



ҚАЗІРГІ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ

Әлеуметтік коммуникация және
технологияның рөлі



Бүгінгі дәрісіміз «әлеуметтік коммуникация» жөнінде болады, яғни заманауи технологиялардың коммуникация процестеріне қалай әсер ететіні туралы сөз қозғаймыз.

Өткен жолы біз бір ойдың мәлімет берушіден оны қабылдаушыға жеткізілуін қамтитын коммуникацияның негізгі моделін қарастырған болатынбыз. Жалпы бұл процесс ең алдымен, ақпараттың қабылдаушы көпшілікке жаппай таратылуын көздеген қызметтік қарым-қатынастың дәстүрлі ерекшелігін түсіндіреді. Әлеуметтік медиа пайда болғанға дейін сыртқы коммуникацияны іске асыруда компаниялар көпшілікке бағытталған арнайы мәліметтің негізгі дайындаушысы болды. Ал аудиторияның берілген мәліметке жауап қайтаруға да, тіпті өздігінен мәлімет дайындауға да мүмкіндігі болмады, яғни клиенттер мен мүдделі тараптардың бір-біріне сұрақ қою, ақпаратпен бөлісу немесе қолдау көрсету жөнінде ұсыныс жасауы үшін байланыс құралдары да аз болатын.

Ішкі коммуникацияда да «біз сөйлейміз, ал сіз тыңдайсыз» деген ереже негізінде басшылар қызметкерлеріне өз нұсқауларын беріп отырды. Дегенмен кейінгі кезде түрлі технологиялардың арқасында қызметтік қарым-қатынастарда жаңа әдістерді қолдану мүмкін болды. Ақпаратты жаппай тарату моделімен салыстыратын болсақ, коммуникацияның мұндай әлеуметтік моделі интерактивті және талқылауға қатысқысы келген тараптың бәріне ашық. Аудитория мүшелері үнсіз күйде мәлімет қабылдаушыдан мәселені талқылай алатын белсенді қатысушыға айналды.

Әлеуметтік медиа клиенттер мен басқа да мүдделі тараптарға өз пікірін білдіруге жақсы жағдай жасады. Компаниялар да оларды тыңдауға бейімделуде. Мәселен, америкалық компаниялардың арасында әлеуметтік желілерге қатысты кеңінен қолданылатын әдістердің бірі – компанияның және оның брендтері жөнінде болатын онлайн-талқылауларға мониторинг жүргізу.

Алдын ала мақұлданып, бекітілген мәліметті таратудың орнына ақпаратты жіберуші әлеуметтік желілерде сұрақ қою немесе пайдалы ақпаратпен бөлісу арқылы әңгіме қозғайды. Көп жағдайда осылайша жеткізілген ақпаратты көріп, онымен бөліскен және пікірін білдірген қатысушылар әңгіменің әлеуметтік желіде әрі қарай тарауына жағдай жасайды. Адамдар оған өз ойын қосады немесе өзінің қажеттілігі мен қызығушылығына байланысты пайдалы бір мәлімет ала алады.

Әлеуметтік коммуникация моделінің артықшылықтарымен қатар кемшіліктері де бар. Оған ақпараттың шектелмеуі, тапсырмаларды орындау барысында басқа адамдармен өзара әрекеттесудің төмен деңгейде болуы, зейін алаңдылығы, ақпараттық қауіпсіздік тәуекелдері, еңбек өнімділігінің төмендеуі, жеке және кәсіби өмір арасында тепе-теңдікті сақтау мәселелері жатады.

Бизнес мамандары мен менеджерлер үшін ақпарат ағындарын басқаруда цифрлы құралдарды дұрыс таңдап, тиімді қолдана білу өте маңызды. Ақпарат ағындарын басқаруда көп қолданылатын әдіс – гибрид әдіс – коммуникацияның кейбірі (мысалы, стратегиялық жоспарлар мен құжаттар) дәстүрлі үлгіге сай құрылып, басқасы (яғни, жобаны басқару және клиенттерге қолдау көрсету қызметі) әлеуметтік модель бойынша жүргізіледі.

Коммуникацияның әлеуметтік моделі мобильдік байланыс революциясы арқасында түбегейлі өзгерістерге ұшырады. Әлеуметтік желілердің қарым-қатынас құру жолдарын өзгерткені сөзсіз. Ал көптеген сарапшылар мобайл байланыс бизнес пен кәсіби коммуникация саласына әлі талай өзгерістер әкелетініне сенімді.

Америкалық венчурлік капиталист Джо Шоендорфтың айтуынша, Кремний алқабында қызмет еткелі 48 жыл ішінде көрген ең қарқынды дамыған технология – мобайл технологиялар. Зерттеуші Марибель Лопес: «Интернет пайда болғалы ең маңызды технологиялық қадам», – дейді.

Көптеген компаниялар мобильді технологияларды ішкі байланыс жүйелерінен бастап банк және сауда-саттық салаларына дейін ендіріп қолдануға тырысады. Мобильді қосымшалар мен байланыс жүйелері қызметкерлердің еңбек өнімділігін арттыруға, компанияларға клиенттермен және серіктестермен тығыз қарым-қатынас орнатуға, сондай-ақ жаңа өнімдер мен қызметтерге қатысты инновацияларды қолдану ынтасын арттыруға септігін тигізе алады. Мобайл технологияның артықшылықтарын есепке алып, қызметкерлер мен клиенттердің талаптарын ескеріп, алдыңғы қатарлы компаниялар мобильді технологиялар арқылы қызмет көрсетуді жетілдіруде.



Мобильді технологиялар бизнес-коммуникацияны қалай өзгертуде?

Мобильді байланыстың дамуы бизнес-коммуникацияға әсер еткені сөзсіз. Мәселен, компанияның веб-сайтын мобильді режимге бейімдеу қажеттілігі пайда болды. Егер қарапайым веб-сайтты кішкентай экраннан қарауға немесе телефоныңыздан күрделі онлайн-құжаттарды толтыруға тырысқан болсаңыз, көңілдің қалай түсетінін білесіз.

Пайдаланушылар веб-сайттардың мобильді болғанын күтеді. Олар мобильді нұсқасы жоқ сайттарға мүлдем кірмеуі де мүмкін. Мобильді технологияның мүмкіндіктері компьютердікінен басым болуына байланысты, кейбір компаниялар қазір «mobile first» принципін ұстанады, яғни олар алдымен компьютердің экранынан емес, смартфондардан қарап оқуға ыңғайлы болатын сайттарды жасайды.

Тиімді коммуникация тәсілдерінің тағы бірі – жай сайттан гөрі ыңғайлы, интерактивті және мобильді интерфейсін ұсынатын мобайл қосымшаларды әзірлеу. Дегенмен құрылғының көлемі мен оны тасымалдау мүмкіндігіне қатысты өзгерістерді көзге көрінетін өзгерістер ғана деп айтуға болады. Әлеуметтік желілердей, мобильді технологиялармен бірге келген өзгерістердің саны технологияның өзінен асады. Мобильді құрылғылар адамдар арасындағы қарым-қатынастардың өзгеруіне себеп болып, бизнес-коммуникацияның әрбір аспектісіне әсер етеді.

Әлеуметтік желілерді зерттеуші Никко Меле «кең көлемді деректі әп сәтте, тұрақты түрде дүние жүзі бойынша жібере алу мүмкіндігін» сипаттау үшін «радикалды байланыс» терминін ойлап тапқан екен. Бұл тұрғыдан мобайл құрылғылардың рөлі маңызды және тұрақты түрде кеңейуде. Өйткені олар адамдардың қай жерде болғанына қарамастан тәулік бойы байланысқа шығуға мүмкіндік береді. Мобильді байланыс технологиясына үйренген адамдар ақпаратқа дереу қол жеткізуді және түрлі әлеуметтік немесе қызметтік желілер арқылы байланыстан ажырамауды қалайды.

Енді мобильді технология қызметтік қарым-қатынастардың өзгеруіне қалай әсер ететінін қарастырайық:

- Байланыстан ажырамай үнемі қосулы болудың жағымды да, жағымсыз да әсері бар. Бір жағынан, әлеуметтік желілер секілді, мобильді құрылғы арқылы байланыста болу жеке және жұмыс уақыты арасындағы шекараны бұзады, яғни жеке және отбасылық уақытта да адам жұмыс туралы ойлаумен болады. Екінші жағынан, ол қызметкерлерге өзінің жеке және кәсіби міндеттемелерін орындау үшін икемді болуына ықпал етеді. Бұл тұрғыдан, әсіресе, қашықтықтан орындауға болатын және басқа да дәстүрлі емес жұмыс модельдерін іске асыру арқылы шығындарды қысқартуда мобильді байланыстың рөлі аса маңызды.

- Шағын мобильді дисплейлер мен кейде қолдануға ыңғайсыз енгізу технологиялары контентті ұсыну немесе пайдалану барысында, электронды поштаға хат жазғанда немесе видео көргенде қиындық тудырады. Мысалы, электронды поштаға келіп түсетін хат оның мобильді құрылғыларда оқылуы жеңіл болатындай жазылуы тиіс.

- Мобильді технологияны пайдаланушылар әдетте бірнеше іс-әрекет орындайды – мысалы, адамдардың шамамен жартысы ұялы телефонды жүріп келе жатқанда қолданады, сондықтан экрандағы ақпаратқа толық көңіл бөле алмайды. Сонымен қатар, адамдар мобайл құрылғыларды әдетте көңілді бөлетін, шулы ортада немесе басқа құрылғылар арқылы келетін ақпаратты қатар қарап отырып пайдаланады.

- Мобильді байланысты қолдану, әсіресе мәтіндік хабарлама алмасу, грамматиканың дәстүрлі стандарттарына, пунктуация және жалпы жазуға әсер етті. Қысқартулар, аббревиатуралар, сөздерді эмоджимен алмастыру және жылдам жазудың басқа түрлері жаппай қолданылатын болды.

- Мобильді құрылғылар адамның қабылдау қабілетінің сенсорлық және когнитивтік кеңейтілуі ретінде қызмет етуі мүмкін. Мысалы, олар адамдарға қоршаған ортасын зерттеуге көмектесе алады (камераға қарап отырған сәтте қосымша бейнелеу мүмкіндігін ашатын қолданбалар тәрізді). Олар адамның шектеулі жадысына жүгінбей, ақпаратқа дереу қол жеткізуге мүмкіндік береді.

- Мобильді құрылғыларды қолдану түпкі пайдаланушылар мен корпоративтік пайдаланушылар үшін де қауіпсіздік пен құпиялылыққа байланысты көптеген мәселелердің



туындауына әкеледі. Көптеген компаниялар «Bring Your Own Device» немесе «Өзіңнің жеке құрылғыңды қолдан» феноменімен күресуде, себебі қызметкерлер кеңседе де, одан тыс жерде де жеке смартфондар мен планшеттері арқылы қызметтік желілер мен файлдардың қолжетімді болуын қалайды. Бұл құрылғыларды корпоративтік желілерге қажет қатаң қауіпсіздік бақылаудан үнемі өткізу мүмкін емес. Мобайл қолданушылар тіпті өз құрылғыларының қауіпсіздігіне әрдайым көңіл бөледі деп те айту қиын.

- Мобильді құралдар қызметкерлердің еңбек өнімділігін арттыруға және басқалармен бірлесіп жұмысты орындауға жақсы мүмкіндік береді, сонымен бірге іссапар кезінде немесе жұмыс орнынан тыс жерде қажет ақпарат пен жұмыс тапсырмаларына қол жеткізуді жеңілдетеді.

- Мобильді қосымшалар зерттеулерден бастап презентацияға дейін көптеген кәсіби тапсырмаларды орындауға көмектеседі. Сонымен қатар, компаниялар қолжетімді қосымшалармен шектелмейді. Түрлі цифрлық құралдар арқылы компаниялар өз тұтынушыларына немесе қызметкерлеріне арналған арнайы мазмұны мен мүмкіндіктері қарастырылған қосымшаларды жасай алады. Мобильді байланыс шешімдерді қабылдау процесін жылдамдатып, дұрыс мәліметті қажет уақытта керек адамдарға жеткізудің арқасында мәселелерді тез арада шешу мүмкін болды. Мысалы, шешім қабылдайтын адамдарға қосымша ақпарат қажет болса, олар сол сәтте-ақ іздей алады. Мобильді технологиялар, сондай-ақ клиенттерге техникалық қолдау көрсету барысын жеңілдетті, техникалық мамандар мен басқа да қызметкерлерге қажет ақпарат кез келген уақытта қолжетімді. Компаниялар дағдарыс кезінде коммуникацияны өз қолына алып, дереу мәлімдеме жасай алады.

Мобильді құрылғылардың (оның ішінде камера, акселерометр, компастар және GPS-тің) интерактивті болуына байланысты компаниялар өз тарапынан клиенттер мен басқа пайдаланушыларға көптеген тартымды мүмкіндіктерді ұсына алады. Жалпы мобильді революция бизнес-коммуникацияны қиындатқанымен, қарым-қатынастарды басқа жолдармен жақсартуға көп мүмкіндіктер ашты.

Қазір ұйымдар коммуникацияны жақсарту мақсатында көбінесе технологияларға сүйенеді. Сіз күнделікті қолданатын технологиялардың көбі, микроблогтардан бастап видео-ойындарға дейін, қазіргі бизнесте де қолданылады. Озық технологияларды пайдаланып көрген кез келген адам олардың артықшылығын автоматты түрде сезінбейді. Нашар әзірленген немесе тиісінше қолданылмайтын технология шешім ұсынудың орнына жұмысқа кедергі келтіріп, проблема тудыруы мүмкін. Коммуникация тиімді болуы үшін технологиялардың маңыздылығын естен шығармай, өзіңізді шексіз ақпарат қабылдаудан және ақпараттық байланысқа тәуелді болудан қорғауға, технологиялық құралдарды пайдалы мақсатта қолданып, кейде құрылғылар мен гаджеттерді бір шетке ысырып тастап, жай әңгімелесуге тырысып үйренген жөн.

Бәлкім, ең маңыздысы, технологиялар – жай ғана аспап, оның көмегімен белгілі бір міндеттерді орындауға арналған құрал екенін есте сақтау дұрыс болар. Технологиялар – тұлғааралық коммуникацияны алмастырмайды, керісінше оны жеңілдетеді. Технологиялар сіз үшін ойлап немесе қарым-қатынас жасай алмайды. Егер дағдыларыңыз жеткіліксіз болса, технология оны толықтыра алмайды.

Сонымен қатар, коммуникациялық технологияларды асыра пайдалану немесе дұрыс пайдаланбау шектен тыс ақпараттың қабылдануына әкелуі мүмкін, яғни адамдар ақпаратты мейлінше көп қабылдаудың кесірінен оны сараптап үлгермейді. Артық ақпарат пайдалы және пайдасыз мәліметтерді ажырата білу қабілетіне кері әсерін тигізіп, еңбек өнімділігін төмендетеді және күйзелісті көбейтеді.

Әдетте сізге келетін хабар мен мәліметтердің саны мен түрлерін қалауыңызша бақылауға болады. Назар аударуды қажет ететін хат-хабарды айыру үшін коммуникация жүйелеріндегі сүзу немесе фильтр функциясын қолданыңыз. Назарыңызды жұмысты орындау үшін нағыз қажет ақпаратқа ғана аударыңыз.

Жіберуші ретінде, қажетсіз хат-хабар немесе спам жібермейтініңізге көз жеткізу арқылы артық ақпарат көлемінің азаюына өз септігіңізді тигізе аласыз. Сонымен қатар, шұғыл немесе маңызды емес хабарламаларды жіберген кезде оны алатын адамдар үшін реттеу ыңғайлы болатындай белгілеген жөн. Сондай-ақ, көптеген коммуникациялық жүйелер хат-хабардың



шұғыл екенін белгілеуге мүмкіндік береді; дегенмен бұл мүмкіндікті шынымен қажет болған жағдайда ғана пайдаланыңыз. Оны орынсыз қолдану алаңдаушылық тудырып, ақпаратты қабылдаушының көңіліне жақпауы мүмкін.

Технология құралдарын тиімді пайдалану. Facebook, Twitter, YouTube және басқа технологиялар ақпараттық технологиялардың парадоксы деп аталатын, яғни ақпараттық құралдар арқылы қанша уақыт үнемделсе, сонша уақыт кететін құбылыстың негізгі элементтері болып табылады. Әлеуметтік желі компаниялар үшін ерекше алаңдаушылық тудырады, яғни олар үшін әлеуметтік желі арқылы клиенттермен және басқа да мүдделі тараптармен байланыс орнатуға жаңа мүмкіндіктер ашылғанымен, жұмыста отырған қызметкерлер қызметіне қатысы жоқ істермен айналысып, жұмыс уақытының көбін зая кетіруі мүмкін.

Әлеуметтік желілер басқарушылар үшін тағы бір мәселе тауып берді: қызметкерлер өз блогтары мен әлеуметтік желілердегі парақшаларында құпия ақпаратты жариялауы мүмкін немесе нарықтағы компанияның беделіне нұқсан келтіру қаупін тудыруы мүмкін. Мұндай жағдайдағы ең дұрыс шешім – барлық қызметкерлерге бірдей қолданылатын нақты саясатты әзірлеу.

Менеджерлер өздерінің қызметкерлерін ақпараттық құралдарды тиімді пайдалануға бағыттауы тиіс, өйткені бұл құралдардың жылдамдығы мен қарапайымдылығы оның басты кемшіліктері болып табылады. Цифрлы дереккөздерден үздіксіз түсетін ақпарат ағындары қызметкерлердің өз жұмысымен ғана айналысуына кедергі келтіруі мүмкін. Мәселен, бір зерттеу барысында қызметкерлердің электрондық пошталарына хаттар, телефондарына жедел хабарламалар мен қоңыраулар бірінен кейін бірі түсіп отырған. Нәтижесінде олардың еңбек өнімділігі 10 пайызға төмендегені анықталған екен.

Құрылғыңызды дұрыс пайдаланумен бірге еңбек өнімділігіңіз үшін оны тиімді пайдаланғаныңыз да маңызды. Көп жағдайда сізге сарапшы болудың қажеті жоқ, бірақ жұмысқа қажетті құралдардың негізгі функцияларын білуіңіз керек. Менеджер ретінде сіздің қызметкерлеріңіз құралдарды тиімді пайдалануы үшін тиісті дайындықтан өтуін қамтамасыз еткеніңіз жөн.

Ең озық технологиялардың өзін бұрыс пайдалансаңыз, қарым-қатынастарға кедергі келтіруі әбден мүмкін. Мысалы, көп жағдайда қызметкерлер, менеджерлер электронды поштаға жиі жүгініп, бетпе-бет сөйлесуден бас тартуына наразылық білдіріп жатады. Адамдармен бетпе-бет сөйлесу немесе телефон арқылы сөйлесу көп уақытты қажет етуі мүмкін, бірақ кейде бұл күрделі мәселелерді шешу үшін, жақсы қарым-қатынастарды сақтау үшін өте маңызды.

Оның үстіне, тіпті ең жақсы байланыс технологиялар болса да, сіздің қандай адам екеніңізді толық жеткізе алмайды. Қасыңызда жұмыс істейтін адамдар туралы көбірек білу және олар сіз туралы көбірек білуі үшін кейде компьютер экранынан немесе смартфоньыңыздан бас алып, бетпе-бет коммуникация жасауға көңіл бөліңіз.

Бизнес-коммуникация құралдарының дамуы цифрлық технологиялардың дамуымен байланысты. Заманауи технологиялар компанияларға кеңсе функцияларын қайта қарастырып, өзара әрекеттесуде және ақпарат алмасуда, мүдделі тараптармен байланысуда және қызығушылықтары мен қажеттіліктері ұқсас адамдарды біріктіріп қауымдастықтар құруда өз септігін тигізеді. Соның кейбіреулерін жеке-жеке қарастырайық:

Кеңсе қызметін қайта қарастыру. Мобильді байланыс саласындағы жетістіктердің арқасында заманауи «кеңсе» жаңа сипаттарға ие болуда. Технология кәсіпқойларға клиенттермен және жеткізушілермен тығыз байланыс сақтай отырып, жолда да жұмыс істеуге мүмкіндік береді. Бұл технологиялар кейбір компаниялар негізінің қайта қарастырылуына әкелді, себебі олар дәстүрлі иерархияларды бейімдеуге икемді виртуалды желілермен ауыстырады.

Веб-кездесулер. Веб-кездесулер жан-жақтағы команда мүшелеріне бір уақытта жиналып қашықтықтан ақылдасуына мүмкіндік береді. Мұндай кездесулерді жазып сақтауға және кейін қайта көруге де болады. Түрлі жүйелер арқылы бір-біріне қолма-қол хат-хабар, видеожазба, редакторлық құралдарды, т.б. жіберу-алмасу қызметі қарастырылған.

Видео-конференция және тікелей телеқатысу. Видео-конференциялар жеке кездесудің арқасында қол жеткізуге болатын нәтижеге аз шығын шығару арқылы жетуді қамтамасыз етеді. Жетілдірілген тікелей телеқатысу жүйелері қашықтықтағы қатысушылардың бейнесін қасыңызда отырғандай етіп анық көрсетуге мүмкіндік береді.



Интернеттегі бірлескен жұмыс кеңістігі. Интернеттегі жұмыс кеңістіктері топ мүшелеріне жолда болсын, елдің екі жағында болсын нәтижелі әрекеттесуіне жағдай жасайды. Кейбір жүйелер ортақ файлдар мен басқа да цифрлық ресурстарға қол жеткізу, жобаларды басқару және құжаттарды бірлесіп қолдану секілді функциялармен қамтылған.

Дауыстық технологиялар. Сөз тану (яғни адамның сөйлегенін компьютерлік командаға айналдыру) және сөз синтезі (яғни компьютерлік командаларды адамның сөйлегеніне айналдыру) коммуникацияның жақсаруына жан-жақты жағымды әсерін тигізуі мүмкін. Мәселен, мобильді есептеулерді жеңілдетіп, пернетақтаны қолданғысы келмейтін немесе қолдана алмайтын қызметкерлерге коммуникация жолын жеңілдетуі мүмкін. Сөзді талдайтын бағдарлама клиенттерге қызмет көрсетуді жақсарту үшін және басқа да бизнес-коммуникация үшін сөздерге сараптама жасайды. Мобильді VoIP адамдарға Wi-Fi арқылы хабарласып, байланыс пен роуминг үшін төлемдерді азайтуға мүмкіндік береді.

Мобильді бизнес-қосымшалар. Смартфондар мен планшеттерге арналған бизнес-қосымшалар қатары кеңейіп келеді, қарапайым компьютерде орындауға болатынның барлығы қазір мобильді құрылғыда жасалады. Ақпарат алмасудың жедел және оңай болуы бизнес үшін аса маңызды. Бірлесіп орындайтын жұмысты жеңілдету үшін ортақ қолданылатын, жедел хат-хабар алмасу сияқты жалпы мақсаттағы жүйелер мен дата визуализация тәрізді арнайы құралдарға дейін түрлі құралдар әзірленді.

Қолма-қол хат-хабар алмасу. Жедел хат-хабар алмасу (IM) қызметтік әлемдегі цифрлық коммуникацияда кең қолданылатын құралдардың бірі. Ол электронды пошта арқылы немесе телефон арқылы ақпарат алмасудың орнына келді. Ұйымдар мен кәсіпорындардағы жедел хат-хабар алмасу жүйелері тұтынушылық IM-жүйесіне ұқсас болғанымен, қосымша қауіпсіздік пен бірлесіп әрекет ету функцияларын қамтиды. Топтық хат-хабар алмасу жүйелеріне файлдарды жіберу, ақпаратты бірге пайдалану және басқару сияқты құралдары кіреді. Бұлардың бәрі топтарға жұмысты орындауға ыңғайлы жағдай жасайды.

Wikis. Wikis немесе уикилер онлайн-контентті әзірлеу және өңдеу процесін жетілдіру арқылы қашықтықтан бірігіп әрекет етуге мүмкіндік береді. Ақпараттық жүйеге кіруге құқылы тұлғалар бірден парақшаларға өзгерістер енгізіп, мәліметтер қоса алады.

Краудсорсинг пен серіктестік алаңы. Адам топтарын ұйымның ішіндегі немесе одан тыс іс-әрекеттерге қатысуды ұсынатын краудсорсинг компания үшін идеялар мен шешімдердің және нарық үрдістерін түсінуге әлдеқайда көп мүмкіндік береді.

Дата визуализация. Дата визуализация – ірі, күрделі және динамикалық деректер жинақтарын зерттеу және таныстырудағы ерекше құрал болып табылады. Көптеген компаниялар нарық мүмкіндіктерін анықтау үшін және пайдалану үшін Big Data деп аталатын «ірі деректерге» сүйенеді. Ал осы қомақты деректер арасынан қажет мәліметті шығарып алу қабілетін дамытқан компания маңызды артықшылыққа ие болмақ.

Заттар Интернеті (IoT). Ол (IoT) – Интернетке қосылған миллиардтаған ақылды, авто-номды құрылғыларға жатады. Деректерді жіберетін, қабылдайтын немесе өңдейтін датчиктер, бақылайтын және басқа да құрылғылар. Машиналық технологияларға негізделген коммуникация бизнес-коммуникацияның дәстүрлі әдістерін толықтырып, тіпті олардың орнына қолданылуы мүмкін.

Электронды БАҚ және әлеуметтік желілер ұйымдар мен ішкі-сыртқы аудиториялар арасындағы қарым-қатынастарды өзгертті. Қазір компанияның шешімдері әсер еткен кез келген топтың (есіңізде болса, екінші дәрісте біз оларды стейкхолдер немесе мүдделі тараптар деп атағанбыз) өз пікірі мен қажеттіліктерін білдіруге мүмкіндік беретін құралдары бар. Ал компаниялар үшін зерттеуді және басқаруды қажет ететін ақпараттық ағындар көбейе түсті.

Үміткерлерді байқап таңдау жүйелері. Қазіргі таңда үміткерлерді байқап таңдау жүйелерінің коммуникациядағы маңызы зор. Ірі компаниялар да, көптеген орта және шағын кәсіпорындар да болашақ қызметкерлерді мұқият таңдауға тырысады. Сіздің түйіндемеңіз бен өзіңіз жайлы мәліметтер аталған жүйеге енгізіліп, белгілі бір қорытындылар жасалады. Рекрутерлер үміт күтерлік қызметкерді анықтау үшін, сұхбат жүргізу және іріктеу процесін жолға қою мақсатын-да түрлі құралдарды қолданады. Үміткерді жұмысқа қабылдаған соң, кейбір компаниялар дарындарды басқару жүйесін қолданады.



Блогтар. Блогтар компаниялардың клиенттерімен және басқа топтармен бейресми әрі жылдам байланысуына көмектеседі. Пікір қалдыру функциясы оқырмандарға талқылауға қатысу мүмкіндігін береді.

Подкастинг. Аудио мен видеоны жүктеу, сақтау, қосу ыңғайлы болғаннан бері подкасттар ақпаратты (мысалы, жоғары оқу орындарындағы дәрістерді, жарнамаларды) көрсетуде жиі қолданылатын құралға айналды. Сонымен қатар, подкасттар конференц-байланыстың, ақпараттық бюллетендердің және басқа да құралдардың орнына ішкі байланыста қолданылады.

Онлайн-видео. Цифрлық видеокамералардың арзандауы мен YouTube секілді видео алмасу сайттарының пайда болуы бизнес мақсатында бейнематериал шығару ісінің дамуына айтарлықтай үлес қосты. Бизнес-видеоны қолданудың көп тараған түрлеріне өніммен, компаниямен таныстыру, жарнамалық презентациялар мен оқу семинарлары жатады.

Жаңа ақпараттық технологияларды қолданудың ең маңызды артықшылықтарының бірі – компания олар арқылы клиенттер, ынталы тараптар мен басқаларды қатыстыра ортақ топты оңай құра алады. Кейбір жағдайларда компания онлайн-топты өзі ашып өзі басқарады, ал басқа кездері өнім пайдаланушылары мен қызығушылық танытатындардың пікірі басым болады.

Пайдаланушылардың контенті. Пайдаланушылардың контенті орналастырылатын сайттарда компаниялар да өз суреттерін, видеоматериалдарын, бағдарламалық және техникалық шешімдері мен клиенттерге арналған басқа да бағалы контентті орналастыра алады.

Ойын технологиялары. Бизнес-процестерде ойын элементтерін қолдану (Мәселен, сату немесе қызмет көрсету топтарына арналған сайыстар) қызметкерлердің де клиенттердің де қатысу белсенділігін арттыра алады.

Microblogging. Микроблог жүргізу (әрине, оның арасында ең танымал Twitter) дереу пікір алысу, кері байланыс құру және үрдіс нарығын бақылау үшін өте тиімді.

Әлеуметтік желілер. Компаниялар клиенттерді тарту, жаңа қызметкерлерді табу, инвесторларды қызықтыру, пікір алысу үшін арнайы құрал ретінде әлеуметтік желілердің түр-түрін қолданады.