

**UỶ BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐỒNG THÁP
TRƯỜNG CAO ĐẲNG NGHỀ ĐỒNG THÁP**



GIÁO TRÌNH

**GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH
NGÀNH QUẢN TRỊ BÁN HÀNG
TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG**

*(Ban hành kèm theo Quyết định Số: /QĐ-CD-ĐT ngày tháng năm 2017
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng nghề Đồng Tháp)*

Đồng Tháp, năm 2017

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

TaiLieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Giao tiếp trước hết là nhu cầu quan trọng của con người. Nó là khái niệm dùng để chỉ những hành vi và quá trình được con người tiến hành với mục đích trao đổi thông tin với nhau, nhận thức, đánh giá và tác động qua lại lẫn nhau. Con người có thể giao tiếp, trong đó có giao tiếp trong bán hàng, dưới các hình thức sau: Ngôn ngữ: giao tiếp dưới dạng lời nói, chữ viết. Phi ngôn ngữ: giao tiếp bằng các cử chỉ ngôn ngữ như nét mặt, cử chỉ, trang phục, ngôn ngữ cơ thể ...

Nhìn chung, giao tiếp trong bán hàng là sử dụng các hình thức ngôn ngữ và phi ngôn ngữ nhằm tạo dựng các mối liên hệ, tương tác trong các hoạt động kinh doanh và quản trị. Trong công việc, một nhân viên bán hàng giỏi là người nắm trong tay kỹ năng giao tiếp điêu luyện. Khi muốn tìm việc làm nhân viên bán hàng thành công bạn hãy thể hiện ngay kỹ năng này trong vòng phỏng vấn để nhà tuyển dụng thấy được những tố chất mà bạn có.

Nội dung giáo trình gồm 3 chương, cuối mỗi chương có câu hỏi ôn tập và phần bài tập ngắn để người học thực hành và áp dụng những kiến thức đã học.

- Chương 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ GIAO TIẾP
- Chương 2: MỘT SỐ KỸ NĂNG GIAO TIẾP
- Chương 3: VẬN DỤNG KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG TÌM KIẾM VIỆC LÀM VÀ TẠI NƠI LÀM VIỆC

Giáo trình kỹ năng giao tiếp là sản phẩm quá trình làm việc nghiêm túc và kết hợp sự kế thừa, tiếp thu, tham khảo nhiều tài liệu khác nhau, cùng với kinh nghiệm giảng dạy nhiều năm, cũng như những kinh nghiệm thực tế của thân. Tôi xin cảm ơn những tác giả đi trước, đặc biệt là các tác giả có ghi tên trong danh mục tài liệu tham khảo. Trong quá trình biên soạn giáo trình không tránh khỏi những thiếu sót, rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của các độc giả, các bạn sinh viên để bài giảng này ngày càng hoàn thiện hơn trong những lần tái bản sau.

MỤC LỤC

	Trang
LỜI GIỚI THIỆU	2
MỤC LỤC	3
CHƯƠNG TRÌNH MÔN HỌC	6
Chương 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ GIAO TIẾP	
1. Khái quát chung về giao tiếp và giao tiếp trong kinh doanh	7
2. Tầm quan trọng của giao tiếp.....	8
3. Chức năng giao tiếp.....	10
3.1. Nhóm chức năng xã hội	10
3.2. Nhóm chức năng tâm lý	11
4. Các hình thức và phương tiện giao tiếp	12
4.1 Các hình thức giao tiếp	12
4.2 Các phương tiện giao tiếp.....	13
5. CÁC NGUYÊN TẮC GIAO TIẾP	27
5.1 Đảm bảo sự hài hòa về mặt lợi ích giữa các bên tham gia giao tiếp	27
5.2 Đảm bảo nguyên tắc bình đẳng trong giao tiếp.....	28
5.3 Nguyên tắc hướng tới giải pháp tối ưu	28
5.4 Nguyên tắc tôn trọng giá trị văn hóa	29
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1	30
Chương 2: MỘT SỐ KỸ NĂNG GIAO TIẾP	
A. KỸ NĂNG LÀM QUEN	
1. Ấn tượng ban đầu	31
1.1 Khái niệm ấn tượng ban đầu.....	31
1.2 Cấu trúc của ấn tượng ban đầu	31
1.3 Vai trò của ấn tượng ban đầu.....	32
1.4 Quá trình hình thành ấn tượng ban đầu	32
2. Các nghi thức ứng xử	33
2.1 Văn hóa chào hỏi	33
2.2 Văn hóa làm việc	35
2.3 Văn hóa hội họp.....	38
2.4 Văn hóa đi công tác	39
2.5 Văn hóa ăn uống	40
B. KỸ NĂNG LẮNG NGHE	
1. Khái niệm, lợi ích và nguyên tắc lắng nghe.....	41

1.1 Khái niệm.....	41
1.2 Lợi ích khi lắng nghe	41
1.3 Một số nguyên tắc lắng nghe hiệu quả	42
2. Các mức độ lắng nghe và kỹ năng lắng nghe hiệu quả.....	44
2.1 Các mức độ lắng nghe	44
2.2 Kỹ năng lắng nghe hiệu quả.	44
C. KỸ NĂNG THUYẾT TRÌNH	
1. Khái niệm thuyết trình	46
2. Kỹ năng thuyết trình.....	46
2.1 Tự đánh giá kỹ năng thuyết trình.....	46
2.2 Chuẩn bị cho buổi thuyết trình	47
2.3 Cấu trúc bài thuyết trình	51
2.4 Sử dụng giao tiếp phi ngôn từ trong thuyết trình.....	53
D. KỸ NĂNG GIẢI QUYẾT XUNG ĐỘT	
1. Khái niệm xung đột.....	58
1.1 Phân biệt xung đột theo đối tượng.....	59
1.2 Phân biệt xung đột theo tính chất lợi hại	59
2. Nguyên nhân xung đột	59
2.1 Nhóm các yếu tố về tổ chức và tổ chức lao động.....	60
2.2 Nhóm các yếu tố về cá nhân và liên cá nhân.....	61
2.3 Nhóm các yếu tố liên quan đến bản thân và người quản lý.....	62
3. Kỹ năng giải quyết xung đột	63
3.1 Tìm ra nguồn gốc của sự xung đột	63
3.2 Biết lắng nghe.....	63
3.3 Đưa ra nhiều lựa chọn.....	64
3.4 Gác cái tôi cá nhân sang một bên	64
3.5 Động viên, gắn kết tập thể	64
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2.....	65
Chương 3: VẬN DỤNG KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG TÌM KIẾM VIỆC LÀM	
1. Đánh giá năng lực và mục tiêu nghề nghiệp	66
1.1 Thế nào là một việc làm tốt	66
1.2 Năng lực cá nhân	66
1.3 Xác định mục tiêu và kỳ vọng nghề nghiệp	67
2. Tìm kiếm cơ hội việc làm	68

2.1 Xác định cơ hội việc làm	68
2.2 Nên làm gì khi không tìm được thông tin tuyển dụng phù hợp.....	69
3. Chuẩn bị hồ sơ xin việc.....	69
3.1 Bộ hồ sơ dự tuyển việc làm	69
3.2 Chuẩn bị và gửi bộ hồ sơ xin việc	69
3.3 Nghệ thuật viết thư xin việc.....	70
3.4 Nghệ thuật viết lý lịch cá nhân	71
4. Phỏng vấn tuyển dụng.....	73
4.1 Tìm kiếm thông tin online	74
4.2 Các nguồn thông tin về ngành nghề	74
4.3 Chuẩn bị những thứ cần thiết	74
4.4 Chuẩn bị ngoại hình ứng viên.....	75
4.5 Lưu ý trước khi phỏng vấn	75
4.6 Vật dụng mang theo.....	76
4.7 Quy trình phỏng vấn.....	76
4.8 Thái độ khi phỏng vấn.....	76
4.9 Những điều không nên làm	77
4.10 Câu hỏi phỏng vấn.....	77
4.11 Kinh nghiệm trả lời phỏng vấn thông minh lấy điểm nhà tuyển dụng.....	77
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 3.....	80
TÀI LIỆU THAM KHẢO	81

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

Tên môn học: KỸ NĂNG GIAO TIẾP BÁN HÀNG

Mã môn học: MH32KX5340119

Thời gian thực hiện môn học: 30 giờ; (Lý thuyết: 28 giờ; Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập: 00 giờ; Kiểm tra 2 giờ)

I. Vị trí, tính chất của môn học:

- Vị trí: Kỹ năng giao tiếp là học phần tự chọn thuộc khối học phần chung trong chương trình đào tạo Trung cấp nghiệp vụ bán hàng.

- Tính chất: Kỹ năng giao tiếp là một trong những nội dung quan trọng nhằm thực hiện mục tiêu nâng cao kỹ năng giao tiếp cho học sinh sinh viên.

II. Mục tiêu môn học: Sau khi học xong học phần kỹ năng giao tiếp, người học có khả năng:

- Về kiến thức

+ Định nghĩa được khái niệm giao tiếp; xác định được vai trò của giao tiếp, các hình thức và phương tiện giao tiếp; nêu được các nguyên tắc giao tiếp và ý nghĩa của các nguyên tắc đó trong giao tiếp.

+ Định nghĩa được khái niệm kỹ năng giao tiếp và phân loại được các kỹ năng giao tiếp.

+ Trình bày được một số kỹ năng giao tiếp trong cuộc sống, cách thức giải quyết các xung đột khi gặp phải và khắc phục những trở ngại trong giao tiếp.

+ Xác định được các kỹ năng giao tiếp cơ bản trong tìm kiếm việc làm và tại nơi làm việc.

- Về kỹ năng

+ Thực hiện được một số kỹ năng giao tiếp: kỹ năng làm quen, kỹ năng lắng nghe, kỹ năng nói trước đám đông, kỹ năng giải quyết xung đột và kỹ năng khắc phục khó khăn trong giao tiếp.

+ Vận dụng được các kỹ năng giao tiếp trong gia đình, nhà trường, xã hội, trong tìm kiếm việc làm và tại nơi làm việc.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

+ Người học có thái độ giao tiếp đúng mực, luôn chủ động và tích cực rèn luyện kỹ năng giao tiếp trong cuộc sống.

CHƯƠNG 1
LÝ LUẬN CHUNG VỀ GIAO TIẾP
MH32KX5340119-01

Mục tiêu chương:

- Hiểu được thế nào là giao tiếp và giao tiếp bán hàng
- Xác định được một hiện tượng có phải là giao tiếp hay không.
- Thấy được tầm quan trọng của việc trở thành người giao tiếp giỏi.
- Chỉ ra và giải thích được các mục tiêu của giao tiếp
- Miêu tả được các kiểu giao tiếp

Nội dung:

1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ GIAO TIẾP VÀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH

Giao tiếp là một hiện tượng tâm lý rất phức tạp biểu hiện ở nhiều mặt, nhiều cấp độ khác nhau. Có nhiều định nghĩa khác nhau về giao tiếp như:

- Giao tiếp là một hiện tượng đặc thù của con người (nghĩa là chỉ riêng con người mới có sự giao tiếp thật sự khi họ biết sử dụng phương tiện ngôn ngữ nói, viết, hình ảnh nghệ thuật...) và chỉ được thực hiện trong xã hội loài người.

- Giao tiếp là sự trao đổi thông tin, sự rung cảm và ảnh hưởng lẫn nhau.

- Giao tiếp là sự hiểu biết lẫn nhau giữa con người với con người.

- Giao tiếp là việc truyền đạt hướng dẫn giữa người này với người khác có dẫn tới hành động

- Giao tiếp là giao lưu tình cảm, tư tưởng để phát triển nhân cách con người hoàn chỉnh hơn...

Nhu cầu tiếp xúc với những người khác trở thành tâm thế của mỗi người để cùng hợp tác với nhau, cùng kết bạn với nhau, hướng tới mục đích trong lao động, học tập, vui chơi... Đây là chỗ thể hiện rõ nhất nội dung và tác dụng của giao tiếp; nó tạo ra cơ sở cho sự tồn tại của con người, gia đình, cộng đồng và xã hội. Và trong hoạt động giao tiếp, trong quan hệ người - người bao giờ cũng có sự tiếp xúc tâm lý.

Tiếp xúc tâm lý giữa con người với con người mang lại sự thông cảm lẫn nhau, giúp đỡ lẫn nhau, thậm chí cứu vớt lẫn nhau để từng con người cũng như nhóm người, tập thể người, cộng đồng người, xã hội loài người tồn tại và phát triển. Sự tiếp xúc tâm lý đó nảy sinh, phát triển và hội tụ ở đỉnh cao của nó là sự đồng cảm.

Đồng cảm được xác định là khả năng nhạy cảm đối với trải nghiệm của bản thân, là sự đồng nhất của nhân cách này đối với nhân cách khác, là sự thâm nhập của

người này vào tình cảm của người khác và là trạng thái tâm lý mà người này có thể đặt mình vào vị trí của người khác.

Vậy: *Giao tiếp là quá trình tiếp xúc tâm lý giữa con người với con người trong XH nhằm trao đổi thông tin, tình cảm, hiểu biết, vốn sống... tạo nên những ảnh hưởng, những tác động qua lại để con người đánh giá, điều chỉnh và phối hợp với nhau trong công việc*

Trong kinh doanh, giao tiếp diễn ra thường xuyên, liên tục và xuyên suốt tất cả mọi hoạt động kinh doanh dưới đủ hình thức giao tiếp khác nhau. Thực chất, giao tiếp kinh doanh chính là hoạt động xác lập và vận hành mối quan hệ kinh tế, kinh doanh giữa các chủ thể nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định về lợi ích kinh tế, kinh doanh.

Trong quá trình sống và hoạt động, giữa chúng ta và người khác luôn tồn tại nhiều mối quan hệ. Đó có thể là quan hệ dòng họ, huyết thống; quan hệ hành chính – công việc như: thủ trưởng – nhân viên, nhân viên – nhân viên; quan hệ tâm lý như: bạn bè, thiện cảm, ác cảm v.v. . . Trong các mối quan hệ đó, chỉ có một số ít là có sẵn ngay từ đầu, từ khi cất tiếng khóc chào đời (chẳng hạn quan hệ huyết thống, họ hàng), còn các quan hệ còn lại chủ yếu được hình thành và phát triển trong quá trình chúng ta sống và hoạt động trong cộng đồng xã hội, thông qua các hình thức tiếp xúc và gặp gỡ, liên lạc đa dạng với người khác mà chúng ta thường gọi là giao tiếp.

2. TẦM QUAN TRỌNG CỦA GIAO TIẾP

2.1. Tầm quan trọng của giao tiếp trong đời sống xã hội

Đối với xã hội, giao tiếp là điều kiện của sự tồn tại và phát triển xã hội. Xã hội là một tập hợp người có mối quan hệ qua lại với nhau. Trong xã hội nếu mọi người tồn tại trong đó mà không có quan hệ gì với nhau, mỗi người chỉ biết mình mà không biết, không quan tâm, không có liên hệ gì với những người xung quanh? Đó không phải là xã hội mà chỉ là một tập hợp rời rạc những cá nhân đơn lẻ. Trong điều kiện của sự phân công lao động trong xã hội, mỗi thành viên trong xã hội phải thực hiện một số công việc hoặc một công đoạn của quá trình sản xuất, đòi hỏi phải có sự trao đổi thông tin thông qua quá trình lao động. Do đó, có thể nói mối quan hệ giữa những con người với những con người trong xã hội còn là điều kiện để xã hội phát triển.

2.2. Tầm quan trọng của giao tiếp đối với cá nhân

Trong đời sống của mỗi con người, vai trò của giao tiếp biểu hiện ở những điểm cơ bản sau đây:

- Giao tiếp là điều kiện để tâm lý, nhân cách phát triển bình thường: con người khi mới sinh ra có thể có đầy đủ các chức năng về mặt sinh học để duy trì sự tồn tại của

mình; nhưng các chức năng tâm lý và mặt xã hội của con người chỉ có thể được hình thành và phát triển thông qua giao tiếp với người khác, trước tiên là với cha mẹ của đứa trẻ, mở rộng ra là các thành viên trong gia đình và những người xung quanh đứa trẻ. Thông qua hoạt động học tập và lao động xã hội, mối quan hệ của con người với những người xung quanh ngày một rộng hơn, những phẩm chất nhân cách của con người ngày một phát triển và hoàn thiện hơn.

- Trong giao tiếp, nhiều phẩm chất của con người, đặc biệt là các phẩm chất đạo đức được hình thành và phát triển: các phẩm chất đạo đức của con người được biểu hiện thông qua hành vi và thái độ của con người đối với xã hội, đối với công việc, đối với người khác và bản thân, nó trở thành niềm tin và thái độ sống của con người. Khi còn trong gia đình, đứa trẻ đã được tập luyện một số hành vi và thói quen như chào hỏi, sự lễ phép, phân biệt mình với người khác; khi đến trường trẻ nhận biết và có thái độ với các mối quan hệ khác ngoài gia đình như quan hệ với thầy – cô, bạn bè... Có thể thấy, quá trình mở rộng phạm vi giao tiếp thông qua hoạt động của con người tạo điều kiện cho các phẩm chất đạo đức của con người hình thành và phát triển.

- Giao tiếp thoả mãn nhiều nhu cầu của con người, chẳng hạn như nhu cầu thông tin, nhu cầu được những người xung quanh quan tâm, chú ý, nhu cầu được hoà nhập vào những nhóm xã hội nhất định. . . tất cả những điều đó chỉ được thoả mãn trong giao tiếp. Chúng ta sẽ cảm thấy thế nào nếu tự giam mình dù chỉ một ngày trong phòng, không gặp gỡ, không tiếp xúc với ai, không đọc sách báo, xem ti vi. Chắc chắn đó sẽ là một ngày dài lê thê, nặng nề. Đó là vì nhu cầu giao tiếp của chúng ta không được thoả mãn.

- Trong kinh doanh giao tiếp giúp chúng ta có được công việc như mong muốn; thăng chức; lãnh đạo; hiệu quả trong công việc; có mối quan hệ tốt đẹp với người khác.

Tóm lại, giao tiếp hiệu quả là kỹ năng cần thiết cho cả cá nhân và tổ chức để hoạt động thành công trong kinh doanh.

2.3. Tầm quan trọng của giao tiếp trong tổ chức

Đối với những người làm việc, giao tiếp có vai trò đặc biệt quan trọng. Muốn làm tốt công tác, trước hết phải giỏi về giao tiếp (trong các mặt hoạt động như tổ chức hội nghị, hội thảo, tiếp xúc với khách hàng, với nhà cung cấp, với cấp trên, với đồng nghiệp...). Nếu không có được các kỹ năng giao tiếp cơ bản trong xã hội thì chắc chắn người đó sẽ khó thành công.

Một học giả người Mỹ đã từng nói “sự thành công trong sự nghiệp của mỗi người chỉ có 15% do chuyên môn nghề nghiệp, còn lại 85% phải dựa vào những quan hệ giao tiếp và tài năng xử thế của người ấy”.

Khi tiến hành các hoạt động chung, các thành viên trong tổ chức cần trao đổi thông tin với nhau, giúp tổ chức hoạt động một cách hiệu quả. Trong quá trình giao tiếp nhân viên bán hàng thuyết phục người tiêu dùng mua sản phẩm của công ty.

Một tổ chức có nhiều bộ phận với chức năng, nhiệm vụ cụ thể khác nhau. Để các bộ phận này phối hợp với nhau nhịp nhàng thì phải thông qua giao tiếp. Trong giao tiếp, con người tạo ra những cảm xúc, khuyến khích hành động của đối tác giao tiếp tạo ra bầu không khí làm việc tốt, đạt hiệu quả cao trong công việc.

3. CHỨC NĂNG CỦA GIAO TIẾP

3.1 Nhóm chức năng xã hội

3.1.1. Chức năng thông tin

Dù thể hiện dưới bất cứ hình thức nào, mỗi quá trình giao tiếp đều diễn ra quá trình trao đổi thông tin giữa các chủ thể tham gia giao tiếp. Chức năng thông tin được biểu hiện ở khía cạnh truyền thông của giao tiếp: qua giao tiếp, con người trao đổi cho nhau những thông tin nhất định. Ví dụ: Người thư ký báo cáo lại kết quả của buổi làm việc với một đối tác theo uỷ quyền của giám đốc, giám đốc đưa ra những yêu cầu chỉ thị mới đối với người thư ký.

3.1.2. Chức năng tổ chức, phối hợp hành động

Trong một tổ chức, công việc thường có nhiều bộ phận, nhiều người cùng thực hiện. Để hoàn thành công việc tốt đẹp, những bộ phận, những con người này phải thống nhất với nhau, tức là phối hợp với nhau một cách nhịp nhàng. Muốn vậy, họ phải tiếp xúc với nhau để trao đổi, bàn bạc, phân công nhiệm vụ cho từng bộ phận, từng người, phổ biến quy trình, cách thức thực hiện công việc.

3.1.2. Chức năng điều khiển, điều chỉnh

Khi tiếp xúc trao đổi thông tin với nhau, các chủ thể giao tiếp ý thức được mục đích, nội dung giao tiếp, thậm chí lường được kết quả trong quá trình giao tiếp. Để đạt được mục đích, các chủ thể thường linh hoạt theo tình huống thời cơ mà lựa chọn, thay đổi cách thức hoặc phương hướng, phương tiện giao tiếp cho phù hợp. Chức năng điều khiển, điều chỉnh hành vi trong giao tiếp thể hiện khả năng thích nghi lẫn nhau, khả năng nhận thức và đánh giá lẫn nhau của các chủ thể giao tiếp. Nó còn thể hiện vai trò tích cực của các chủ thể trong giao tiếp.

Trong một cộng đồng xã hội, con người quan hệ với nhau thông qua giao tiếp. Mỗi loại quan hệ có những nét đặc thù riêng, nên giao tiếp cũng có những sắc thái tương ứng.

3.1.3. Chức năng phê bình và tự phê bình

Khi tiếp xúc với người khác, thường chúng ta không thể tự mình kiểm soát các biểu hiện của hành vi, thái độ và lời nói của mình, tuy nhiên thông qua những biểu hiện phản hồi từ đối tượng mà mình giao tiếp, chúng ta có thể tự đối chiếu, so sánh và đánh giá lại bản thân mình. Do đó, có thể nói mỗi con người là một chiếc gương soi, khi giao tiếp với người khác chính là chúng ta soi mình trong chiếc gương đó, chúng ta thấy được những ưu điểm, những thiếu sót của mình và tự sửa chữa, hoàn thiện bản thân. Tuy nhiên, chức năng này chỉ được thực hiện khi bản thân chúng ta hoặc đối tượng giao tiếp là những người cầu thị, biết đúc rút kinh nghiệm, biết tự đánh giá để hoàn thiện bản thân. Đối với những người cố chấp, nhỏ nhen, hẹp hòi, ích kỷ hoặc tự cao tự đại, luôn cho mình đúng thì chức năng này không phát huy tác dụng.

3.2 Nhóm chức năng tâm lý

3.2.1. Chức năng động viên, khích lệ

Chức năng động viên khích lệ của giao tiếp liên quan đến lĩnh vực cảm xúc trong đời sống tâm lý con người. Trong giao tiếp, con người khơi dậy ở nhau những xúc cảm, tình cảm nhất định; chúng kích thích hành động của họ. Một lời khen chân thành được đưa ra kịp thời, một sự quan tâm được thể hiện đúng lúc có thể làm cho người khác tự tin, cảm thấy phải cố gắng làm việc tốt hơn.

3.2.2. Chức năng thiết lập, phát triển, củng cố các mối quan hệ

Giao tiếp không chỉ là hình thức biểu hiện mối quan hệ giữa con người với con người mà còn là cách thức để con người thiết lập mối quan hệ mới, phát triển và củng cố mối quan hệ đã có. Tiếp xúc gặp gỡ nhau – đó là khởi đầu của mối quan hệ, những các mối quan hệ này có tiếp tục phát triển hay không, có trở nên bền chặt hay không, điều này phụ thuộc nhiều vào quá trình giao tiếp sau đó.

3.2.3. Chức năng cân bằng cảm xúc

Trong cuộc sống, nhiều khi chúng ta có những cảm xúc cần được bộc lộ. Những niềm vui hay nỗi buồn, sung sướng hay đau khổ, lạc quan hay bi quan, chúng ta muốn được người khác cùng chia sẻ. Chỉ có trong giao tiếp, chúng ta mới tìm được sự đồng cảm, cảm thông và giải tỏa được những xúc cảm.

3.2.4. Chức năng hình thành và phát triển tâm lý, nhân cách

Như vậy, giao tiếp có nhiều chức năng quan trọng. Trong cuộc sống của mỗi chúng ta, khi các quan hệ giao tiếp cơ bản không thực hiện được đầy đủ các chức năng này thì điều đó không những sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến cuộc sống và hoạt động, mà còn để lại những dấu ấn tiêu cực trong sự phát triển tâm lý, nhân cách của mỗi chúng ta.

4. CÁC HÌNH THỨC VÀ PHƯƠNG TIỆN GIAO TIẾP

4.1 Các hình thức giao tiếp

Giao tiếp là nhu cầu không thể thiếu được của mỗi con người. Giao tiếp tham dự trong mọi hoạt động của con người. Người ta phân loại các hình thức giao tiếp như sau:

4.1.1 Theo tính chất cuộc tiếp xúc.

- Giao tiếp trực tiếp là khi hai chủ thể tiếp xúc trực tiếp và trao đổi với nhau.
- Giao tiếp gián tiếp là khi hai chủ thể không tiếp xúc trực tiếp nhưng trao đổi với nhau: nói, viết (điện thoại, viết thư, phát thanh qua đài hoặc truyền hình...). Giao tiếp thông qua người thứ 3 cũng là một thứ giao tiếp gián tiếp (nhắn nhủ, gửi lời...).

4.1.2 Theo quy cách giao tiếp.

- Giao tiếp chính thức: là loại giao tiếp diễn ra trong thời gian làm việc chính thức, các cuộc hội họp theo lịch trình, mang tính chất công vụ theo quy định, thể chế...
- Giao tiếp không chính thức: Là loại giao tiếp mang tính cá nhân, không bị ràng buộc bởi chức vụ, quy cách, thể chế, dựa trên sự hiểu biết về nhau giữa các chủ thể giao tiếp.

Hay nói cách khác là: Giao tiếp nghi thức và giao tiếp không nghi thức. Ví dụ, đón đoàn khách quốc tế, đàm phán..., giao tiếp giữa những người bạn thân...

4.1.3 Theo vị thế khi giao tiếp

Vị thế trong giao tiếp nói lên sự tương quan trong mối quan hệ giữa các chủ thể trong giao tiếp, thể hiện ở chỗ ai mạnh hơn, ai phụ thuộc và cần ai trong quá trình giao tiếp. Nó chi phối hành vi và thái độ ứng xử. Do đó, nếu căn cứ vào vị thế trong giao tiếp ta có:

- Giao tiếp ở thế mạnh;
- Giao tiếp ở thế cân bằng;
- Giao tiếp ở thế yếu

4.1.4 Theo số người tham dự trong giao tiếp.

- Giao tiếp song phương: Hai người tiếp xúc bình đẳng với nhau.
- Giao tiếp nhóm: Giao tiếp trong gia đình, làng xóm, cơ quan...
- Giao tiếp xã hội: giao tiếp tầm cỡ địa phương, quốc gia, dân tộc, quốc tế...

4.1.5 Theo phong cách giao tiếp

- Giao tiếp dân chủ;
- Giao tiếp độc đoán.

4.1.6 Dựa vào phương tiện giao tiếp.

- Giao tiếp bằng ngôn ngữ (tuy nhiên bao giờ cũng có thành phần phi ngôn ngữ đi kèm).

- Giao tiếp phi ngôn ngữ: sử dụng nét mặt, điệu bộ, cử chỉ, trang phục, khung cảnh, khoảng cách, đồ vật...
- Giao tiếp vật chất: Giao tiếp qua hành động với vật thể.

4.2 Các phương tiện giao tiếp:

Trong giao tiếp hằng ngày, con người sử dụng ngôn ngữ và cả các phương tiện phi ngôn ngữ.

- Ngôn ngữ là quá trình mà mỗi cá nhân sử dụng một thứ tiếng nói nào đó để giao tiếp và tư duy. Nó là phương tiện giao tiếp chủ yếu của con người. Trong giao tiếp chúng ta chú ý đến tất cả các yếu tố của ngôn ngữ: nội dung, ngữ pháp, phát âm, giọng nói, tốc độ nói, ngữ điệu, phong cách ngôn ngữ.

- Các phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ ở con người bao gồm: ánh mắt, nét mặt, điệu bộ, nụ cười, trang phục, trang điểm, trang sức, vị trí, khoảng cách, động tác, tư thế, quà tặng v.v. Nghĩa là chúng rất đa dạng và phong phú. Các phương tiện phi ngôn ngữ thường hỗ trợ, bổ sung cho phương tiện ngôn ngữ. Tuy nhiên, cũng không hiếm khi chúng giữ vai trò chủ đạo.

Để giao tiếp tốt, chúng ta cần rèn luyện kỹ năng sử dụng các phương tiện giao tiếp. Nghệ thuật giao tiếp chính là ở sự kết hợp nhuần nhuyễn, hợp lý tất cả các phương tiện giao tiếp, kể cả ngôn ngữ và phương tiện phi ngôn ngữ.

4.2.1 Ngôn ngữ

a. Định nghĩa:

Ngôn ngữ là quá trình mà mỗi cá nhân sử dụng một thứ tiếng nói nào đó để giao tiếp và tư duy. Nói cụ thể hơn, ngôn ngữ chính là lời nói hay câu viết của chúng ta.

b. Đặc điểm:

- Ngôn ngữ phương tiện giao tiếp chủ yếu của con người. Trong giao tiếp chúng ta chú ý đến tất cả các yếu tố của ngôn ngữ: nội dung, ngữ pháp, phát âm, giọng nói, tốc độ nói, ngữ điệu, phong cách ngôn ngữ;

- Nội dung của ngôn ngữ là nghĩa của từ ngữ mà chúng ta nói hay viết, ý mà chúng ta muốn chuyển đến người nghe hay người đọc.

Trong giao tiếp, hiểu được ý cá nhân là cơ sở của sự hiểu biết lẫn nhau, sự đồng cảm giữa các chủ thể.

c. Phát âm, giọng nói, tốc độ nói

Hiệu quả của quá trình giao tiếp phụ thuộc vào người nói phát âm có chuẩn hay không, rõ ràng hay không, giọng nói của họ, tốc độ nhanh hay chậm v.v.

- Nếu phát âm không chuẩn sẽ gây khó khăn cho người nghe trong việc hiểu ý nghĩa của lời nói, thậm chí làm cho họ hiểu sai hoặc không hiểu.

- Giọng nói: phản ánh cảm xúc, tình cảm của người nói, nó có sức truyền cảm to lớn. Giọng nói nhẹ, trong, âm áp: người nghe cảm thấy thoải mái, dễ chịu; Giọng nói rõ ràng, dứt khoát: người nghe cảm thấy uy lực của người nói. Giọng nói the thé, chát chúa: gây cảm xúc tiêu cực ở người nghe.

- Trong khi nói, tốc độ, nhịp độ nói, cách nhấn giọng có ý nghĩa quan trọng. Nói nhanh hay chậm tùy thuộc tình huống cụ thể; tốc độ nói trung bình 250 từ/phút.

- Giọng nói, tốc độ, nhịp độ của mỗi người bị chi phối nhiều bởi những đặc điểm về giới tính, cấu tạo thanh quản của người đó, môi trường ngôn ngữ bao quanh họ từ thời thơ ấu, nhưng sự rèn luyện cũng có ý nghĩa quan trọng.

d. Phong cách ngôn ngữ

Phong cách ngôn ngữ được thể hiện qua lời nói, lời viết, tức là dung từ ngữ để diễn đạt ý trong giao tiếp. Có nhiều phong cách khác nhau, tùy theo tình huống giao tiếp mà chúng ta lựa chọn phong cách ngôn ngữ cho phù hợp. Chúng ta sẽ có một số phong cách ngôn ngữ sau đây:

** Lời nói thẳng*

- Với lời nói thẳng, chúng ta sẽ tiết kiệm được thời gian, đối tượng nhanh chóng hiểu được ý của chúng ta, đảm bảo tính chính xác thông tin. Tuy nhiên, trong một số tình huống đôi khi nó thiếu tế nhị và làm cho đối tượng khó chịu, khó chấp nhận thông tin mà chúng ta đưa ra, nhất là thông tin nằm ngoài mong đợi.

Ví dụ: bác sĩ không thể nói thẳng bệnh tật của bệnh nhân bị bệnh hiểm nghèo rằng: ‘Ông/bà, không thể sống được bao lâu nữa đâu’

- Lời nói thẳng thường được dùng trong giao tiếp giữa những người thân trong gia đình, bạn bè thân mật, trong tình huống cần nói rõ ràng hoặc kiên quyết. Trong giao tiếp chính thức, trong các mối quan hệ xã giao thông thường người ta sử dụng lời nói lịch sự và lời nói ẩn ý.

** Lời nói lịch sự*

Ở lời nói lịch sự, người ta sử dụng ngôn từ tình thái với các động từ, mệnh đề tình thái làm cho các cảm nghĩ, thái độ được biểu lộ một cách nhã nhặn, lịch thiệp.

Ví dụ: Chị làm ơn chỉ giúp cho tôi phòng làm việc của hiệu trưởng/ (trưởng phòng/giám đốc) được không?.

Có thể thấy rằng, lời nói lịch sự được dùng phổ biến trong trường hợp thông tin có thể gây cảm xúc không tốt ở người nhận, hoặc miễn cưỡng. Nói năng lịch sự biểu hiện thái độ ứng xử chuẩn mực, có văn hoá, dễ gây thiện cảm ở người khác.

** Lời nói ẩn ý*

Trong giao tiếp, nhiều khi có những điều muốn nói nhưng không tiện nói ra và chúng ta thường phải dùng lối nói ẩn ý, tức là nói một điều khác hàm chứa điều muốn nói để làm người nghe nghĩ đến điều đó. Lối nói này còn được gọi là nói gợi. Trong nói gợi còn có cách nói dùng sự so sánh để người nghe tự hiểu, gọi là nói ví.

Ví dụ: Cô giáo đang dạy nhưng lớp rất ồn, cô bảo: “Hôm nay cô bị viêm họng không nói nhiều được”. Một số học sinh hiểu ý cô nên bảo cả lớp im lặng.

Lối nói ẩn ý là lối nói nhẹ nhàng, tế nhị, khéo léo, đòi hỏi một sự tinh tế ở người nói và người nghe. Đôi khi, người nghe không hiểu được ẩn ý của người nói hoặc hiểu nhưng muốn lần tránh nên giả vờ không hiểu, khi đó cần có sự kết hợp giữa nói ẩn ý với nói thẳng và lịch sự để người khác có thể nghe hiểu một cách thuận lợi.

** Lối nói mỉa mai châm chọc*

Trong cuộc sống, bên cạnh những người sống rất chân thật thì cũng có một số người hay mỉa mai, châm chọc người khác. Họ đưa những chuyện vui, chuyện buồn, chuyện tốt, chuyện xấu, thiếu sót, lỗi lầm, thậm chí cả những khuyết tật bẩm sinh của người khác ra để chế giễu với thái độ thiếu thiện chí.

Mỉa mai, châm chọc người khác là một thói xấu. Nó không đem lại cho chúng ta điều tốt đẹp, chỉ đem lại hận thù, xa lánh của người xung quanh. Tốt hơn hết chúng ta nên góp ý chân tình và sống một cách chân tình.

4.2.2 Các phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ

Kỹ năng giao tiếp là một công cụ thiết yếu giúp chúng ta rất nhiều trong cuộc sống, công việc, nhất là những người hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh bán hàng. Thông thường, chúng ta giao tiếp bằng kỹ năng nói hoặc văn bản. Thế nhưng, ít ai biết rằng phi ngôn ngữ cũng là một cách giao tiếp rất hiệu quả, quan trọng và nó chiếm một lượng phần trăm rất lớn trong giao tiếp hàng ngày của chúng ta.

Tuy nhiên không phải lúc nào kỹ năng phi ngôn ngữ nào cũng có thể tùy tiện sử dụng. Tùy thuộc vào hoàn cảnh xung quanh, âm lượng của người nói, sự phối hợp của cơ thể, mà hành động phi ngôn ngữ mang đến hiệu quả khác nhau.

a. Thái độ và tư thế

Trong bất kì trường hợp nào, thái độ thành thật, nhiệt tình, ung dung là điều bạn cần thể hiện với đối tác kinh doanh của mình. Phải chú ý tránh 4 thái độ sau:

- Thái độ ngạo mạn, như thế sẽ làm tổn thương đến lòng tự trọng của khách hàng.
- Thái độ lúng túng sẽ làm cho khách hàng không dám tin tưởng
- Thái độ lạnh lùng, sẽ làm cho khách hàng cảm thấy không thân thiện.
- Thái độ tùy tiện sẽ làm cho khách hàng không tôn trọng bạn

Nhưng với thái độ chính xác là chưa đủ, trong quá trình giao tiếp với khách hàng, bạn nên tránh những tư thế sau đây:

- Không nên nhìn đi nơi khác, nhấp nhòm, đứng ngồi không yên, nhìn ngang nhìn dọc, tư tưởng không tập trung.

- Không nên ngáp ngắn ngáp dài.

- Không được gãi đầu gãi tai, bẻ ngón chân, tay.

- Không nên ngửa mặt lên trời, vênh vênh vào vào, không nhìn chăm chăm vào khách hàng, không nên nhìn vào khách hàng từ đầu tới chân.

Tùy theo các đối tượng khác nhau mà bạn có thể sử dụng các tư thế ngồi sao cho phù hợp với mỗi người.

- Nếu đối tượng là người có thân thế, để tỏ rõ sự tôn trọng, nhân viên marketing nên ngồi thẳng và cúi người về phía trước một chút.

- Nếu khách hàng là người cùng lứa tuổi và có kinh nghiệm tương đương với bạn, bạn có thể ngồi thoải mái hơn để tạo cảm giác gần gũi với khách hàng.

- Nếu đối tượng đi cùng với vợ hoặc chồng, tốt nhất bạn nên lịch sự một chút để tỏ thái độ tôn trọng họ.

- Với các trường hợp bình thường, trong giao tiếp thì bạn chỉ cần áp dụng các tư thế chính xác trong kinh doanh như: tự nhiên, ung dung, ân cần, mắt nhìn thẳng vào khách hàng, hơi cúi người một chút và chủ động chào hỏi khách hàng.

b. Giao tiếp bằng Tay

Dùng tay ra hiệu là một động tác sử dụng nhiều nhất trong giao tiếp với khách hàng, nếu sử dụng thích đáng, sẽ làm cho các thông tin bạn muốn truyền đạt rõ ràng hơn.

Ra hiệu bằng tay một cách thích đáng, sẽ nhấn mạnh hơn về các vấn đề mà bạn đang nói. Nhưng chú ý không nên dùng quá nhiều vì sẽ gây khó chịu với khách hàng. Sử dụng động tác tay ít hay nhiều và ý nghĩa kèm theo còn tùy thuộc vào mỗi quốc gia khác nhau, dân tộc và khu vực khác nhau.

c. Giao tiếp bằng ánh mắt

Người ta vẫn thường nói, đôi mắt là cửa sổ của tâm hồn. Điều ấy có nghĩa đôi khi ánh mắt còn mạnh mẽ hơn cả lời nói. Giao tiếp bằng mắt rất quan trọng, nó thể hiện sự chăm chú, sự tôn trọng của mình với người khác mà không ngôn ngữ nào thay thế được.

Trong giao tiếp chúng ta nên nhìn thẳng vào mắt người đối diện, thỉnh thoảng nhìn xuống cho đỡ bị bối rối bởi ánh mắt của người đối diện. Các chuyên gia khuyên rằng, mỗi lần giao tiếp bằng mắt nên kéo dài khoảng 4-5 giây.

d. Giao tiếp bằng nét mặt

Nét mặt bao gồm ánh mắt trong quá trình truyền đạt thông tin có tác dụng rất quan trọng. Đặc biệt là trong những cuộc giao lưu bằng tình cảm, tác dụng của nét mặt chiếm tỷ lệ rất lớn.

Cho nên, trong kinh doanh khi bạn muốn truyền tải tối hơn thì có thể sử dụng các cử chỉ như đôi mắt, lông mày và đôi môi để có thể đạt được mục đích.

Trong giao tiếp với khách hàng, thông thường việc sử dụng nhiều nhất là nét mặt. Việc biết cười hay không là thể hiện năng lực của một nhân viên. Cười thể hiện sự hài hước của nhân viên, trong buổi gặp lần đầu với khách hàng, nếu bạn có những câu hài hước làm cho khách vui vẻ, khách hàng sẽ ấn tượng với bạn hơn, khách hàng sẽ cảm thấy bạn là một người dễ gần.

Đặc biệt trong hoàn cảnh khó khăn, nếu bạn biết nói ra những câu hài hước, bạn có thể thoát khỏi hoàn cảnh khó khăn đó. Nếu trong trường hợp khách hàng có sai lầm gì, một nụ cười hoặc một câu trêu đùa hài hước có thể làm họ tránh khỏi sự bối rối.

e. Ngữ cảnh trong giao tiếp cũng ảnh hưởng tới việc giao tiếp phi ngôn ngữ

Bối cảnh giao tiếp cũng là việc ảnh hưởng tới hành động phi ngôn ngữ trong giao tiếp. Bạn cần nhắc xem hành động của mình có phù hợp với hoàn cảnh giao tiếp hay không.

Ví dụ trong các cuộc vui cùng bạn bè, bạn không cần phải dùng những cử chỉ quá trang trọng, điều này sẽ khiến bạn bị lạc lõng.

g. Rèn luyện thường xuyên

Chúng ta hoàn toàn có thể rèn luyện kỹ năng giao tiếp không lời một cách hiệu quả và đúng cử chỉ của những người khác bằng cách để tâm đến hành vi ngôn ngữ và rèn luyện kiểu giao tiếp phi ngôn ngữ khác nhau với mọi người. Đây là cách nâng cao khả năng giao tiếp của bạn một cách đáng kể.

Mỗi người có một ngôn ngữ cơ thể riêng, chỉ cần bạn chú ý và nắm bắt được những dấu hiệu phi ngôn ngữ thì bạn chắc chắn hiểu được đối tượng giao tiếp.

4.2.3 Ăn mặc, trang điểm và trang sức

a. Ăn mặc

Việc ăn mặc không những thể hiện khiếu thẩm mỹ, văn hoá giao tiếp của chúng ta mà còn thể hiện thái độ của chúng ta đối với người khác và đối với công việc. Tại công sở chúng ta ăn mặc nghiêm túc, lịch sự để mọi người thấy rằng, chúng ta là con người có trách nhiệm, đáng hoàng, mẫu mực, coi trọng công việc. Vì vậy, bạn đừng coi thường việc ăn mặc của mình.

Để đảm bảo quần áo luôn chỉnh tề, sạch sẽ, phù hợp, bạn cần lưu ý:

- Kiên quyết loại bỏ những bộ đồ không còn phù hợp với bạn nữa;
- Quần áo bẩn thay ra là phải giặt, phơi khô rồi ủi ngay và cẩn thận treo ngay vào tủ. Thực hiện được điều này thì ngay cả trong trường hợp vội vàng, chúng ta vẫn có thể ăn mặc chỉnh tề, sạch sẽ.

b. Trang điểm và trang sức

Ngoài ăn mặc, còn có trang điểm và trang sức. Nói chung, đây là những vấn đề dành cho nữ giới, nam giới thì ít khi trang điểm, còn trang sức thì nam giới thường hay mang cà vạt và nhẫn, nhưng nhẫn thường cũng chỉ là những vật kỷ niệm, vật tín chấp chứ thường không phải là đồ trang sức.

Hiện nay, đồ trang sức dành cho nữ giới rất phong phú, đa dạng: Nhẫn, vòng cổ, hoa tai, những thứ cài trên tóc, vòng đeo tay . . . Tuy nhiên, chúng ta cũng không nên đeo quá nhiều đồ trang sức vì như thế sẽ dễ gây ấn tượng nặng nề, khoe của. Khi giao tiếp, nữ giới cần nên trang điểm một chút, nhẹ nhàng, không nên trang điểm quá đậm, lòe loẹt không phù hợp.

Tóm lại, trong giao tiếp, trang điểm và trang sức là vấn đề quan trọng và tinh tế mà chúng ta không thể xem thường.

4.2.4 Tư thế chuẩn mực trong giao tiếp

Cử chỉ trang nhã, chuẩn mực không phải tự nhiên sinh ra đã có, mà đòi hỏi mỗi người phải bồi dưỡng hàng ngày, tích lũy kinh nghiệm từ thực tế. Nếu bạn muốn trở thành một người có phong cách chuyên nghiệp, bạn cần phải rèn luyện thường xuyên. Bạn có thể bắt đầu từ việc chú ý từng động tác đơn giản thường ngày.

a. Tư thế ngồi

- Khi ngồi, hai chân bạn phải khép lại, không được ngồi dạng chân ra, nhất là bạn nữ khi mặc váy ngắn, phải chú ý che kín đùi.
- Lúc ngồi xuống phải từ tốn nhẹ nhàng, không để có tiếng động.
- Sau khi ngồi, thân mình phải thẳng không nên nghiêng ngả, hai tay để tự nhiên lên đùi hay thõng xuống tùy ý.
- Hai bàn chân và hai ống chân tốt nhất là nên vuông góc với nhau hoặc nghiêng về một bên, tư thế này đẹp nhất đối với nữ giới.
- Đối với nam giới có thể mở rộng đùi 10 - 20 cm, nhưng cũng không nên mở đùi quá rộng.

b. Tư thế đứng

- Tư thế đứng đúng nhất cần phải ngẩng cao đầu, rướn ngực lên, thót bụng, hai đùi hơi mở ra để hai bàn chân rộng ngang hai vai, kết hợp với vẻ mặt tự tin.
- Lưng thẳng.

- Đầu ngay ngắn hai mắt nhìn thẳng.
- Nam giới đứng chân có thể hơi xiên, lòng bàn tay hướng vào trong, ngón tay có thể khép cong hờ.

- Nữ giới đứng hai chân khép lại, nếu là tư thế đứng chỉ có thể đứng theo động tác nghỉ một chân.

c. Tư thế đi

- Tư thế đi đúng nhất là ngẩng cao đầu, rướn ngực về phía trước, hai chân bước thong thả, hai tay hơi vung nhẹ.

- Khi đi, hai vai cân bằng, không nên cho tay vào túi quần hay vừa đi vừa ăn vặt.

- Khi bước đi đầu ngẩng cao, dướn ngực về phía trước lấy lực từ lưng và chân để bước.

- Nữ giới mặc váy khi đi chú ý hai chân bước thẳng đều, nhịp nhàng mới đẹp.

Dáng vẻ của bạn phải hài hoà giữa cử động tay và bước đi, dáng vẻ trang nhã thể hiện bạn là người được dạy dỗ chu đáo, biểu lộ vẻ đẹp tự tin.

Mới bắt đầu rèn cho mình có dáng vẻ lịch thiệp, bạn có thể sẽ phải dốc hết tâm sức, bạn thấy không tự nhiên, nhưng bạn không nên lo lắng, chỉ một thời gian sau, những gì mà hôm nay bạn cảm thấy khó khăn, thấy gượng gạo sẽ thành thói quen tốt, góp phần cho sự thành công sau này của bạn.

Bạn hãy luôn nhớ, tư thế trang nhã mà bạn dày công tập luyện không phải là vì người khác, mà là vì chính bản thân bạn.

d. Động tác

Động tác cũng là một phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ. Nó bao gồm các cử chỉ bằng đầu, như gật đầu, lắc đầu; các cử chỉ bằng tay như: đưa tay ra để minh hoạ khi nói, vẫy tay, chỉ chỗ và một số cử chỉ khác. Cử chỉ này làm cho câu chuyện trở nên sinh động hơn. Tuy nhiên, động tác phải hợp lý, tự nhiên và cần tránh các động tác dưới đây:

- Đưa ngón tay ra chỉ chỉ, đặc biệt là chỉ vào mặt của người khác
- Gác đầu gối và chĩa mũi chân vào phía người đối thoại
- Ngáp, vươn vai; cắn móng tay, ngoáy tai;
- Dẫm chân, rung đùi hoặc dung ngón tay gõ xuống bàn; xem đồng hồ;
- Vắt tay sau cổ; khoanh tay trước ngực; bỏ tay vào túi quần
- Huýt sáo; dụi mắt, gãi đầu;
- Khi nói hếch hếch cằm để chỉ người đối thoại.

Các động tác trên đều thể hiện thái độ thiếu tôn trọng người đối thoại và văn hoá giao tiếp thấp kém, đôi khi là vô lễ, coi thường khinh miệt người khác.