

„Perswazja i wywieranie wpływu w zarządzaniu”, Jane Thomas

Autor recenzji: Karol Schwann

Wydawnictwo: Wolters Kluwer

Rok wydania: 2009

Umiejętność perswazji i wpływania na ludzi jest w obecnym świecie przydatna nie tylko osobom tworzącym kampanie reklamowe, ale również wszystkim tym, którzy zarządzają zespołami pracowników. I właśnie do nich skierowany jest poradnik autorstwa Jane Thomas z University of Michigan Business School..

Na wstępie warto zaznaczyć, że tytuł książki może być mylący – „wywieranie wpływu” niektórym kojarzy się zapewne z manipulacją. Jednak nic z tych rzeczy – poradnik „Perswazja i wywieranie wpływu w zarządzaniu” dotyczy sposobów przekonywania w sposób logiczny i uczciwy do podejmowanych w procesie zarządzania decyzji, a jego fragment poświęcony jest wręcz unikaniu stosowania nieuczciwej i mylącej argumentacji.

Pozycja zawiera natomiast informacje pomocne w formułowaniu określonego stanowiska, jego prawidłowym argumentowaniu oraz skutecznym nakłonieniu odbiorcy do jego przyjęcia. Autorka omawia jednak nie tylko kwestie związane z samym procesem komunikowania (strukturą przekazu, logicznością wyводу, komunikacją niewerbalną) managera z podległym mu zespołem pracowników – proces ten osadzony jest w szerszym kontekście. Dlatego w książce Jane Thomas można znaleźć także informacje dotyczące rodzajów osobowości odbiorców komunikatów, kultur i struktur organizacyjnych panujących w różnych firmach, a nawet analizę różnic kulturowych występujących pomiędzy różnymi krajami. Poza sposobami skutecznego przedstawiania swojego stanowiska w książce „Perswazja i wywieranie wpływu w zarządzaniu” możemy także natrafić na fragment poświęcony kwestii wiarygodności, w którym przedstawione są sposoby na jej zwiększenie.

Do głównych zalet książki Thomas należy jej zwięzłość i przejrzysty sposób podania informacji. Dla osób nie posiadających zbyt wiele wolnego czasu i zmuszonych do czytania tego typu publikacji w biegu dodatkową zaletą będzie niewielka objętość książki – zawiera ona jedynie 109 stron, a jej lektura nie zajmuje zbyt wiele czasu.

Dla kogo jeszcze, poza wspomnianymi zabieganymi managerami ta książka będzie odpowiednia? Z pewnością będzie przydatna dla osób zajmujących się komunikacją wewnętrzną, a pewne jej fragmenty (te dotyczące budowania przekonującej argumentacji) zainteresują rzeczników prasowych oraz osoby odpowiedzialne za kontakty z mediami.