje moglo poboljšati kako bi bilo jasnije.
Fokusirajte se na ponašanje koje se može kontrolirati.	Kako pisac nema kontrolu nad svim čimbenicima koji utječu na kvalitetu poruke, fokusirajte se na elemente koje pisac može kontrolirati.
Budite određeni.	Komentari kao „Ovo ne razumijem“ ili „Pojasnite ovo“ ne identificiraju ono što pisac treba popraviti.
Pazite da povratna informacija ne bude osobna.	Komentare usmjerite prema poruci, a ne prema osobi koja ju je kreirala.
Uvjerite se u razumljivost.	Tražite potvrdu primatelja kako biste bili sigurni da razumije vašu kritiku.
Pružite povratnu informaciju na vrijeme.	Uvjerite se da pisac ima dovoljno vremena za implementaciju predloženih promjena.
Naglasite ograničenja koja vaš komentar možda ima.	Ako niste imali dovoljno vremena za detaljnu obradu dokumenta ili ako niste stručnjak za neke aspekte sadržaja, obavijestite o tome autora kako bi on u skladu s tim mogao odgovoriti na vaše komentare.

Obzirnost prema poslovnim običajima

Ključan element komunikacije orijentirane na publiku su **običaji** (pravila), očekivane norme ponašanja u određenoj situaciji. U današnjem iscrpljujućem i kompetitivnom svijetu pojam običaja se možda čini čudnim i zastarjelim. Međutim, vaš način ponašanja i interakcije s drugima može imati dubok utjecaj na uspjeh vaše kompanije i vašu karijeru. Kada vas direktor zaposli ili unaprijedi, od vas očekuje da svojim ponašanjem štitite ugled kompanije. Što bolje razumijete ova očekivanja, to su veće šanse da izbjegnute pogreške pogubne za vašu karijeru.

U ovoj ćete knjizi naići na savjete o običajima za mnoštvo poslovnih situacija, ali čak ako i ne znate što se od vas očekuje u određenoj situaciji, opće smjernice će vam pomoći da se snađete u nezgodnim trenucima. Počnite tako da osvijestite činjenicu da su običaji kulturno utemeljeni i da ljudi iz različitih kultura mogu imati različita očekivanja od iste situacije. Nešto što je vama grozno ili sramotno moglo bi biti potpuno normalno za vaše kolege i obrnuto.

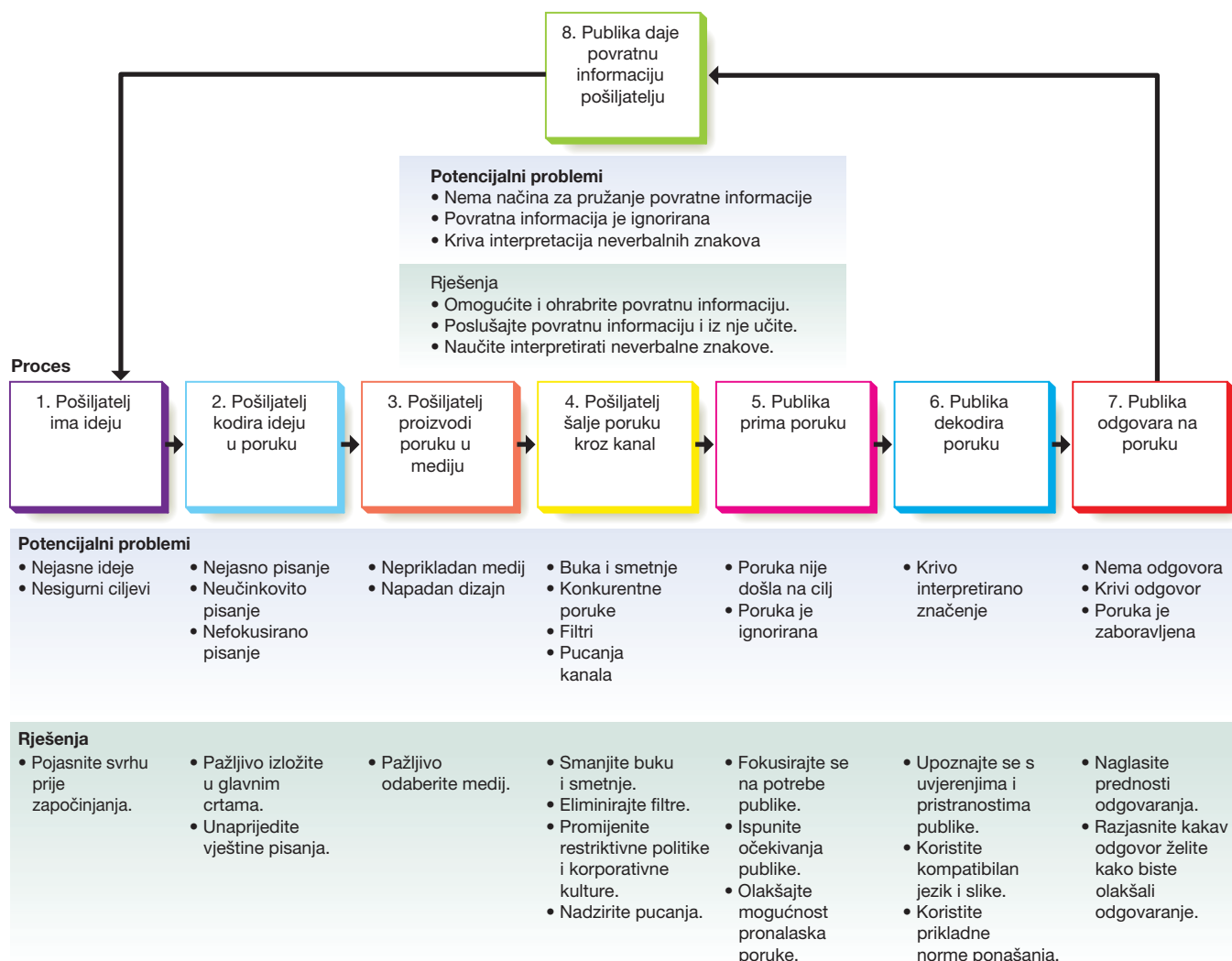
Dug popis uobičajenih „pravila“ mogao bi biti suviše opsežan te ih nikada nećete uspjati sve upamtiti. Srećom, možete računati na tri načela koja će vam pomoći u bilo kojoj situaciji: poštovanje, ljubaznost i zdrav razum. Štoviše, ukoliko slijedite ova načela, to će vam pomoći da vam bude oprošteno ako slučajno napravite pogrešku. Dok se pripremate za susret s novim situacijama, odvojite vrijeme da naučite nešto o očekivanjima drugih ljudi s kojima stupate u kontakt. Putni vodiči su izvrstan izvor informacija o normama i običajima u drugim zemljama. Provjerite ima li vaša knjižnica internetski pristup bazi podataka CultureGrams ili pogledajte opise zemalja na www.kwintessential.co.uk ili www.culturecrossing.com. Također, nemojte se bojati postavljati pitanja. Ljudi će poštovati vaše zanimanje i znatiželju. Postepeno ćete akumulirati znatnu količinu znanja, što će vam pomoći da se ugodno osjećate i budete učinkoviti u širokom rasponu poslovnih situacija.

Razumijevanje običaja poslovne komunikacije može vam pomoći u izbjegavanju nepotrebnih pogrešaka.

Poštovanje, ljubaznost i zdrav razum pomoći će vam u suočavanju s većinom izazova povezanih s poslovnim običajima.

SLIKA 1.8 Postizanje učinkovitosti u poslovnoj komunikaciji

U komunikacijskom procesu postoje mnoge opasnosti da se poruke izgube, izmijene ili krivo interpretiraju na svom putu od pošiljatelja do primatelja. Srećom, na svakom stupnju tog procesa možete poduzeti korake da povećate svoje šanse za uspjeh.

**Primijenite naučeno na komunikacijski proces**

Sada kad imate dodatan uvid u razloge koji čine komunikaciju uspješnom, još jednom pogledajte model komunikacijskog procesa. Slika 1.8 ističe ključne izazove procesa i sažimlje korake koje možete poduzeti kako biste postali učinkovitijim komunikatorom.

5 CILJ UČENJA

Objasniti četiri strategije uspješnog korištenja komunikacijske tehnologije

KORIŠTENJE TEHNOLOGIJE U UNAPREĐIVANJU POSLOVNE KOMUNIKACIJE

Današnje poslovanje uvelike se oslanja na tehnologiju kako bi olakšalo komunikacijski proces. U stvari, mnoge tehnologije koje možda koristite u privatnom životu, od mikroblo-gova preko videoigara do virtualnih svjetova, također se koriste i u poslovanju. U ovoj se knjizi opsežno govori o tehnologiji, sa specifičnim savjetima o korištenju kako uobičajenih tako i onih alata koji su tek u nastajanju. Četverostrani fotoesej „Snažni alati za djelotvornu komunikaciju“ (vidi str. 20 – 23) daje pregled tehnologija koje povezuju ljude u uredima, tvornicama i drugim poslovnim okruženjima.

Svatko tko je koristio kompjutor, pametne telefone ili drugu naprednu tehnološku igračku (engl. *gadget*) zna da koristi od tehnologije ne dolaze automatski. Loše dizajnirana ili neprikladno korištena tehnologija može više unazaditi komunikaciju nego joj pomoći. Kako biste komunicirali učinkovito, zauzmite uravnotežen stav prema tehnologiji, čuvajte se informacijskog preopterećenja i ovisnosti o informacijama, naučite se efikasno koristiti tehnološkim alatima i čestom odvajanju od računala kako biste sudjelovali u osobnoj komunikaciji.

Uravnotežen stav prema tehnologiji

Možda najvažnija stvar koju trebate zapamtiti o tehnologiji jest da je ona jednostavno alat, sredstvo kojim možete obaviti određene zadatke. Tehnologija služi kao dodatak interpersonalnoj komunikaciji, ona nije njena zamjena. Tehnologija ne može razmišljati za vas niti komunicirati umjesto vas, a ukoliko ne posjedujete određene vještine, tehnologija ne može ispuniti taj nedostatak. Alat za provjeru pravopisa koji koristite može provući vaše riječi kroz rječnik, ali on ne zna koristite li ispravne riječi i stvarate li snažne rečenice.

Iako ovaj savjet djeluje očigledno, lako je zapasti u oduševljenje, posebice kada se pojave nove i drugačije tehnologije. Bez obzira koliko je egzotična i suvremena, tehnologija ima vrijednost samo ako pomaže u dostavljanju pravih informacija pravim ljudima u pravo vrijeme.

Čuvanje od informacijskog preopterećenja i informacijske ovisnosti

Prekomjerna ili kriva upotreba komunikacijske tehnologije može voditi **informacijskom preopterećenju** u kojemu ljudi dobivaju više informacija no što ih mogu učinkovito obraditi. Preopterećenost informacijama otežava razlikovanje korisnih od beskorisnih informacija, smanjuje produktivnost i uvećava stres zaposlenika i na poslu i kod kuće – ponekad i u tolikoj mjeri da uzrokuje zdravstvene probleme i probleme u vezi.²³ Informacijsko preopterećenje postalo je velik problem za produktivnost, stoga su osnovane istraživačke organizacije poput Information Overload Research Group kako bi pronašle rješenja.²⁴

Kao primatelj informacija često imate određenu razinu kontrole nad brojem i vrstom poruka koje odlučite primati. Na primjer, korporativni e-mail sustavi obično imaju snažne mogućnosti filtriranja i sortiranja po ključnim riječima (*tagging*) kojima mogu automatski sortirati dolazne poruke prema odabranom kriteriju. Koristite se ovim mogućnostima kako biste izdvojili prioritetne poruke koje traže vašu pozornost. Također, čuvajte se od prijavljivanja na previše blogovskih novosti, Twitter grupa i drugih izvora stalno dolazećih poruka. Odvojite informacije koje „morate znati“ od informacija koje „nije loše znati“ i pobrinite se da ove druge ne preplave prve.

Kao pošiljatelj, možete smanjiti informacijsko preopterećenje tako da ne šaljete nepotrebne poruke. Iako želite izbjeći nedostatnu komunikaciju, morate izbjegavati i slanje nepotrebnih poruka, kao i slanje pravih poruka krivim ljudima. Osim toga, ako već morate slati poruke koje nisu hitne ili neophodne, obavijestite ljude o tome kako bi se prema poruci mogli i odnositi na prikladan način. Ukoliko izvještaj ne zahtijeva djelovanje od primatelja, unaprijed ga obavijestite o tome kako ne bi morao detaljno pretraživati poruku tražeći dijelove koji se odnose na njegovo djelovanje. Također, većina komunikacijskih sustava vam omogućava označavanje poruka koje su hitne; ali ovu opciju koristite samo kada vam je ona stvarno potrebna. Slanje previše takozvanih hitnih poruka koje zapravo nisu tako hitne prouzročit će dosadu i nervozu, a ne djelovanje.

Osim jednostavnog preopterećenja informacijama, neki radnici pokazuju znakove *ovisnosti o informacijskoj tehnologiji* – u tolikoj mjeri da žude za internetskom vezom gotovo 24 sata dnevno, čak i dok su na odmoru. Iako se zaposlenici koji odbijaju prekinuti vezu sa svojim poslom doimaju kao san svakog menadžera, konstantna povezanost često čini više štete nego koristi. Previše posla, kao i previše informacija, može uvećati stres i iscrpljenost, ali i narušiti privatne odnose. Profesor Gayle Porter s Rutgers University to je izrazio ovim riječima: „Poslodavci svojim zaposlenicima opravdano

(Nastavlja se na stranici 24)

Komuniciranje u današnjem poslovnom okružju zahtijeva barem osnovne sposobnosti korištenja tehnologije.

Ne oslanjajte se previše na tehnologiju i ne dopustite da dominira komunikacijskim procesom.

Preopterećenje informacijama događa se kada ljudi prime više informacija nego što mogu učinkovito obraditi.

Važan korak u smanjivanju informacijskog preopterećenja jest izbjegavanje slanja nepotrebnih poruka.



NOVOSTI U STVARNOM VREMENU Naučite više

Koraci koje možete poduzeti kako biste smanjili informacijsku preopterećenost

Svatko bi trebao sudjelovati u smanjivanju opterećenja koje u radnom okružju nastaje viškom podataka i informacija. U ovom ćete dokumentu pronaći mnoštvo savjeta. Posjetite <http://real-timeupdates.com/bct> i odaberite „Learn More“. Ukoliko koristite *mybcommmlab*, možete pristupiti novostima u stvarnom vremenu (*Real-time Updates*) unutar svakog poglavlja ili kroz *Student Study Tools*.

Snažni alati za djelotvornu komunikaciju

Alati za poslovnu komunikaciju napreduju svakom novom generacijom digitalne tehnologije. Odabir prikladnih alata za svaku situaciju može unaprijediti vašu poslovnu komunikaciju na razne načine. U današnjem fleksibilnom poslovnom okruženju komunikacijska tehnologija može pomoći ljudima da ostanu u kontaktu i da zadrže produktivnost. Ako kolege u različitim gradovima moraju surađivati, tada se mogu naći i podijeliti ideje bez skupih putovanja. Proizvođači koriste komunikacijsku tehnologiju kako bi pratili stanje zaliha, narudžbi i pošiljki – i kako bi svoje klijente kvalitetno informirali. Ti isti klijenti također mogu na razne načine komunicirati s kompanijama u svako doba dana ili noći.

Bežične mreže



Bežični pristup omogućava zaposlenicima s prijenosnim osobnim računalima i drugim uređajima internetski pristup gotovo odasvud – u krugu kampusa korporacije, iz kafića, zračnih luka, hotela i s drugih udaljenih lokacija.

Elektroničke zaslonske ploče (whiteboards)



Elektronički *whiteboard* može uhvatiti, pohraniti i poslati elektroničkom poštom rezultate *brainstorming* sesija i drugih sastanaka. Najnovije verzije također koriste elektroničke prezentacije te dopuštaju korisnicima pisanje i crtanje direktno po projiciranim prikazima.

REDEFINIRANJE UREDA

Tehnologija ljudima olakšava povezivanje sa suradnicima, kao i dobivanje potrebnih informacija. Neki to ostvaruju bez stalnog ureda, stolnog računala, pa čak i bez velikog ormara za arhiviranje. Primjerice, Sun Microsystems svojim zaposlenicima omogućava da odaberu hoće li raditi u glavnom uredu ili u udaljenim uredima, takozvanim „drop-in“ centrima. Mnogi Sunovi objekti imaju posebno opremljene „iWork“ zone u kojima se kompjuterske i telefonske veze mogu vrlo brzo prilagoditi kako bi udovoljile individualnim potrebama.

Sjedinjene komunikacije

Mnogi radnici sada mogu pristupiti ukupnoj glasovnoj i e-mail komunikaciji kroz jedan portal. *Follow-me phone service* automatski prosljeđuje dolazne pozive udaljenim lokacijama, kućnim uredima ili mobilnim telefonima. Integrirani sustavi mogu preuzeti glasovne poruke putem računala ili čitati e-poruke preko telefona.

Elektroničke prezentacije



Kombiniranje projektoru u boji s prijenosnim računalom ili s PDA (engl. *Personal digital assistant*) koji ima odgovarajući softver omogućuje ljudima održavanje poslovnih prezentacija koje su obogaćene zvukom, animacijom i poveznicama na web stranice.

Virtualni prostori za sastanke



Mnoštvo kompanija (poput Cranial Tap, čije je virtualno sjedište ovdje prikazano) eksperimentiraju s prostorima za sastanke u virtualnim svjetovima kao što je Second Life. Prednosti uključuju mogućnosti istraživanja trodimenzionalnih modela proizvoda i zaslone za vizualizaciju podataka.



Wikiji

Wikiji promoviraju suradnju pojednostavljuju procesa stvaranja i uređivanja internetskog sadržaja. Svatko s pristupom (neki su *wikiji* privatni, dok su neki javni) može dodavati i mijenjati stranice u skladu s pristizanjem novih informacija.



Sastanci na internetu



Održavanje sastanaka na internetu članovima tima diljem svijeta omogućuje suradnju. Razni sustavi podržavaju *instant messaging*, videozapis uživo, alate za uređivanje u stvarnom vremenu i drugo.

Zajednički radni prostor



Internetski radni prostori poput eRooma i Groovea omogućuju udaljenim članovima tima da pristupe zajedničkim informacijama bilo gdje i bilo kada. Dostupni putem internetskog preglednika, radni prostor sadrži skup mapu te ima ugrađenu sposobnost kontroliranja članova tima koji mogu čitati, uređivati i pohranjivati određene dokumente.

SURADNJA

Rad u timu je ključan u gotovo svakom poslu. Međutim, timski rad može postati kompliciran kada članovi tima rade u različitim dijelovima kompanije, različitim vremenskim zonama, pa čak i za različite kompanije. Tehnologija pomaže da se prebrodi udaljenost omogućavanjem *brainstorminga*, sudjelovanjem na virtualnim sastancima i dijeljenjem dokumenata s vrlo udaljenih lokacija. Komunikacijska tehnologija također kompanijama pomaže da uštede novac na skupim poslovnim putovanjima bez gubitka prednosti koje donosi komunikacija licem u lice.

Telekonferencije i teleprisutnost



Komuniciranje putem videokonferencija mnogima pruža iste prednosti kao i sastanci uživo, i to za samo djelić tog troška. Napredni sustavi omogućuju *teleprisutnost*, pri čemu je videoprikaz stvarne veličine i iznimno realističan.

Glasovne tehnologije



Ljudski se glas postepeno zamjenjuje raznim tehnologijama. *Sinteza glasa podrazumijeva* reprodukciju ljudskog glasa iz kompjutorskih datoteka. *Glasovno prepoznavanje* pretvara ljudski glas u kompjutorski čitljive podatke.

RSS Newsfeeds i agregatori



Agregatori, poznati i kao čitači novosti (*newsreaders*), automatski skupljaju informacije o novim člancima na blogu i *podcastovima* putem *Really Simple Syndication* (RSS) dostavljanja novosti (*newsfeed*). Oni publici daju više kontrole u odabiru sadržaja koji primaju od tvrtki. Tvrtke sada, umjesto e-poštom, dio poruka internoj i vanjskoj publici šalju putem RSS *newsfeedova*.

Ekstranet



Ekstraneti su privatne i sigurne web stranice koje informacije dijele s dobavljačima, poslovnim partnerima i klijentima. Shvatite ekstranet kao produžetak intraneta koji je dostupan ljudima izvan organizacije isključivo uz pozivnicu.

DIJELJENJE NAJNOVIJIH INFORMACIJA

Kompanije koriste mnoštvo komunikacijskih tehnologija kako bi stvorile proizvode i usluge i dostavile ih klijentima. Mogućnost jednostavnog pristupa i dijeljenja najnovijih informacija poboljšava tijek i pravovremenost zaliha, smanjuje operativne troškove i popravljajući financijske performanse. Jednostavan pristup informacijama također pomaže kompanijama da brzo reagiraju na potrebe klijenata pružanjem pravovremenih i točnih informacija i usluga, te dostavljanjem pravih proizvoda u pravo vrijeme.

Društveni alati za pretragu prema ključnim riječima i obilježavanje web stranica



Publika postaje dijelom komunikacijskog kanala kada pronade i preporuči internetske sadržaje na servisima za označavanje po ključnim riječima (*tagging*) i označavanje web stranica (*bookmarking*) kao što je Delicious.com.

Tehnologije za lociranje i praćenje



Tehnologije za lociranje i praćenje mogu zamijeniti manualno izvještavanje. Identificiranje radijskim frekvencijama (RFID) pomoću ključnih riječi omogućava automatizirano praćenje dobara i kontejnera. Geografski podaci s *Global Positioning Systema* (GPS) omogućuju nove oblike komunikacije poput oglašavanja baziranog na lokacijama (primjerice, dobivanje reklame na mobilni telefon iz trgovine ispred koje se šecete) i praćenja na daljinu pacijenata, kao i konvoja kamiona.

Softver za upravljanje lancem nabave

Proizvođači, distributeri i trgovci na malo sada automatski dijele informacije, aktivnost koja je nekad zahtijevala radno intenzivno manualno izvještavanje. Unaprijeđen tijek informacija povećava točnost informacija i pomaže svakoj kompaniji u lancu nabave da upravlja količinama zaliha.

