



HANGİ ZAMAN DOĞRU ZAMAN

Doğru iletişim kurmanın kritik noktalarından biri, doğru zamanlama... Dış bir göz için zamanlama iletişim mesajının gönderi zamanı olabilir. İçten bir göz için mesajın karşı tarafa ulaştığı an kadar, ulaşana kadar geçirdiği zamanlamadır. Özetle iletişimin süreçleri... Deneyimim, iletişimin başarısını etkileyen faktörlerin bir tanesi içeriğin kalitesi diğeri de bu kaliteyi yakalamak için geçirilecek süreçler olduğunu gösteriyor.

Olası bir zamanlama hatasından söz edecek olduğumuzda, ya fiili zamanlamada ya da tanım-algıda yaşanır.

Yaprak Özer İndeks İçerik İletişim Danışmanlık CEO

Fiili zamanlamadan ne anlamalıyız; erken konuşursanız, bir çuval inciri berbat edebilirsiniz, geç kalırsanız çözümsüzlüğün içine dalabilirsiniz. Zamanında önce ortaya yeni bir fikirle çıkarsanız, ölü doğum yapabilirsiniz... zamanından sonra ortaya yeni bir söylemle çıkarsanız, atı alan Üsküdar'ı geçmiş olabilir...

İletişim kuralım dediğiniz zaman iletişim kurmak mümkün değil. İletişimi, "girişmek" tadında yaptığınızda, payınıza düşenle mutlu olmanız gerekir. Ters, payınızın içeriğini ve yapısını yönetmeniz demektir.

Zamanlamanın tanımı ve algısı dediğimizde ise iletişimin farkı, kalitesi, önceliği, anafikri ve yapısı olmalı. Bu kritik süreç, iletişimin öncesi diye tanımladığım, çoğunlukla küçümsenen ve hiç bir hazırlık yapılmadan geçilebileceği sanılan kısımdır. Bu nedenle "girişmek" iletişim değil, diyorum.

İletişim her ne kanalla yapılacak olursa olsun 3 aşamada ilerler. Öncesi, sırası ve sonrası. Hangi iletişimi yaparsanız yapın gafil avlanmayın. Ön hazırlık yapın. Ödev yapmadan yatmayın, iletişimde kimseye yüzde yüz güvenmeyin, iletişime sahip çıkın ve önemseyin.

Ön hazırlık; araştırma yapmak, fikir geliştirmek, rakip değerlendirmesi yapmak, pozisyon ve fırsat analizi çıkarmak gibi çabaları gerektirir. Ön hazırlığı, damıtma süreci izler. Fikirler imbiçten geçer. Söylem haline gelebilir, bir tasarıma dönüşebilir, resim ya da fotoğraf seçenekleri haline inebilir... Ön hazırlıkta kritik süreçlerden biri karar aşamasıdır. Karar vericinin karar verebilmesi için fikri satın alınması gerekir.

Karar verici nasıl satın alır? Daha doğru soru, "Neyi, nasıl satın almalıdır?" olmalı... Karar verici ne tür sorular sormalı; Neden bu işi/projeyi yapıyoruz? Yapmasak ne olur? Yaparsak ne söylemeliyiz? Yaparsak ne dememeliyiz? Başkaları neler söylemiş? Bu çalışmayı kimin için yapıyorum?... Bu çalışmadan ne/ler sağlayacağım?...

Karar aşamasında tavsiye; mümkünse çok fazla baş ya da ses olmamalıdır, masanın etrafında tercihan doğru karar vericilerin olmasına gayret edilmelidir. Karar verilmişin karar vericisi olmamalıdır. Danışma süreci, karar verildikten sonra işletilmemelidir, danışma çabası karar öncesi süreçte sonlanmalıdır.

Karar anında soruları ortadan kaldıracak olan fikir, egzersiz, ön çalışma; mümkünse hedef odaklı masanın üzerine konulur. Çok seçenek koyarsanız karar verilemez. Doğru seçenekleri sunmanızda fayda var.

Toplantının “kararımsı” bir sonuçla kapanmasında fayda vardır, yoksa total zaman kaybı yaşanır. Toplantı süresince ortaya dökülen fikirlerden hangilerinin deneneceği belirlenir ve kollar sıvanır. Tercihan bir sonraki adım tarih ve beklenti olarak ortaya konmalıdır.

Uygulamalar yeniden sunulduğunda, iyi bir açıklama yapılmış ise kendinizi ifade edebilmiş iseniz ki, her zaman söyledikleriniz anlaşılabilir, size sunulacak olan çalışmalar birbirini tamamlayan ya da gerçekten arada seçim yapması kolay olacak kadar farklı çalışmalar olmalıdır.

Çalışma seçimi yapılırken artık hedefe yüzmekten başka çare yoktur.

Yukarıda özetleyerek aktarmaya çalıştığım “ön çalışma” sürecidir. “Sırası” ve “sonrası” ise başka yazıların konusu... Bir işe ne kadar yoğunlaşırsanız, ne istediğinizi daha iyi tanımlarsınız, ne istemediğinizi çok iyi tarif edersiniz, böylece daha az hayal kırıklığı yaşarsınız. İletişim paylaşımıdır, fikirler bir gecede vahiy yoluyla inmiyor.

Faaliyet raporu mevsimine daha çok var diye düşünenler için bir hatırlatma notu olarak yazdığım bu yazıya dudak bükmeden ve “...daha 2012’yi nasıl kapatacağımız belli değil...” diye mırıldanmadan önce, soruyorum:

1. Yılı nasıl geçirdiğiniz son çeyrek verilerinizle mi şekillenecek?
2. İlk 9 aydaki performansınız, yerel ve küresel ekonomiyi 9 ay boyunca yorumladığınız hareket, söylem ve davranışlarınızı nasıl unutursunuz? Söylediklerinizi yapmadığınızı, yaptıklarınızı söylemediğinizi anlamalıyız?
3. Kurumun 2012 yılı temasını belirlemek için neden 31 Aralık’ı bekliyorsunuz? Düşünmeyi bekletmek mümkün olabilir mi? Ön hazırlığın kime ne zararı olabilir?

Genel kurulların önemli bir bölümünün şubat – mart aralığında, ikinci dalganın nisan- mayıs diliminde yapılması gerektiği düşünülecek olursa, kolları sıvamanın zamanı sonbaharla birlikte kendini hissettirmelidir. Türk usulü, “dün bitmeliydi” yerine yarına sistemli ve soğuk kanlı hazırlanmalı.

Hangi zaman doğru zaman? İletişimde kontak kapatamıyoruz. 7/24 düşünüp, kurgulamak gerekiyor. İyi işler, masal tadında anlatıldığı gibi, bir gün ya da bir anda değil, yaratıcı beyinlerin uzun zaman çalışması sonucu ortaya çıkıyor..

Haydi dostlar düşünmeye ve plan yapmaya davet ediyorum sizi, bu yıl son ana sıkışmış, bitse de kurtulsak dediğimiz faaliyet raporlarına imza atmayalım.

O zaman, bu zaman!