

직업기초 의사소통

오늘 공부할 내용

제3부 경청과 표현의 실습

1. 대화

2. 면접

3. 프레젠테이션

4. 업무회의

5. 상담

4. 업무회의

(가) 업무회의의 개념과 의의

개념

해당 조직(부서)의 업무와 관련한 현황 확인 및 보고, 신규 업무 추진을 위한 아이디어 도출을 목적으로 하는 공적 말하기의 하위 유형.

목적

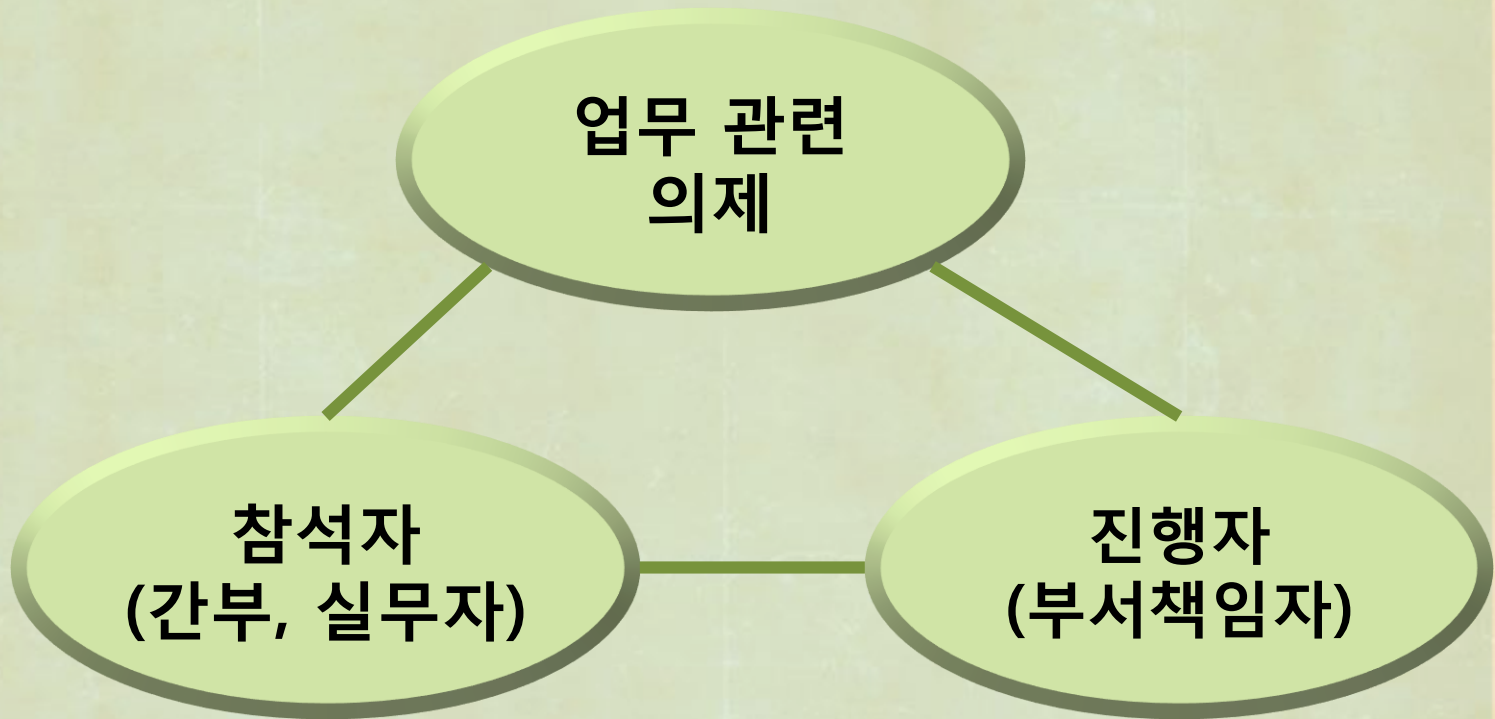
1. 해당 조직 내 업무 추진의 필요성 이해, 방향성 공유
2. 실무자와 관리자 사이의 유기적 의사소통을 통한 업무 효율 증대

의의

업무 관련 사안에 대하여 조직 구성원들이 서로의 의견을 제시함으로써 최선의 해결 방안을 찾고 역할을 분담하는 집단적 의사소통.

4. 업무회의

(나) 업무회의의 요건과 구성원



4. 업무회의

(다) 업무회의의 유의 사항

회의의 조직 및 역할을 명확히 하라

◆ 구성원 : 회의 진행자(해당 조직의 최고위 직급), 간부 사원, 일반 사원.

◆ 회의 진행자의 역할

- 1) 지난 회의의 업무 진행 현황 확인
- 2) 회의 의제 제시, 발언 및 발제의 지명
- 3) 의견 조율, 의사 결정 및 업무 배분

◆ 실무 간부

- 1) 차장, 과장급 - 핵심 업무의 전반적 현황 보고, 계획 제시
- 2) 대리급 - 세부 업무의 실무 차원 현황 보고 및 세부 계획

4. 업무회의

(다) 업무회의의 유의 사항

회의의 **조직**을 명확히 하라

◆ 사원

- 1) 고참 사원 – 지시에 따른 세부 업무 진행 상황 보고
- 2) 신입 사원(막내 사원)
 - (1) 회의 준비
 - 회의 장소 섭외, 회의 자료 복사 및 배분
 - 다과 준비(참석자 직급 및 취향 고려), 회의록 작성 준비
 - (2) 회의 과정 기록 및 녹취
 - (3) 회의록 및 보고서 작성
 - (4) 업무 지시 수령 및 진행 상황 보고

4. 업무회의

회의의 성격에 대해 고민하라

◆ 현황 보고 회의 vs. 아이디어 도출 회의

◆ 현황 보고 회의

- 1) 회의 필수성 고려 - 대면 보고, 서면 보고, 전산 보고 대치 가능 여부
- 2) 해당 업무에 대한 조직 전체적 파악 및 점검 필요성이 있어야 함

◆ 아이디어 도출 회의

- 1) 회사(또는 단체)의 업무 관련 마스터플랜과 연계
- 2) 핵심 줄기, 세부 추진 방법 관련 아이디어의 분리 필요
- 3) 자유로운 의견 제시 및 토의 유도 필요
- 4) 아이디어의 실현 가능성 및 타산성 점검 병행 필요

4. 업무회의

회의의 양적 가치를 명확히 하라

◆ 회의의 시간 요소 설정

- 1) 개최 시간 설정 – 출근 직후, 오전, 오후 등
- 2) 개최 주기 설정 – 일간, 주간, 월간, 비정기 회의 등
- 3) 회의 소요 시간
 - 최대 **1시간**을 넘지 않도록 할 것
 - 회의 구성원들의 집중력, 회의에 대한 태도 결정에 중요

◆ 회의의 금전적 가치 인식

- 1) 특히 회의에 투입되는 '**비용**' 측면에 주목 – 인건비, 자원 등
- 2) 회의의 목적, 효용성에 대한 회의 참석자의 의식에 영향을 줌

4. 업무회의

회의는 모두가 참여하고, 그 날의 문제는 그 날 끝내라.

◆ 회의는 모두가 적극적으로 참여하는 공적 말하기임을 명심

1) '잉여자'의 존재는 업무회의의 내실에 중대한 악영향을 미침

– 시선 집중, 잡동작(펜 돌리기 등) 금지, 메모 정리

2) 회의 집중도 및 태도에 대한 진행자의 관리 필요

– 발언 지명 및 질의, 회의 태도 지적 및 인사 처리(징계 등) 고려

◆ 회의 의제는 반드시 완결해야 함

1) 의제와 무관한 논의 금지

2) 피해야 할 발화 유형

– “이 문제는 다음으로 미루시다.”

– “아마도 그럴 것입니다.”

4. 업무회의

회의의 진행 및 결과를 기록으로 남겨라

◆ 회의록의 필요성

- 1) 회의 의제의 적절성, 회의 과정의 정당성, 결과 도출의 타당성 확인
- 2) 업무 결과의 점검 및 피드백 과정에서 가장 중요한 자료가 됨

◆ 업무회의 결과 보고서 작성

- 1) 회사(단체) 차원의 경영 관련 중요 기록물
- 2) 업무 진행의 점검, 진행 과정의 지속적 확인에 필요한 원천 자료
- 3) 경영진, 관리자 차원의 관심 및 관리 필요

학습활동

- 1.조를 구성하고 사회자를 선발하여 다음의 주제를 가지고 토의해 보자.

※주제 : 수업 참여도를 높일 수 있는 방안

2. 조별 토의 과정과 참석자들의 태도를 평가해 보자.
3. 토의 과정에서 문제점이나 고쳐야 할 부분이 있다면 간략하게 적어보고 조별로 의견을 공유해 보자.

4. 업무회의 - 표결 회의

(가) 표결 회의의 개념

- ◆ 특정 문제에 대하여 여러 사람이 의견을 주고받은 후 **참가자 표결**에 의해 의사를 결정 ⇒ 집단적, 협동적 말하기 유형.
- ◆ 개인의 목적보다는 집단의 목적을 달성하기 위한 것.
- ◆ 일반적으로 '회의'라고 하면 대개 이러한 형식의 회의를 가리킴
- ◆ 대표적 유형
 - 1) 사내(또는 단체 내) - 주주총회, 이사진 회의 등
 - 2) 사외(또는 단체 외) - 상공회의소 회의 등

4. 업무회의 - 표결 회의

일반 업무회의와 표결 회의의 차이

결론 도출 방식

논리적으로 옳은 방향으로 결론 유도

다수결의 절차를 통해 결론 도출

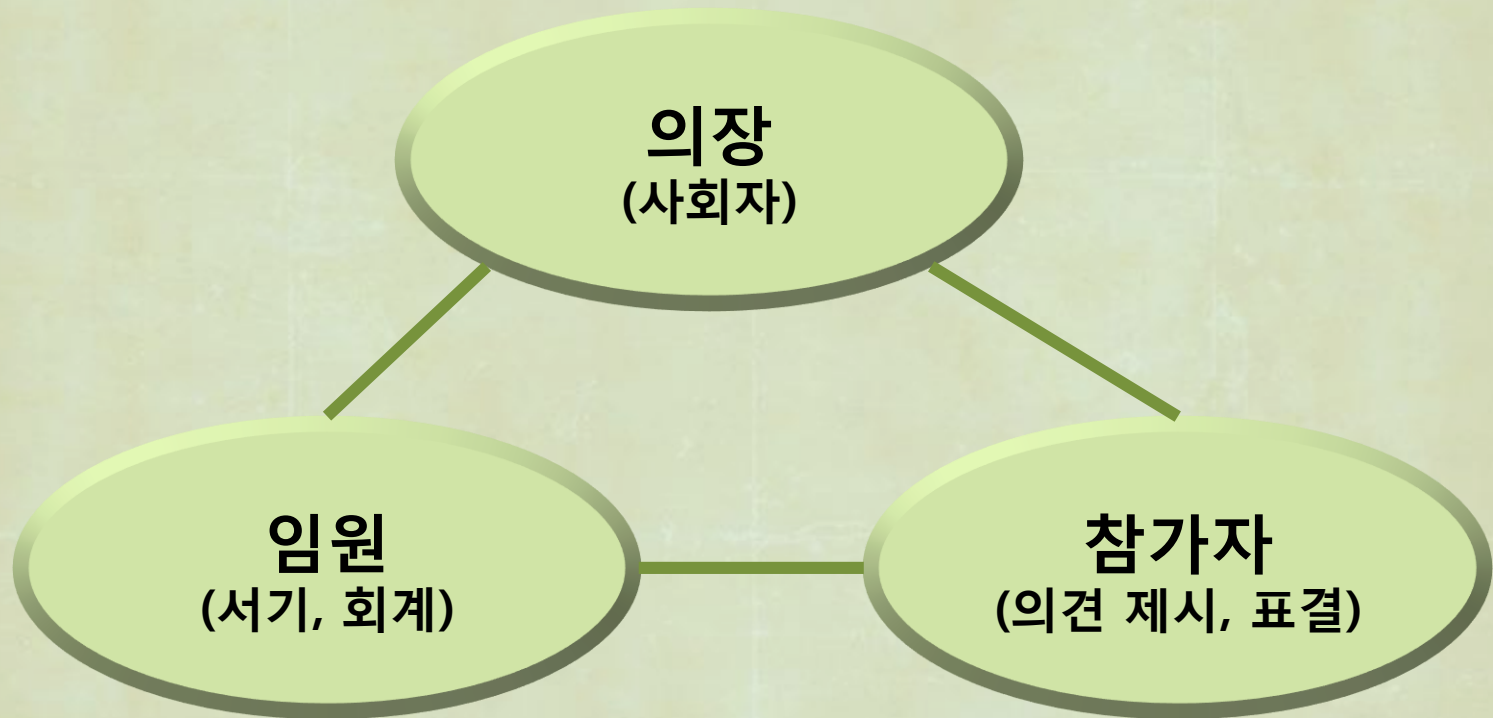
개최 주기

해당 부서(조직) 내부 인원들 사이의
유기적 스케줄 조정 가능

긴급한 상황이 아니면
정기적으로 개최하는 것을 원칙으로 함

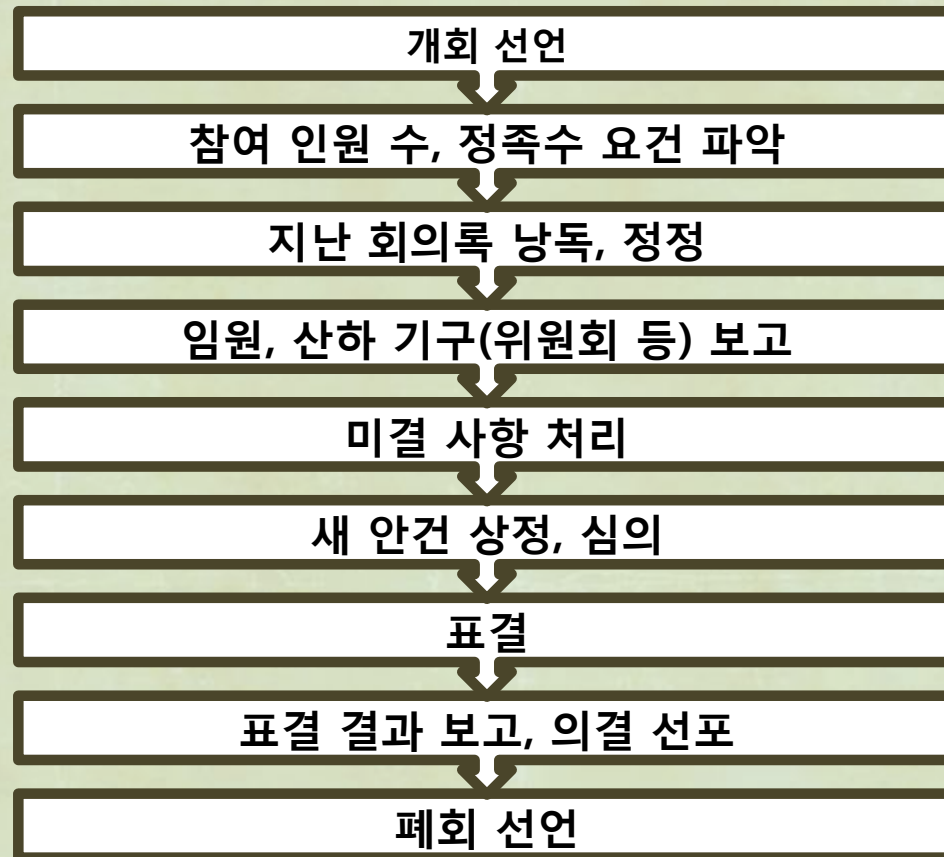
4. 업무회의 - 표결 회의

(나) 표결 회의의 요건과 구성원



4. 업무회의 - 표결 회의

(다) 표결 회의의 절차와 진행



학습활동

- 1.조를 구성하고 의장을 선출하여 다음의 안건을 가지고 회의를 진행해 보자.

※안건 : 학생 복지 개선 방안

2. 조별 회의 과정과 참석자들의 태도를 평가해 보자.
3. 회의 과정에서 문제점이나 고쳐야 할 부분이 있다면 간략하게 적어보고 조별로 의견을 공유해 보자.

5. 상담

(가) 상담(商談)의 개념

- ◆ 상업성 거래를 위하여 나누는 대화나 협의
⇒ 문제를 해결하거나 궁금증을 해결하기 위해 의논하는 상담(相談)과는 다름.
- ◆ 판매원이 고객을 상대하여 그 고객이 물건을 사도록 하는 설득적 말하기

(나) 상담(商談)의 절차

흥미유발 ⇒ 욕구자극 ⇒ 제품이해 ⇒ 신용획득 ⇒ 구매결정

5. 상담

(다) 상담(商談)의 방법

접근

- ◆ 고객과의 감정적, 감성적 공감대 형성 단계
- ◆ 고객과의 심리적 거리를 좁히는 것이 중요

상품설명

- ◆ 구체적인 전문지식을 동원 ⇒ 고객의 신뢰도 상승과 연계
- ◆ 고객의 구매 욕구 유발 ⇒ 상품의 효용성, 특징을 간결하고 이해하기 쉽게 설명
- ◆ 반복 설명 ⇒ 상품의 핵심 사항 및 장점, 효용성 중심
- ◆ 고객의 지속적 흥미 유지 ⇒ 상담 과정 지속, 고객 참여 유지와 직결

5. 상담

상담본론

- ◆ 고객 거절 ⇒ 거절의 이유를 재빨리 파악, 여유를 가지고 고객을 설득.
- ◆ 관련 화법 구사 ⇒ 질문법, 인용법, 긍정법, 역전법, 자료 전환법, 부정법, 조건 양보법 등을 통해 고객의 거부감 혹은 긴장을 완화.

- 질문법: 고객의 반대 의견에 대한 질문.
- 인용법: 다른 고객의 사례를 설명하여 설득.
- 긍정법: 반대를 긍정한 후 설득.
- 역전법: 고객의 반대 이유를 역으로 상대의 권유 이유로 사용.
- 자료 전환법: 고객의 반대에 대한 자료를 보여 줌.
- 부정법: 반대에 대한 부정.
- 조건 양보법: 자신이 낮출 수 있는 범위 안에서 판매 가격과 거래 조건을 양보.

5. 상담

체결

- ◆ 접근에서부터 판매조건까지 합의가 이루어지면, 기회를 보아 고객이 구매결정에 나서도록 유도.
- ◆ 고객이 스스로의 의사로 계약을 결정했다고 믿게 하는 것이 중요.



학습활동

1. 다음의 상황을 보고 판매원 L씨의 상담 내용을 평가해보자.

<사례1> 판매원 L씨의 휴대폰 판매

L씨: 어서오세요. 무엇을 도와드릴까요?

고객: 휴대폰을 좀 보려고 하는데요. 요즘 최신 폰이 어떤 것인가요?

L씨: 요즘 최신 폰은 A사의 제품과 S사의 제품이 있습니다.

고객: 이 두 가지 제품의 차이가 무엇인가요?

L씨: A사와 S사 제품의 가장 큰 차이는 운영체제가 다르다는 것인데요. A사는 자체 개발한 ISO 8을 운영체제로 사용하고 있고 S사는 안드로이드 기반의 운영 체제를 사용하고 있습니다. 그래서 A사의 제품은 운영체제의 안정성이나 애플리케이션의 최적화에 뛰어나지만, 범용성에서는 떨어집니다. 반면에 S사의 경우는 애플리케이션의 최적화가 A사보다 떨어지지만,

범용성 면에서는 A사보다 뛰어납니다. 자세한 것은 제품 사양을 참고하시면 됩니다.

고객: 제가 전자기계와 친하지 않아서 그런데 쉽게 설명해 주시면 안 될까요?

L씨: 네. 그러니까 A사 제품은 카메라에 iSight 기능이 있으며, 배터리가 내장 리튬 배터리이고 지문 인식기능과...

고객: 그러면 가격 차이는 어떻게 되나요.

L씨: 두 제품의 경우 가격차이는 많이 나지 않습니다.

고객: 네. 알겠습니다. 다음에 다시 오도록 하죠.

L씨: 네. 그러세요.

학습활동

3. 다음 세 가지 상황에서 자신이 다음과 같은 상황에 처해 있다면 어떻게 의사표현을 했을지 상상해 보고 발표해 보자.

<제품의 기능을 설명하는 상황> 휴대폰 판매원 L씨는 휴대폰의 기능을 설명하는 상황에서 고객이 무엇을 원하는지 파악하고, 새로운 정보를 제공하며 이를 입증할 만한 새로운 자료를 미리 준비하여 설명한다.

<새로운 제품에 대한 호기심이 있는 고객, 적대심이 있는 고객 응대 상황> L씨는 새로운 제품에 호기심이 있는 고객에게는 고객이 새로운 제품을 선택해야 한다고 강조한 후, 그에 대한 이유와 논거를 설명한다. 반면에 적대심이 있는 고객에게는 다양한 상황과 이유 및 논거를 설명한 후, 이러하기 때문에 이 제품이 꼭 고객에게 필요하다고 설명한다.

<고객이 실수하여 제품이 손상된 상황> L씨는 감정이입을 해서 고객의 입장을 자신의 입장처럼 생각하고 걱정해준다. 실수를 탓하기 전에, 자신도 그 상황에서는 그럴 수밖에 없었을 거라고 위로를 하고, 그 이후에 문제해결을 한다.