

ศิลปะการโน้มน้าวใจ

ศิลปะการโน้มน้าวใจ (Communication & Influencing - CI)

คำจำกัดความ: การใช้เวลาศิลปะและกลยุทธ์ต่างๆ ในการสื่อสาร เจรจา โน้มน้าวเพื่อให้ผู้อื่นดำเนินการใดๆ ตามที่ตนหรือหน่วยงานประสงค์

ระดับที่ ๐ : ไม่แสดงสมรรถนะด้านนี้อย่างชัดเจน

ระดับที่ ๑: นำเสนอข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา

- นำเสนอข้อมูล อธิบาย ชี้แจงรายละเอียดแก่ผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมาโดยอิงข้อมูลที่มีอยู่ แต่อาจยังไม่ได้มีการปรับใจความและวิธีการให้สอดคล้องกับความสนใจและบุคลิกลักษณะของผู้ฟัง

ระดับที่ ๒: แสดงสมรรถนะระดับที่ ๑ และเจรจาโน้มน้าวใจโดยยกหลักการและเหตุผล

- เตรียมการนำเสนอข้อมูลเป็นอย่างดี และใช้ความพยายามเจรจาโน้มน้าวใจโดยยกหลักการและเหตุผลที่เกี่ยวข้องมาประกอบการนำเสนออย่างมีขั้นตอน

- ใช้ความพยายามเจรจาโน้มน้าวใจโดยยกหลักการและเหตุผลที่เกี่ยวข้องมาอธิบายประกอบการนำเสนออย่างมีขั้นตอน

ระดับที่ ๓: แสดงสมรรถนะระดับที่ ๒ และเจรจาต่อรองหรือนำเสนอข้อมูลโดยปรับสารให้สอดคล้องกับผู้ฟังเป็นสิ่งสำคัญ

- ประยุกต์ใช้ความเข้าใจ ความสนใจของผู้ฟังให้เป็นประโยชน์ในการเจรจาเสนอข้อมูล นำเสนอหรือเจรจาโดยคาดการณ์ถึงปฏิกิริยา ผลกระทบที่จะมีต่อผู้ฟังเป็นหลัก

- สามารถนำเสนอทางเลือกหรือให้ข้อสรุปในการเจรจาอันเป็นประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่าย

ระดับที่ ๔: แสดงสมรรถนะระดับที่ ๓ และใช้กลยุทธ์การสื่อสารจูงใจทางอ้อม

- ใช้ความเข้าใจบุคคลหรือองค์กรให้เป็นประโยชน์โดยการนำเอาบุคคลที่สามหรือผู้เชี่ยวชาญมาสนับสนุนให้การเจรจาโน้มน้าวใจประสบผลสำเร็จหรือมีน้ำหนักมากยิ่งขึ้น

- ใช้ทักษะในการโน้มน้าวใจทางอ้อม เพื่อให้ได้ผลสัมฤทธิ์ดังประสงค์โดยคำนึงถึงผลกระทบและความรู้สึกของผู้อื่นเป็นสิ่งสำคัญ

ระดับที่ ๕: แสดงสมรรถนะระดับที่ ๔ และใช้กลยุทธ์ที่ซับซ้อนในการจูงใจ

- สร้างกลุ่มแนวร่วมเพื่อสนับสนุนให้การเจรจาโน้มน้าวใจมีน้ำหนักและสัมฤทธิ์ผลได้ดียิ่งขึ้น

- ประยุกต์ใช้หลักจิตวิทยามวลชนหรือจิตวิทยากลุ่มให้เป็นประโยชน์ในการเจรจาโน้มน้าวใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ