



Deer.

Модул: Дигитална комуникация

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Модул: Дигитална комуникация

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

1.1.1. Общ преглед

1.1.2. Бизнес комуникация

- Вътрешна комуникация
- Външна комуникация

1.1.3. Въздействието на инструментите за дигитална комуникация върху вътрешната и външната комуникация на стартиращо предприятие

- Имейл
- Текстови съобщения
- „Моментални“ съобщения
- Социални мрежи
- Уебсайтът на стартиращото предприятие
- Телефонни разговори
- Видеоконференции

1.1.4. Унифицираните комуникации като стандарт

1.2. Урок 2: Предимства и недостатъци на дигиталната комуникация

1.2.1. Предимства

1.2.2. Недостатъци

1.2.3. Какви са основните пречки?

1.2.4. Как можем да се възползваме от цифровата комуникация?

1.3. Урок 3: Какво ви е необходимо за ефективна дигитална комуникация?

1.3.1. Набор от умения

1.3.2. Необходими знания

1.3.3. Как дигиталната комуникация се влияе от пандемията причинена от Covid-19?

1.4. Урок 4: В каква степен е важно да създаваме и поддържаме мрежа от контакти в дигитална среда.

- Възможност да поддържаме връзка
- Подобрене на много аспекти във вашата мрежа
- Предоставяне на шанс да видите света през глобализиран поглед

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

1.1.1. Общ преглед

Хората изпращат и получават мисли, идеи и знания с помощта на комуникацията, от както човечеството съществува. Днес най-широко използваната форма за комуникация е дигиталната. Според дефиницията това е вид взаимодействие, при което информацията/мислите/идеите се кодират дигитално и се изпращат по електронен път към получателя. В началото на 90-те години светът преживя дигитална трансформация, която сформира обществата такива каквито ги познаваме днес. Всъщност технологичната революция е важна част от новата икономика и в този контекст комуникационните стратегии и средства се променят бързо и се адаптират към индустриалните нужди. В тази връзка не е изненадващо, че цифровата комуникация е от голямо значение за бизнеса. Последното произтича от факта, че тя позволява на компаниите да си сътрудничат по-ефективно със своите целеви групи, намалява разходите им и предразполага навлизането на световния пазар. С други думи, появата на дигиталната комуникация е повлияла на начина, по който фирмите осъществяват своята вътрешна и външна комуникация.

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

1.1.2. Бизнес комуникация

➤ В зависимост от това към какви аудитории е насочена бизнес комуникацията, тя може да бъде вътрешна или външна.

Вътрешна комуникация

- Обмена на информация между служителите, мениджърите и собствениците в определена организация и поради това е жизненоважна на всяко ниво управление в едно стартиращо предприятие

Външна комуникация

- Начинът, по който бизнесът комуникира своите предимства и ценности със света, което обхваща клиентите, широката общественост, конкуренцията и заинтересованите страни

→ Имайки предвид дигиталната трансформация, бизнесът трябва да се адаптира към новите форми и инструменти за комуникация. Всъщност технологичният напредък в сферата на комуникацията е повлиял на появата на т. нар. вътрешна дигитална комуникация (Lipäinen, Karjaluoto и Nevalainen, 2014) и е въздействал на начина, по който компаниите влияят и ангажират своите клиенти.



Вътрешна комуникация

- Служители
- Управители
- Собственици

Външна комуникация

- Доставчици
- Заинтересовани страни
- Обществото
- Клиенти
- Конкуренция

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Имейлът е най-често срещаният и лесен начин за комуникация, особено в бизнес сферата. Той е удобен и евтин и може да се използва както в официален, полуформален, така и в неформален начин на изразяване и / или писане. Независимо какъв вид имейл пишете, изключително важно е да се спазва правилото на 3 W, което може да ви помогне с яснотата на съдържанието.

Правилото на 3 W означава:

Кой?

Кой е получателят на съобщението? ("Скъпи Адам,")
Кой е изпращачът на съобщението? ("С уважение, Анна")
Кой друг трябва да информирате със съобщението? (Например чрез добавяне в копие (CC) на хора, които участват (пряко или косвено) в темата и представянето им накратко в текста на имейла).

Какво?

За какво пишете? (Ясно го посочете в темата на съобщението и го повторете в първото изречение).
Какво очаквате от получателя на съобщението? (Напишете го ясно, поставете булети (bullet points) , използвайте цветове и удебелен шрифт, за да улесните разбирането).
Каква трябва да бъде първата стъпка след получаване на съобщението?

Кога?

Кога очаквате отговор? (Също така добавете дали отговорът трябва да бъде изпратен по имейл или чрез телефонно обаждане).
Какъв е крайният срок на проекта/задача, за който пишете в имейла?



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Имейл

Различните видове имейли:

- Официален имейл
- Полуформален имейл
- Неформален имейл



Темата на имейла е важна, защото много хора филтрират съобщения, търсейки ключови думи. Имайте предвид, че получателят няма да види тема, която е прекалено дълга, особено от мобилното приложение. В този случай създаването на по-кратки теми (3-4 думи) или използването на ключови думи е от решаващо значение.



Също така, не забравяйте, че грешната тема на вашия имейл може да доведе го квалифициране като спам от алгоритмите на пощенските кутии. Доставчици като Google (<http://gmail.com>) или Zoho (<https://www.zoho.com/mail/>) разполагат с усъвършенствани системи за филтриране на спам имейли. Дори и вашето съобщение да не бъде филтрирано от алгоритъма като спам, неправилната тема може да накара получателя да не го отвори.

Deer.

*Вашият имейл трябва да
★ съдържа:*

*Тема или предмет на
имейла, Обръщение,
Съдържание, Заключение,
Обръщение, Подпис*



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Имейлът

Обръщението зависи от отношенията между общуващите. Може да познавате получателя много добре или да му пишете за първи път. Във втория случай трябва да използвате официален език. След като получите отговор, ще опознаете по-добре другия човек и неговия / нейния стил на общуване. Едва след можете да преминете към повече или по-малко официална комуникация.

Съдържанието / тялото на имейла трябва да бъде кратко и ясно обяснено. Не губете времето на получателя. Изследванията показват, че средно статистическият потребител получава около 90 имейла на ден. Затова няма място за дълги, ненужни обяснения.

Заключението на съобщението трябва да бъде отделено от основния текст. Наблегнете на същността на имейла, когато използвате ключови думи. Можете да ги удебелите или да използвате друг цвят. Опитайте се да избягвате червеното - то може да се разчете като акт на агресия. Вашето заключение трябва да включва СТА (Call To Action) - кратка, обикновено императивна, убедителна фраза, призоваваща получателя към следващата стъпка,

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Deer.

например:

- Моля, изпратете ми примери за тези продукти.
- Моля, прочетете всички прикачени файлове.
- Моля, подпишете документа преди петък и ми изпратете копие по имейл.
- Трябва да знам повече за вашия бизнес - кога можем да говорим Освен това изследванията показват, че фразата "Благодаря ви предварително!" в края на имейла увеличава възможността за получаване на положителен отговор.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Имейлът

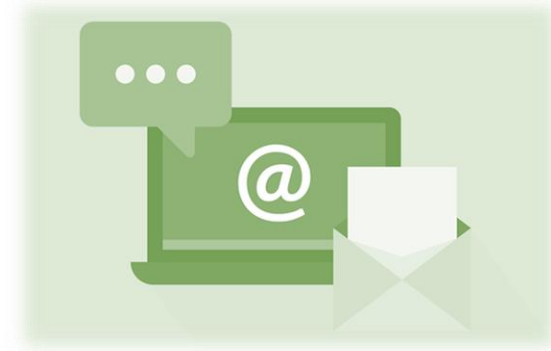
В бизнес комуникацията, подписът обикновено е 3-4 реда и включва титлата (инженер, професор, доцент), името, фамилията, длъжността, организацията и телефонния номер на подателя (Илиева, 2020).

Като цяло имейлите са един от най-често използваните инструменти за външна комуникация. Благодарение на тях можете:

- Да започнете и поддържате професионални отношения
- Да подпомогнете маркетинга (Harvey, 2018)
- Да промотирате продукти и услуги (напр. чрез създаването на бюлетин на Mailerlite <https://www.mailerlite.com> или MailChimp <https://mailchimp.com>)
- Да пишете на клиентите си (от друга страна, те също могат да започнат комуникацията чрез имейл с вашата компания, когато пожелаят).

Имейлите също са полезни при вътрешната комуникация в компанията. Имайте предвид, че трябва да се погрижите за потока от информация и документи, които кръжи между всички членове. В началните етапи от развитието на компанията не е нужно да инвестирате в приложения - започнете с имейли.

Deer.



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

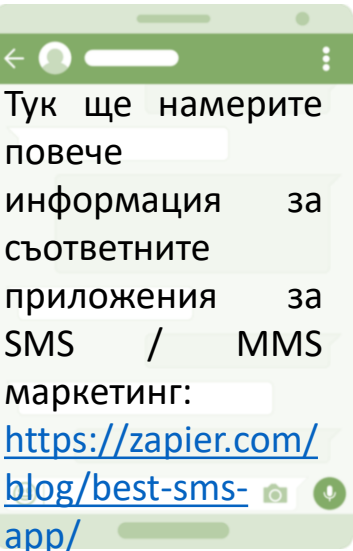
Text messages

➤ Изпращането на текстови съобщения или SMS (кратки текстови съобщения) е бърз и евтин начин за връзка с клиенти, служители, доставчици и превозвачи. Освен това този начин на комуникация е ефективен, тъй като при него се използват определен брой символи. Разбира се, можете да създадете по-дълго съобщение - тогава няколко SMS-а ще се акумулират в едно по-дълго съобщение, благодарение на разширените функции на мобилните устройства. Също така можете да прикачите линкове, звуци и изображения, но в този случай ще изпратите MMS - услуга за мултимедийни съобщения.

➤ Можете да използвате SMS / MMS бюлетин - за популяризиране на вашия продукт/ услуга. Можете да ангажирате клиентите си в интерактивни дейности като игри, състезания и анкети или просто да ги информирате за новините и промоциите. Можете да изградите комуникация чрез SMS / MMS чрез:

TextMagic: <https://www.textmagic.com>

SimpleTexting: <https://simpletexting.com>



*Цените започват от няколко цента на текст.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

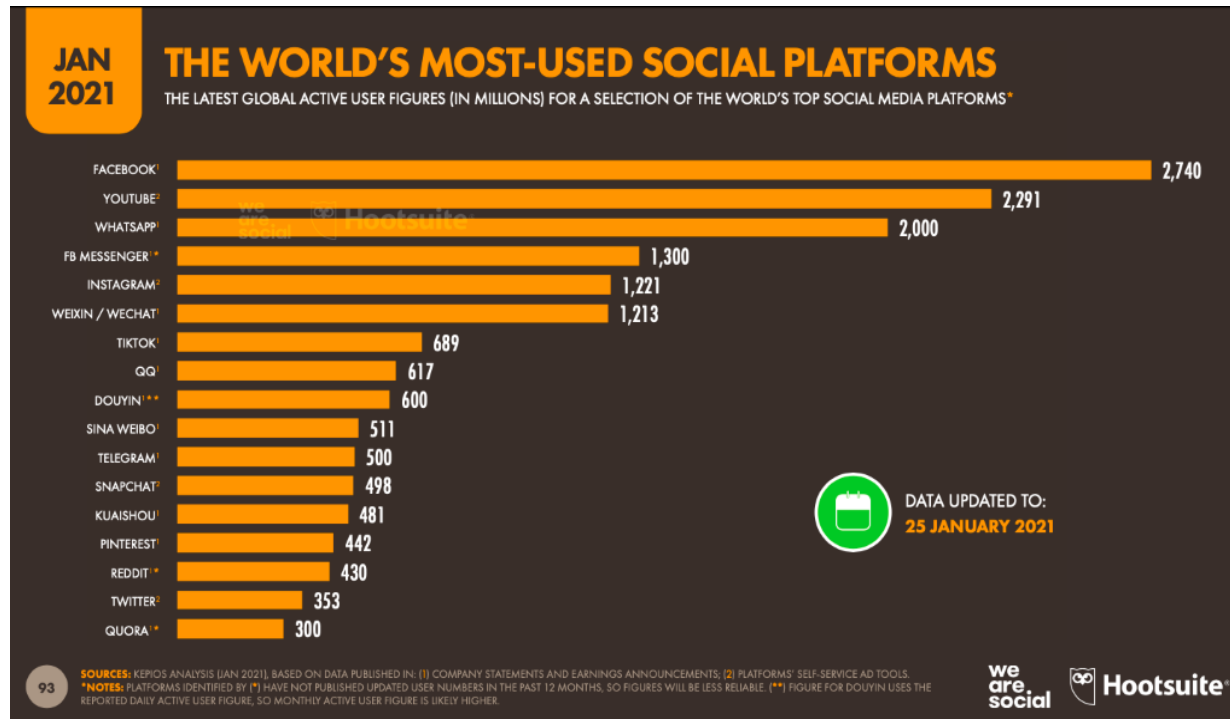


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

„Моментални“ съобщения

Има много различни приложения, които набират популярност в даден период от време или за различни поколения. Според Световния Доклад на Hootsuite и We Are Social, през 2020 г. най-популярни са WhatsApp, Facebook Messenger и WeChat.



Източник: Digital 2021 — Global Report by Hootsuite and We Are Social (<https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends>)



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

„Моментални“ съобщения

Можете да използвате моментални съобщения както при вътрешна, така и при външна комуникация. Чрез вътрешен канал можете лесно и бързо да информирате екипа си за спешни случаи, промени и срещи. От друга страна, можете да създадете вътрешен канал за начин на живот, за да изградите отношения. В този канал членовете на екипа могат да споделят снимки от ваканции, най-добрите рецепти за ябълков пай и да се „срещат“ заедно чрез видеообаждания, за да изпият чаша чай по време на почивка, ако не работят в офиса.

Чрез външен канал можете да осъществявате комуникация с избрани клиенти.

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Социални мрежи

Социални мрежи (Facebook, Instagram, LinkedIn и др.)

Социалните мрежи ви позволяват да създавате и поддържате силна връзка с клиентите си. Преди да започнете, трябва да изберете най-добрия медиен канал и да изградите стратегията, подходяща за вашата аудитория.

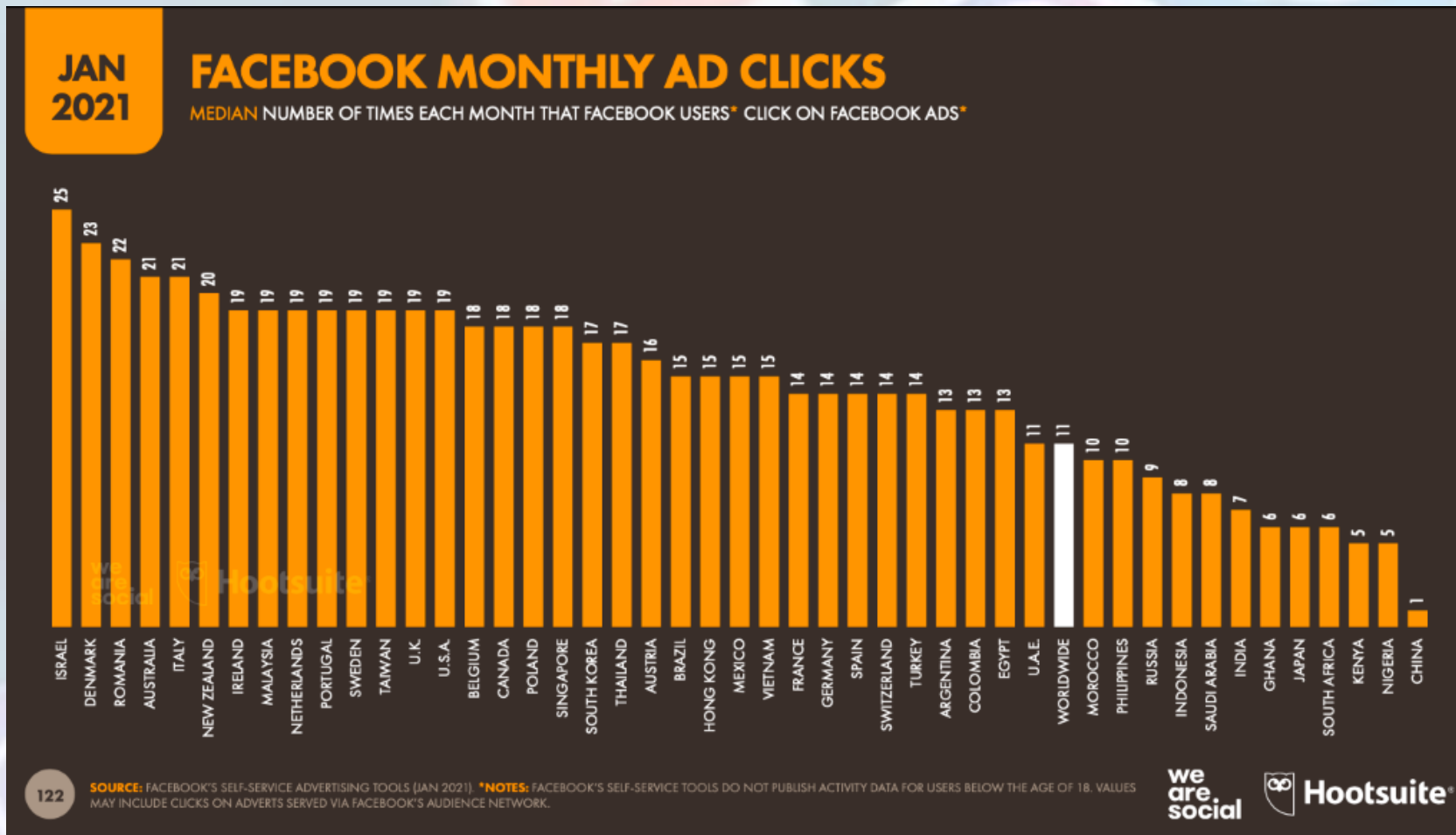
Пример: Световния Доклад на Hootsuite и We Are Social показва, че един Facebook потребител в Дания клика 23 пъти върху Facebook реклами, 21 пъти в Италия, 19 в Португалия, 18 в Белгия и Полша, 15 във Франция, и т.н.

Сравнявайки това със статистическите данни относно възрастта и пола на потребителите, можете да определите дали Facebook е най-добрият вариант във вашата страна, за конкретната аудитория и дали да инвестирате парите си и да популяризирате вашия продукт/ услуга чрез Facebook реклами.

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Социални мрежи

Deep.



Източник: Digital 2021 — Global Report by Hootsuite and We Are Social (<https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends>)

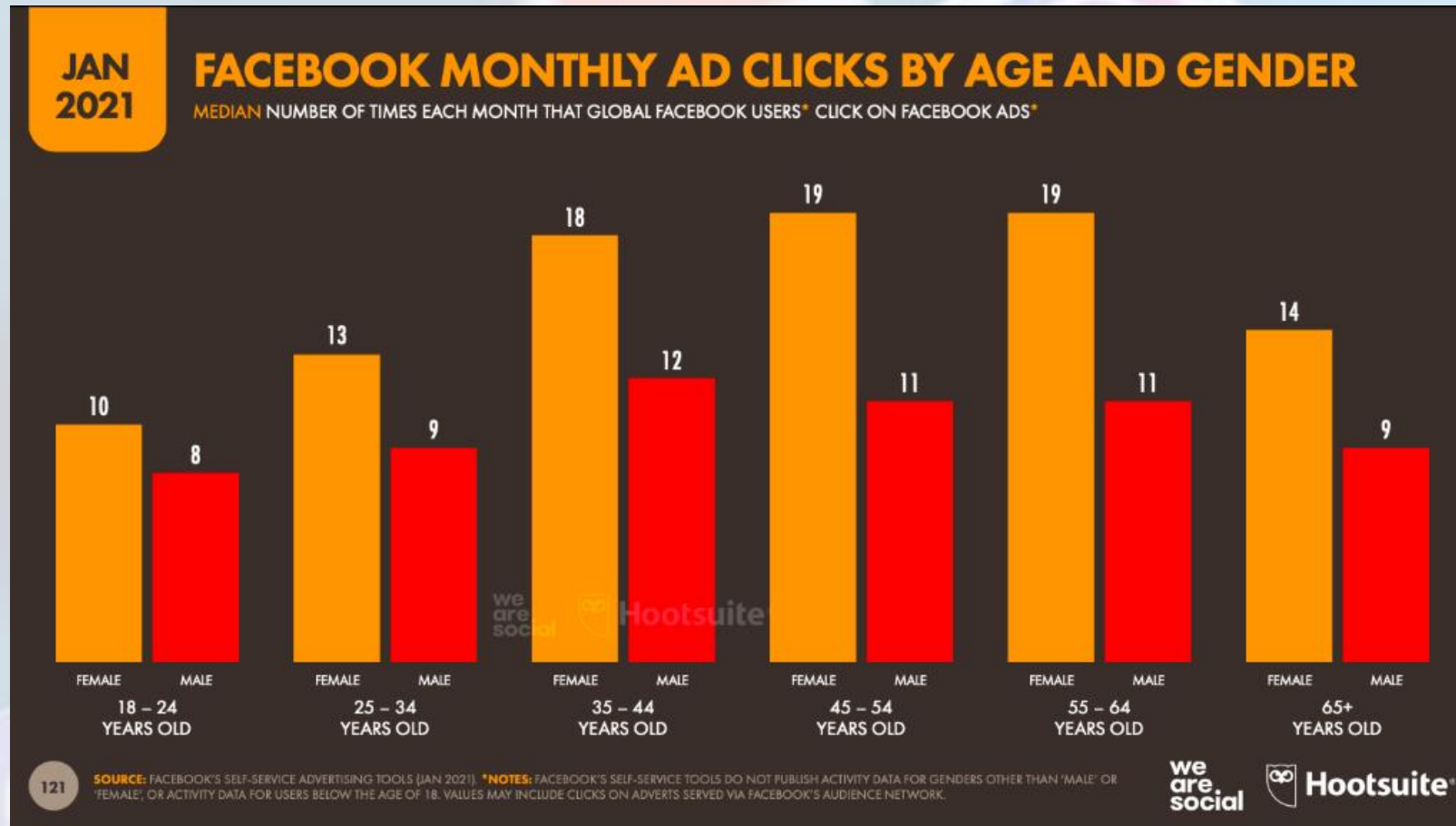
With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Социални мрежи



Източник: Digital 2021 — Global Report by Hootsuite and We Are Social (<https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends>)



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Социални мрежи

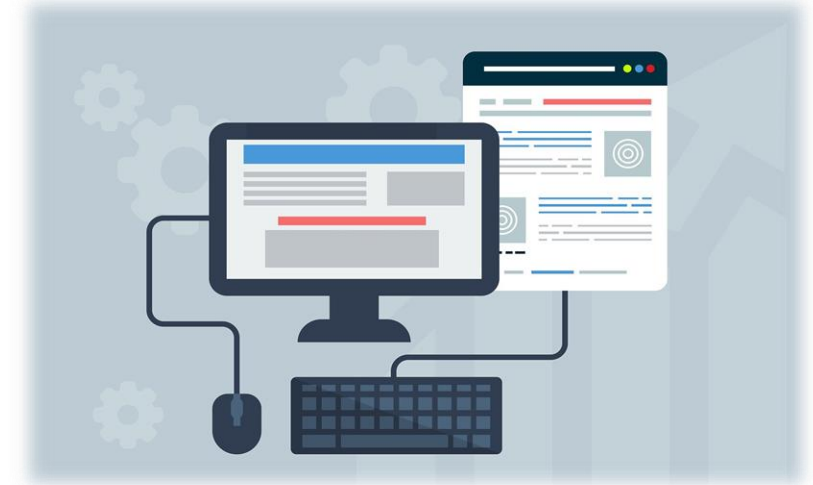
Разбира се, можете (или по-скоро: трябва) да използвате социалните мрежи, за да укрепите пазарната си позиция и да изградите отношения, не само с клиенти, но и с бизнес партньори. Освен това, с помощта на социалните медии, бизнесът може да ангажира своите клиенти в процеса на разработване на нови продукти (Polańska, 2014), да обменя данни и да научи повече за клиентите от наличните статистики (Schivinski and Dabrowski, 2014).

Социалните мрежи правят комуникацията по-лесна и бърза. Можете да предлагате ефективни и незабавни клиентски услуги във Facebook или Instagram, без собствен интерфейс и уебсайт за електронна търговия. Вашите клиенти вече ползват съответните приложения, задават въпроси в очакване на отговори в коментари под публикациите / видеоклиповете / снимките или на лично съобщение (Harvey, 2018).

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Уебсайтът на стартиращото предприятие

- Уебсайтът на компанията може да бъде чудесен канал за изграждане и поддържане на външна комуникация. На уебсайта на компанията клиентите и заинтересованите страни могат да научат повече за нейните дейности и продукти / услуги (Harvey, 2018).
- За да създадете атрактивен, отзивчив и интуитивен уебсайт, трябва да имате опит в сферата или да инвестирате в направата му. Вторият вариант е да бъде създаден през първите месеци, тъй като току-що сте започнали, бизнес капиталът е ограничен и трябва да утвърдите идеята си.
- Затова първо започнете със страница във Facebook, бизнес профил в Instagram или LinkedIn. В социалните медии ще намерите всичко: атрактивен, отзивчив и интуитивен интерфейс, вашата аудитория и статистики.



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

» Телефонни разговори

➤ Най-често разпространеният инструмент за комуникация е телефонното обаждане. Когато правите официален телефонен разговор, първо го планирайте и информирайте събеседника си за основната цел и дневния ред.

Може да следвате следните стъпки:

1. Опишете основната цел в кратко изречение. Можете да добавите допълнителни цели като точки.
2. Подгответе плана на разговора стъпка по стъпка от 2 до 4 точки. Дневният ред трябва да е ясен за вас и вашия събеседник. „Говоренето за най-важните неща“ не е достатъчно ясно. Използвайте ключови думи, разбираеми и за двама ви, които улесняват запазването на темата.
3. Изпратете посоченото по-горе по имейл, чат или друг канал, който вие и вашият събеседник използвате. Тази информация трябва да бъде видима и за двама ви преди и по време на разговора.
4. Подгответе се да водите бележки. Можете да използвате споделени бележки като Google Документи в Google Диск, за да споделяте цялата информация в реално време.
5. Направете обобщения на срещата и подгответе следващите стъпки.

Можете също да проверите безплатни приложения от Google Workspace, които могат да ви помогнат да управлявате всички бизнес разговори, както вътрешни, така и външни: <https://support.google.com/a/users/answer/9283047?hl=en>

Deer.



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Deer.

Видеоконференции

- Конферентният разговор е видео или аудио връзка, осъществена чрез приложение като MS Teams, Slack, Zoom или благодарение на функциите на мобилните устройства (например: Face Time в iOS) и незабавните съобщения. Според проучване на Forbes 80% от мениджърите смятат, че видеоконференциите стават все по-популярни, докато 92% от хората твърдят, че този тип комуникация влияе положително на тяхната ефективност (Ilieva, 2020).
- Някои изследователи вярват, че в бъдеще видео разговорите ще заменят аудио разговорите (Ilieva, 2020). Телефоните изчезват от офис бюрата, защото дискусиите стават все по-динамични благодарение на моменталната/незабавна комуникация. Качеството на интернет е все по-добро, същото важи и за мобилните данни, можете да се обаждате, където и да сте, когато пожелаете. Още повече, можете не само да виждате човека от другата страна, но и да споделяте екран, медии, да предавате на живо и много други.
- Видеообажданията, обаче, са не само по-ангажиращ, но и по-изтощителен начин на комуникация. Като използвате видео връзка постоянно, няма да бъдете по-ефективни в комуникацията си. Оставете видео разговорите за заключителния етап на процеса, след като вече сте написали точно какво и кога трябва да се направи и след аудио разговора, който до голяма степен е по-малко изтощителен.



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Видеоконференции

- Като се има предвид вътрешната дигитална комуникация, Microsoft Teams е най-често използваната платформа, защото е удобна за потребителя и работи с Office 365 и придружаващите го приложения (Excel, Word, SharePoint и др.). Освен това, като се вземат предвид нуждите на потребителите (също нови в онлайн средата) във времена на пандемия, MS Teams непрекъснато се надгражда и променя (прочетете повече на “4 Reasons Why Microsoft Teams Is the Best Collaboration Software for Businesses”, n.d.).
- Друг популярен инструмент за бизнес комуникация е Slack. НАСА, Харвард и Times UK го използват за вътрешна комуникация. Slack - точно като MS Teams - се базира на създаването на екипи и канали, които са основата за протичането на комуникация и сътрудничество. Този инструмент е идеален за стартиращи фирми и малки бизнеси, защото можете да интегрирате и други приложения (напр. Google Drive, Office 365) (Anderson, 2016).



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

Deep.

Videoconferences



Microsoft Teams

Microsoft Teams

- Като се има предвид вътрешната дигитална комуникация, Microsoft Teams е най-често използваната платформа, защото е удобна за потребителя и работи с Office 365 и придружаващите го приложения (Excel, Word, SharePoint и др.). Освен това, като се вземат предвид нуждите на потребителите (също нови в онлайн средата) във времена на пандемия, MS Teams непрекъснато се надгражда и променя (прочетете повече на “4 Reasons Why Microsoft Teams Is the Best Collaboration Software for Businesses”, n.d.).



Slack

- Друг популярен инструмент за бизнес комуникация е Slack. НАСА, Харвард и Times UK го използват за вътрешна комуникация. Slack - точно като MS Teams - се базира на създаването на екипи и канали, които са основата за протичането на комуникация и сътрудничество. Този инструмент е идеален за стартиращи фирми и малки бизнеси, защото можете да интегрирате и други приложения (напр. Google Drive, Office 365) (Anderson, 2016).



1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

1.1.4. Унифицираните комуникации като стандарт

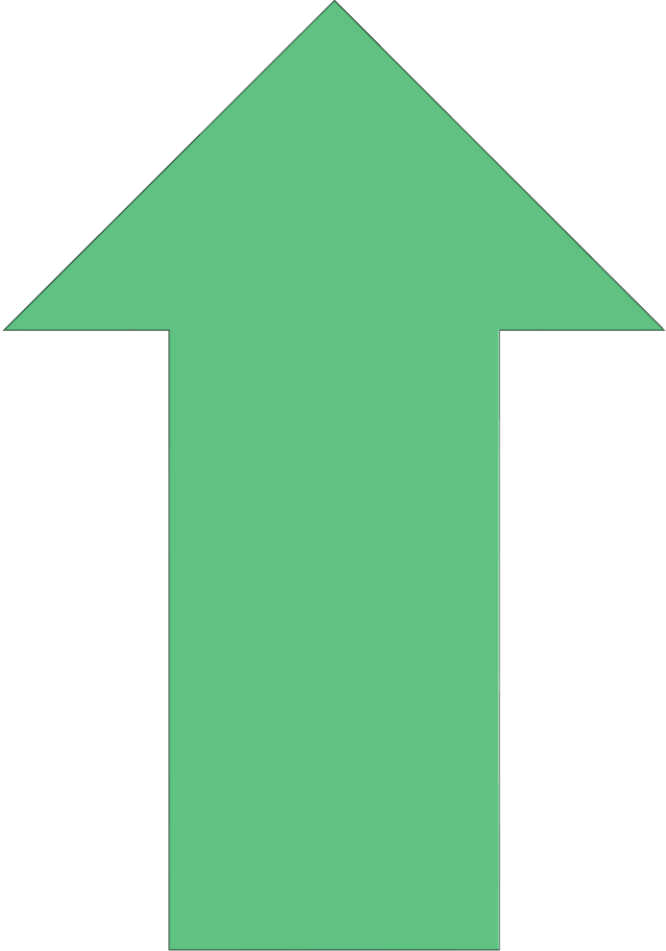
- В наши дни на пазара се предлагат множество форми на комуникация, благодарение на усъвършенстваните приложения и функции на устройствата. Ние можем не само да се чуваме или да пишем SMS-и, но също така да изградим всеобхватна вътрешна или външна комуникация, използвайки незабавни съобщения, канали за социални медии, уебсайтове, приложения за видеоконференции и т.н.
- Трябва да имате предвид, че е съвсем нормално комуникационните тенденции да се създават от потребителите. Така че преди да инвестирате времето и парите си, проверете къде вашите потребители (клиенти или членове на екипа) обикновено прекарват време, за да общуват. Четете изследвания (напр.: ранния Световен Доклад на Hootsuite и We Are Social, който се публикува винаги в началото на февруари), статистики във Facebook и питайте хората.

1.1. Урок 1: Основи на дигиталната комуникация

1.1.4. Унифицираните комуникации като стандарт

- Днес дизайнерите на приложения се стремят да създават системи, толкова универсални, че потребителят да може да намери всички необходими функции на едно място. Въпреки това приобщаването на функции, като писане, обаждане, споделяне на документи и маркетингови дейности, в едно устройство / система, не е толкова лесно и изисква усилия, което доведе до явлението, наречено Обединени комуникации (Unified Communications) (Ilieva, 2020).
- Използването на унифицирани комуникации може да намали разходите и да подобри работата на персонала (Илиева, 2020). Пример за унифицирана комуникационна система, оптимизираща бизнес процесите, е Google Voice. Тя се основава на гласова комуникация и позволява конвертирането на гласова поща в текст, но още предлага записи на разговори и конференции. Друг пример е Microsoft Teams. Той обединява функционалности като видео разговори, конферентна връзка, съобщения и др. (“The Importance of Unified Communications in Business and Marketing”, 2020).

1.2. Урок 2: Предимства и недостатъци на дигиталната комуникация



Предимства: Достъп 24/7

Наличието на интернет почти на всяко място и фактът, че той е достъпен през почти всяко устройство, прави комуникацията по-лесна и бърза от всякога. С други думи, дигиталната комуникация пренебрегва физическата дистанция между бизнеса и клиентите и позволява тяхното 24/7 взаимодействие (“10 Pros and Cons of Online Communication for Business”, 2018).

1.2. Урок 2: Предимства и недостатъци на дигиталната комуникация

Предимства

- » Комуникация от различни устройства
Дигиталната комуникация е по-бърза и ефективна, защото можем да се свързваме помежду си чрез всяко устройство, което има достъп до интернет. Възможността да отговорите на всеки от всяка част на света, като използвате вашите смартфони, прави цифровата комуникация по-полезна от комуникацията лице в лице (“10 Pros and Cons of Online Communication for Business”, 2018).

1.2. Урок 2: Предимства и недостатъци на дигиталната комуникация

Предимства

- » Лесна за документиране и архивиране Дигиталната комуникация е лесна за организиране. Можете да запишете обаждането, да съхранявате всички файлове и дискусии на едно място, за да ги проследявате по-лесно. В рамките на дълги проекти може да е от полза да намерите нещо в историята на чата, да прегледате видеоклипа от срещата, да си припомните нещо и т.н. (“10 Pros and Cons of Online Communication for Business”, 2018).

1.2. Урок 2: Предимства и недостатъци на дигиталната комуникация

Предимства

- » Подобрява качеството на общуването
Дигиталната комуникация подобрява качеството на проведеното сътрудничество. Членовете на екипа и клиентите имат повече време да помислят, преди да отговорят (когато използват имейли, MS Teams, коментари във Facebook, дори незабавни съобщения), отколкото когато говорите лице в лице (“10 Pros and Cons of Online Communication for Business”, 2018).

1.2. Урок 2: Предимства и недостатъци на дигиталната комуникация

Deer.

Недостатъци

Цифровата комуникация се променя бързо, за да бъде по-интуитивна и по-ефективна. Трябва обаче да знаете за някои нейни недостатъци, с които потребителите могат да се сблъскат.

➤ Проблеми с интернет връзката

Без интернет няма дигитална комуникация. Преди да включите събеседника си в аудио или видео разговор, уверете се, че и двамата имате достъп до стабилен и бърз интернет. Също така, в случай на проблеми с връзката, изгответе план Б, напр. телефонно обаждане (“10 Pros and Cons of Online Communication for Business”, 2018).



Недостатъци

» **Липса на личен контакт**

По време на писмена онлайн комуникация не можете да видите израженията на лицето на другия човек, не можете да чуete интонацията на гласа. В резултат на това можете да пропуснете смисъла на съобщението. Може да е по-трудно да се изгради доверие. Можете да разрешите някои от тези проблеми с помощта на аудио и видео разговори (“10 Pros and Cons of Online Communication for Business”, 2018). Не забравяйте обаче, че дигиталната комуникация е вид споразумение между събеседниците, които избират инструмента, честота и тона на съобщенията.

Недостатъци

» Забавяне на отговора

Този недостатък може да бъде изпитан, когато става въпрос за писмена дигитална комуникация. Доста е неприятно, ако трябва да изчакате дни или дори седмици, за да получите отговор на имейл (“10 Pros and Cons of Online Communication for Business”, 2018).

Deer.

1.2. Урок 2: Предимства и недостатъци на дигиталната комуникация

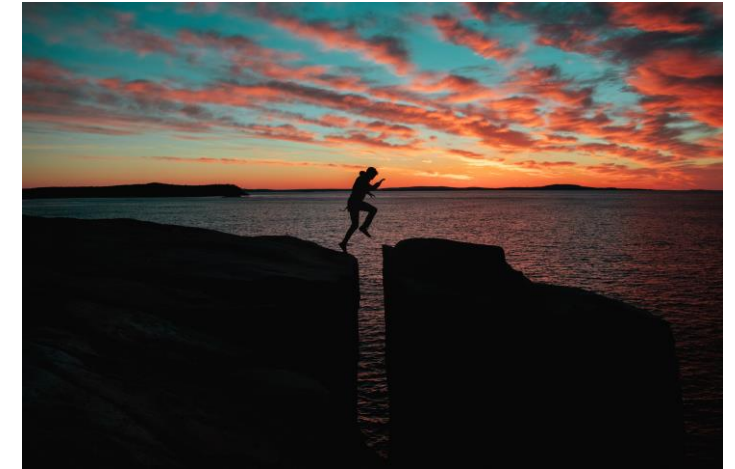
Какви са основните пречки?

Една от основните пречки пред общуващите са техническите проблеми, които могат да бъдат причинени от проблеми със софтуера, хардуера или мрежата. При по-малко оптимистичния сценарий, единият или двамата събеседници може да не са запознати с технологиите. Тогава, ако няма техническа поддръжка, начинаещият на ниво дигитални инструменти може да се чувства неудобно или изгубен (“Advantages and Disadvantages of Video Conferencing”, 2017).

Ако току-що сте започнали да използвате някакво приложение или канал в социалните мрежи, тествайте го с членовете на вашия екип или с приятели, за да сте сигурни, че намирате и разбирате най-важните функции.

Не забравяйте, че някои хора могат да имат затруднения да останат ангажирани и съсредоточени през цялата онлайн среща, особено ако тя отнеме 2 или повече часа. Погрижете се да има почивки на всеки 45 или 60 минути. Уведомете участниците, че тези почивки са, за да отидат до тоалетната, да си направят чай или да излязат на въздух.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

1.2. Урок 2: Предимства и недостатъци на дигиталната комуникация

Deer.

Как можем да се възползваме от цифровата комуникация?

Най-голямата полза от дигиталната комуникация е , че минава отвъд всички граници: времеви, географски, демографски, етнографски и др. Можете да имате срещи навсякъде, по всяко време и с всеки. Въпреки че онлайн срещите са по-кратки, те обикновено са по-ефективни. Пътните разходи са намалени до минимум, когато изберете видео или аудио конференция (“Advantages and Disadvantages of Video Conferencing”, 2017). Най-важното - не е нужно да инвестирате огромна сума в приложения и уебсайтове, тъй като можете да намерите безплатни планове на MS Teams и Slack, безплатна фен страница във Facebook, LinkedIn и Instagram.



1.3. Урок 3: Какво ви е необходимо за ефективна дигитална комуникация?

Третият урок ви предоставя уменията и знанията, необходими за ефективна дигитална комуникация.

1.3.1. Набор от умения

- Тъй като дигитализацията ни позволява да общуваме повече от преди, трябва да се научим как да предаваме информация ефективно и ясно. Днес в (пост) пандемичната реалност, компании от цял свят си сътрудничат с професионалисти в областта на дигиталните умения, за да подобрят вътрешната комуникация. Твърдите и меки дигитални умения на целия екип са от решаващо значение.
- Твърдите умения засягат техническите знания, а меките умения се отнасят до личните характеристики (“Hard Skills vs. Soft Skills”, 2020).



1.3.Урок 3: Какво ви е необходимо за ефективна дигитална комуникация?

» Твърди умения

- Трудните умения могат да се нарекат практически умения. В областта на дигиталната комуникация те разглеждат компетенции като ефективно използване на социални мрежи (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram и др.), Как да използвате софтуер за редактиране, видеоконференции и др. Най-важното е, че този тип умения могат да бъдат научени / придобити с малко практика (French, n.d.).

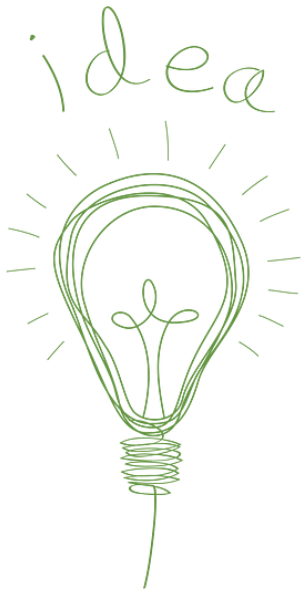


1.3. Урок 3: Какво ви е необходимо за ефективна дигитална комуникация?

» Меки умения

Този тип умения са по-комплексни, тъй като се отнасят до личните характеристики на хората (French, n.d.). По-долу са изброени някои меки умения, които могат да бъдат от полза за успешно дигитално общуване (Doyle, 2019):

- Гъвкавостта е изключително важна за общуващите чрез дигитални канали, защото този тип комуникация изисква адаптивност към промени (Doyle, 2019).
- Ученето през целия живот е друго меко умение, което онлайн комуникацията изисква. Всъщност ангажиментът за учене през целия живот е важен, тъй като в тази област промените са бързи и постоянни, и следователно трябва винаги да сте готови да се научите (Doyle, 2019).
- Любопитството и желанието да придобиете знания за хората и каналите на дигитална комуникация са това, което отличава най-добрите в тази област (Doyle, 2019).



1.3. Урок 3: Какво ви е необходимо за ефективна дигитална комуникация?

1.3.2. Необходими знания

Качеството на вашето писане е изключително важно. Вашият стил на писане е доставчик на съдържание. Разбира се, то трябва да зависи от аудиторията, към която насочвате съобщението (Samuels, 2019).

» Писане

Качеството на вашето писане е изключително важно и е важна част от съдържанието, което предоставяме. Освен това начинът, по който пишем, зависи от аудиторията, към която е насочено съобщението. Затова трябва да се стремим текстовете да бъдат структурирани ясно и логично (Samuels, 2019).

» Управление на знанието

Знанието се развива не само с помощта на технологичните постижения, изследвания и идеи, но и с нарастващия брой източници на информация, които се различават по отношение на надеждността. Следователно е изключително важно да бъдете добри в управлението на знанието, което се характеризира с идентифициране, анализ и разпространение на информация (Bates, 2019).

» Социални мрежи

Без социалните мрежи няма как да създадете бизнес. Facebook, LinkedIn и Instagram се променят всеки ден. За да наблюдавате актуализациите, трябва да сте активен потребител, не само като предприемач, но и като последовател на други бизнеси (Bates, 2019).

» Технологиите

Не само IT специалистите, трябва да познават новите технологии. През XXI век приложенията и онлайн инструментите са почти навсякъде. Без значение къде работите и какво правите, трябва да се чувствате удобно да работите с дигитални инструменти (Harmon, n.d.).

1.3.Урок 3: Какво ви е необходимо за ефективна дигитална комуникация?

Deer.

1.3.3. Как дигиталната комуникация се влияе от пандемията причинена от Covid-19?

» Пандемията от COVID-19, която се появи в началото на 2020 г., ускори дигиталната трансформация на света. Социалното дистанциране изцяло трансформира ежедневието ни, стратегиите за дигитална комуникация и начина, по който функционират бизнесите.



» Действията, предприети за спиране на разпространението на вируса, тестваха степента, до която операторите и ОТТ (Over-The-Top) комуникационните услуги могат да внедрят иновации и да се адаптират към трансформиращата се среда. През 2020 г. повечето клиенти преминаха изцяло към дигитална комуникация. В резултат на това онлайн трафикът се увеличи значително.



1.3.Урок 3: Какво ви е необходимо за ефективна дигитална комуникация?

Deer.

Как дигиталната комуникация се влияе от пандемията причинена от Covid-19?

Много доставчици са облекчили ограниченията в безплатните услуги. Например, Zoom премахна лимита си от четиридесет минути, Google Duo увеличи броя на хората, които могат да участват в групово обаждане от 8 на 12, Viber удвои броя на потребителите, които могат да участват в групово обаждане от 10 на 20, и др. (Sinibaldi, 2020).

Освен това, разработчиците на приложения и инструменти започнаха да улесняват използването на своите продукти и услуги. Тъй като има нов профил на клиента, онлайн начинаещ потребител, дигиталната комуникация трябва да бъде по-интуитивна от всякога.



1.4. Урок 4: В каква степен е важно да създаваме и поддържаме мрежа от контакти в дигитална среда.

Ефективната работа в мрежа ни позволява да установим връзки с други хора, които могат да са от голямо значение за нашето лично и професионално развитие. От друга страна, мрежите от контакти в цифрова среда се оказаха още по-полезни, тъй като дигитализацията ни дава възможност да разкрием, подкрепим и контролираме взаимоотношенията, които създават възможности.

Всъщност, тъй като днес социалната среда стана дигитална, ние имаме шанса да създаваме и поддържаме мрежи по целия свят. Ограниченията за контактите лице в лице не съществуват и при промяна на нашето местоположение ни не прекратяваме отношенията си, тъй като можем да комуникираме дистанционно с помощта на дигитални средства.



Deep.

1.4. Урок 4: В каква степен е важно да създаваме и поддържаме мрежа от контакти в дигитална среда.

Освен това, ние сме не само по-гъвкави, но също така можем да повишим разнообразието в нашите мрежи, като общуваме с хора от различни части на света. Имайки шанса да се свържем с хора, които идват от различни страни, култури и имат различен произход, можем да видим света от друга по-глобална перспектива.

Освен това, тъй като значението на социалните мрежи нараства с бързи темпове, хората, които не се възползват от цифровата комуникация, рискуват да останат изолирани (Donnelly, 2017).



1.4. Урок 4: В каква степен е важно да създаваме и поддържаме мрежа от контакти в дигитална среда.

В момента компаниите управляват бизнесите и служителите си онлайн. Преди пандемията много фирми са стартирали или са започнали да прилагат нови дигитални стратегии. По време на кризата, която се появи през последните месеци, бизнесите, започнали дигитален преход, успяха да се адаптират към променящата се среда.

Това, което стана очевидно, е, че комуникацията и сътрудничеството в рамките на организациите трябва да се развиват постоянно и да се приспособяват към външната среда (Donnelly, 2017).





Deep.

Deep.

БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО!

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union