

یاد بگیرید که عاشق کار در یک شبکه باشید

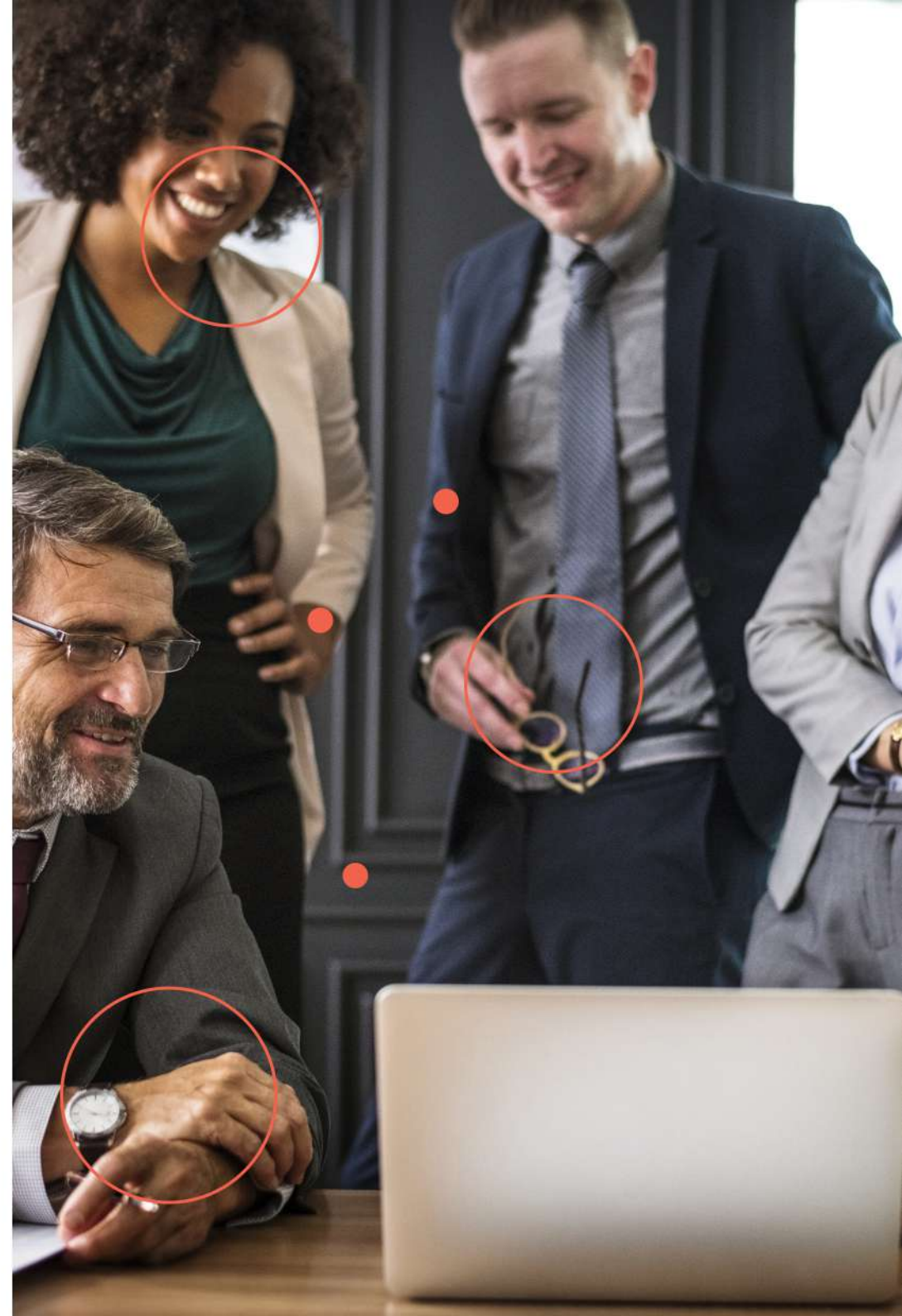
«من از کار با شبکه و شبکه‌سازی متنفرم». این یک جمله آشناست اما در دنیای امروز، شبکه‌سازی یک مفهوم ضروری است و خوشبختانه از این طریق می‌توان از حس تنفر نسبت به آن کم کرد. نویسندگان این متن با تکیه بر آزمایش‌های صورت گرفته و مطالعات انجام شده در یک شرکت حقوقی بزرگ، چهار استراتژی بیشتر را شناسایی کرده‌اند.

ما همیشه این جمله را از زبان مدیران، متخصصان و دانشجویان رشته مدیریت می‌شنویم. آن‌ها معتقدند که کار با شبکه باعث می‌شود احساس ناراحتی و سردرگمی کنند. اگرچه برخی از افراد علاقه خوبی به این موضوع دارند، یعنی افراد برون‌گرایی که تعامل و ارتباطات اجتماعی را دوست دارند و در آن رشد می‌کنند، اما بسیاری از افراد این موضوع را تا حد زیادی غیر دوست داشتنی، سلطه‌گرایانه و غیرواقعی می‌دانند.

اما در دنیای امروز، شبکه‌سازی یک ضرورت است. تعداد زیادی از تحقیقات نشان می‌دهد که شبکه‌های حرفه‌ای منجر به فرصت‌های شغلی و کسب‌وکار بیشتر، اطلاعات گسترده‌تر و عمیق‌تر، ظرفیت بهتر برای نوآوری، پیشرفت سریع‌تر و موقعیت و توانایی بیشتر می‌شوند. ایجاد و پرورش روابط حرفه‌ای نیز باعث بهبود کیفیت کار و افزایش رضایت شغلی خواهد شد.

به‌عنوان مثال وقتی ۱۶۵ وکیل را در یک شرکت حقوقی بزرگ در آمریکای شمالی مورد مطالعه قرار دادیم، متوجه شدیم که موفقیت آن‌ها به توانایی‌شان در ایجاد شبکه موثر هم در داخل سازمان (برای اینکه خودشان با مشتریان در ارتباط باشند) و هم در خارج سازمان (برای رشد کسب‌وکار در شرکت) بستگی دارد. افرادی که این نوع فعالیت شبکه سازی را دوست نداشتند و از انجام آن اجتناب می‌کردند، نسبت به افراد مشابه خود درآمد کمتری داشتند.

خوشبختانه، تحقیقات ما نشان می‌دهد که می‌توان بر حس تنفر از شبکه‌سازی غلبه کرد. ما چهار استراتژی را برای کمک به افراد برای تغییر طرز فکرشان شناسایی کرده ایم.



تمرکز بر یادگیری کار با شبکه



سازمان ملی یادگیری و نوآوری
معاونت ملی یادگیری و نوآوری
۱۳۹۵

اکثر مردم تمرکز انگیزشی بالایی دارند، چیزی که روانشناسان از آن به عنوان ذهنیت «پیشرفت» یا «پیشگیری» یاد می‌کنند. کسانی که در دسته اول قرار می‌گیرند اساساً به رشد، پیشرفت و دستاوردهایی می‌اندیشند که شبکه می‌تواند برای آن‌ها به وجود بیاورد، درحالی‌که کسانی که در دسته دوم هستند این مورد را به عنوان موردی تلقی می‌کنند که به دلایل حرفه‌ای مجبور به مشارکت در انجام آن هستند.

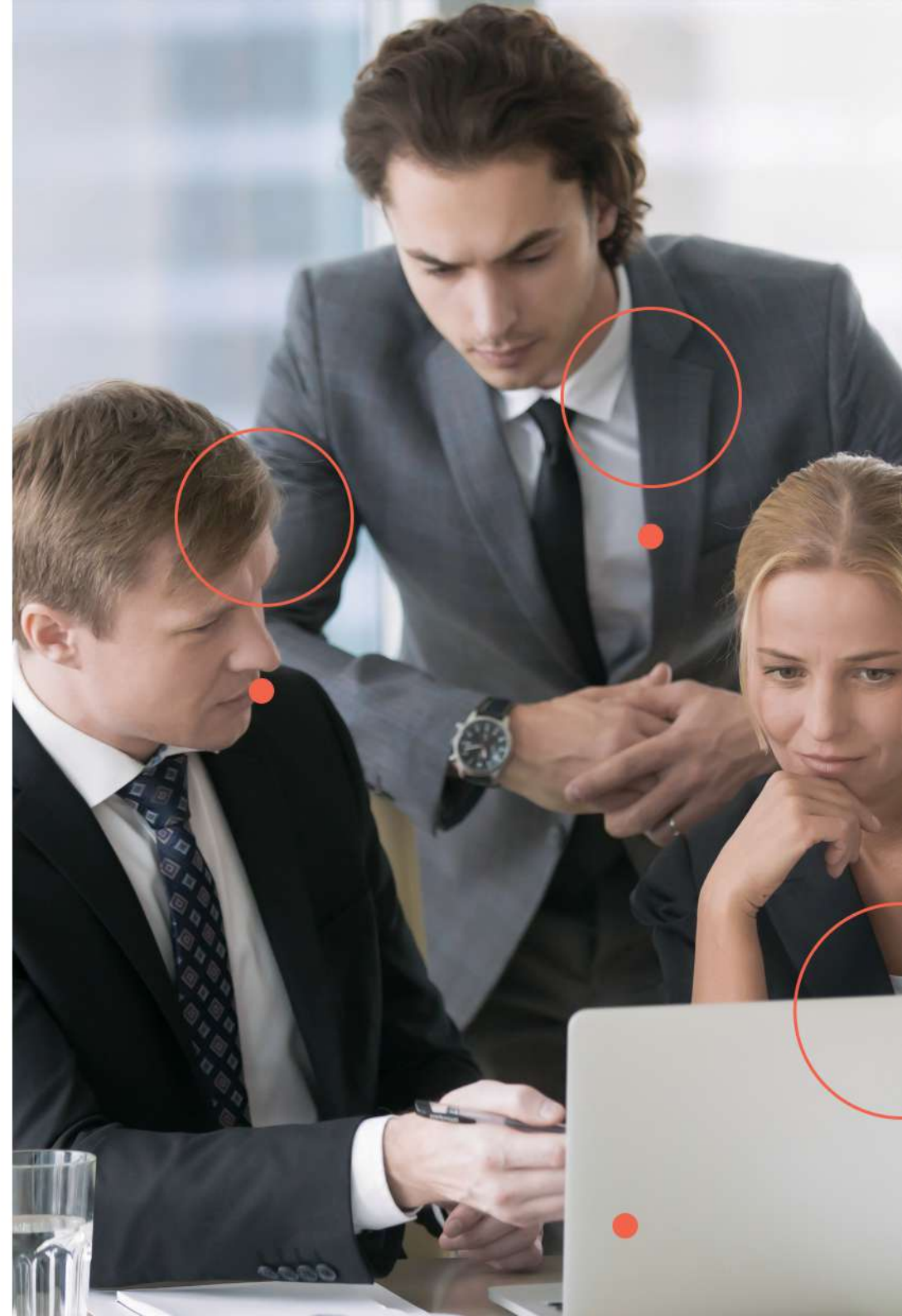
در آزمایش‌های صورت‌گرفته که در ایالات متحده و ایتالیا بر روی دانشجویان و افراد شاغل انجام دادیم و در یک مورد دیگر که بر روی ۱۷۴ وکیل در یک شرکت مطالعه کردیم، اثرات هر دو نوع تفکر را بررسی نمودیم. افراد متمرکز بر تبلیغات به دلیل اینکه تمایل به کار با شبکه داشتند و با هیجان، کنجکاوی و ذهنی باز درباره همه احتمالاتی که ممکن است به وجود بیاید، به این کار نزدیک شدند.

افراد متمرکز بر تفکر پیشگیرانه، شبکه‌سازی را یک عامل اضافی می‌دانستند و درحالی‌که درگیر آن بودند، احساس می‌کردند که کار با آن معتبر نیست، بنابراین کمتر این کار را انجام می‌دادند و در نتیجه در جنبه‌های شغلی خود عملکرد ضعیفی داشتند.

خوشبختانه، همان‌طور که کارول دوک از دانشگاه استنفورد در تحقیقات خود اعلام کرده است، این امکان وجود دارد که طرز فکر خود را از تفکر پیشگیرانه به تفکر رشد و پیشرفت تغییر دهید، طوری که شبکه را به عنوان فرصتی برای کشف و یادگیری به جای یک وظیفه طاقت‌فرسا ببینید.

یک عملکرد اجتماعی مرتبط با کار را در نظر بگیرید که احساس می‌کنید موظف هستید در آن شرکت کنید. در این خصوص می‌توانید به خود بگویید: «من از این نوع اتفاقات متنفرم. من مجبورم یک برنامه اجرا کنم و با دیگران درباره آن حرف بزنم و وانمود کنم که دوستش دارم» یا می‌توانید به خودتان بگویید: «چه کسی می‌داند شاید هم جالب باشد.» گاهی اوقات در زمانی که انتظارش را ندارید، ذهنیتی دارید که ایده‌های جدیدی را مطرح می‌کند و منجر به تجربیات و فرصت‌های جدید می‌شود.

اگر فردی درونگرا هستید، قطعاً نمی‌توانید به راحتی بخواهید که برونگرا باشید. اما هرکسی می‌تواند انتخاب کند که کدام تمرکز انگیزشی را وارد شبکه‌سازی کند. روی نکات مثبت تمرکز کنید، اینکه چگونه شبکه به شما کمک می‌کند دانش و مهارت‌های مورد نیاز شغلی خود را تقویت کنید و این فعالیت بسیار با ارزش به نظر می‌رسد.





علائق مشترک خود را

با دیگران شناسایی کنید



سازمان مدیریت صنعتی
انستیتوی ملی توسعه کسب و کار
۱۳۷۵

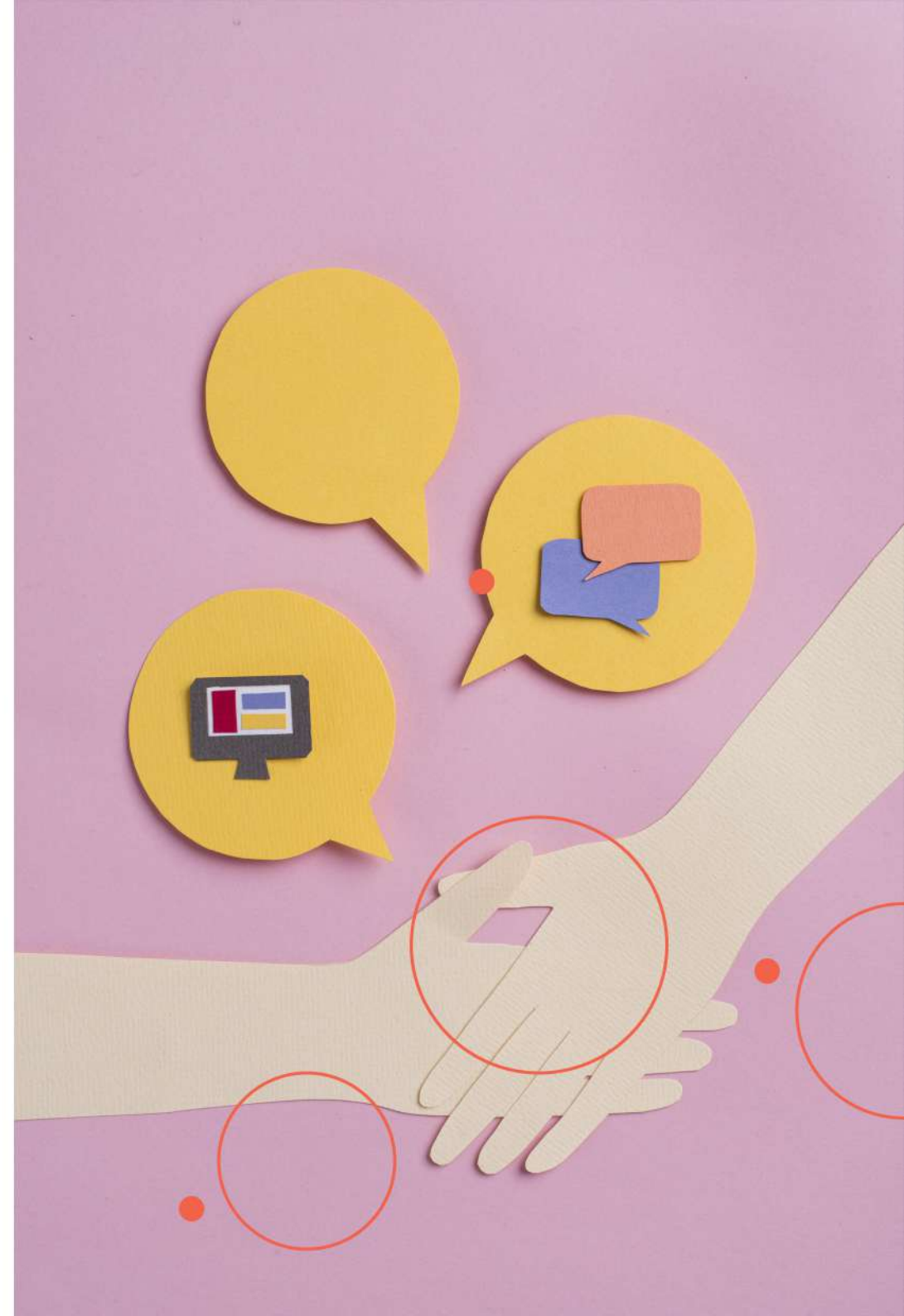
گام بعدی برای دلپذیرتر کردن کار با شبکه این است که به این فکر کنید که چگونه علائق و اهداف شما با افرادی که با آنها روبرو می‌شوید، همسو می‌شود و چگونه می‌تواند به شما در ایجاد روابط کاری معنادار کمک کند. بر بیان اوزی از دانشگاه نورث وسترن این مفهوم را فعالیت‌های مشترک می‌نامد. او توضیح می‌دهد: «شبکه‌های قدرتمند از طریق ارتباطات معمولی شکل نمی‌گیرند، بلکه از طریق فعالیت‌های نسبتاً پُر ریسکی که شما را با افراد مختلف مرتبط می‌کند، ایجاد می‌شوند».

مطالعات متعدد در روانشناسی اجتماعی نشان داده است که افراد زمانی که با هم بر روی وظایفی که به مشارکت یکدیگر نیاز دارند، تمرکز می‌کنند، مشارکتی‌ترین و طولانی‌ترین ارتباطات را برقرار می‌کنند. در واقع، تحقیقاتی که یکی از ما (تیزیانا) با میگل سوسا لوبو از INSEAD انجام داد، نشان داد که این «وابستگی متقابل وظایف» می‌تواند یکی از بزرگ‌ترین منابع انرژی مثبت در روابط حرفه‌ای باشد.

رویکردی را در نظر بگیرید که کلود گرونیتزکی، یک کارآفرین با سابقه در صنایع رسانه، زمانی که قصد ملاقات با جفرسون هک، بنیانگذار مجله موسیقی زیرزمینی بریتانیایی با نام Dazed & Confused را داشت، معرفی کرد. همان‌طور که در مطالعه موردی مدرسه بازرگانی هاروارد توسط جولی باتیلانا، لاکشمی راماراجان و جیمز وبر، گرونیتزکی، که در آن زمان ۲۲ سال داشت و در حال آماده شدن برای تأسیس اولین شرکت خود، یک مجله شهری هیپ هاپ در لندن بود، هر چه توانست در مورد هک اطلاعات یاد گرفت.

گرونیترزکی می‌گوید: «من تمام مجلات هک را خواندم، متوجه شدم درباره چه چیزی می‌نویسد و چه گروه‌هایی را مورد مطالعه قرار می‌دهد. من آنقدر این کار را انجام دادم که احساس کردم تقریباً می‌توانم شخصیت او را قبل از ملاقاتمان حدس بزنم». گرونیترزکی که به آن اطلاعات دست یافته بود و متقاعد شده بود که او و هک دیدگاه و آرزوهای مشابهی دارند، با نزدیک شدن به بزرگان صنعت احساس آسودگی بیشتری می‌کرد.

هنگامی که شبکه شما توسط علایق اساسی و مشترکی که از طریق تحقیقات جدی شناسایی کرده‌اید هدایت می‌شود، احساسات شما واقعی‌تر و معنادارتر می‌شود و به احتمال زیاد منجر به روابطی می‌شود که این ویژگی‌ها را نیز دارند.





به طور کامل

در مورد آنچه می‌توانید ارائه دهید،

فکر کنید

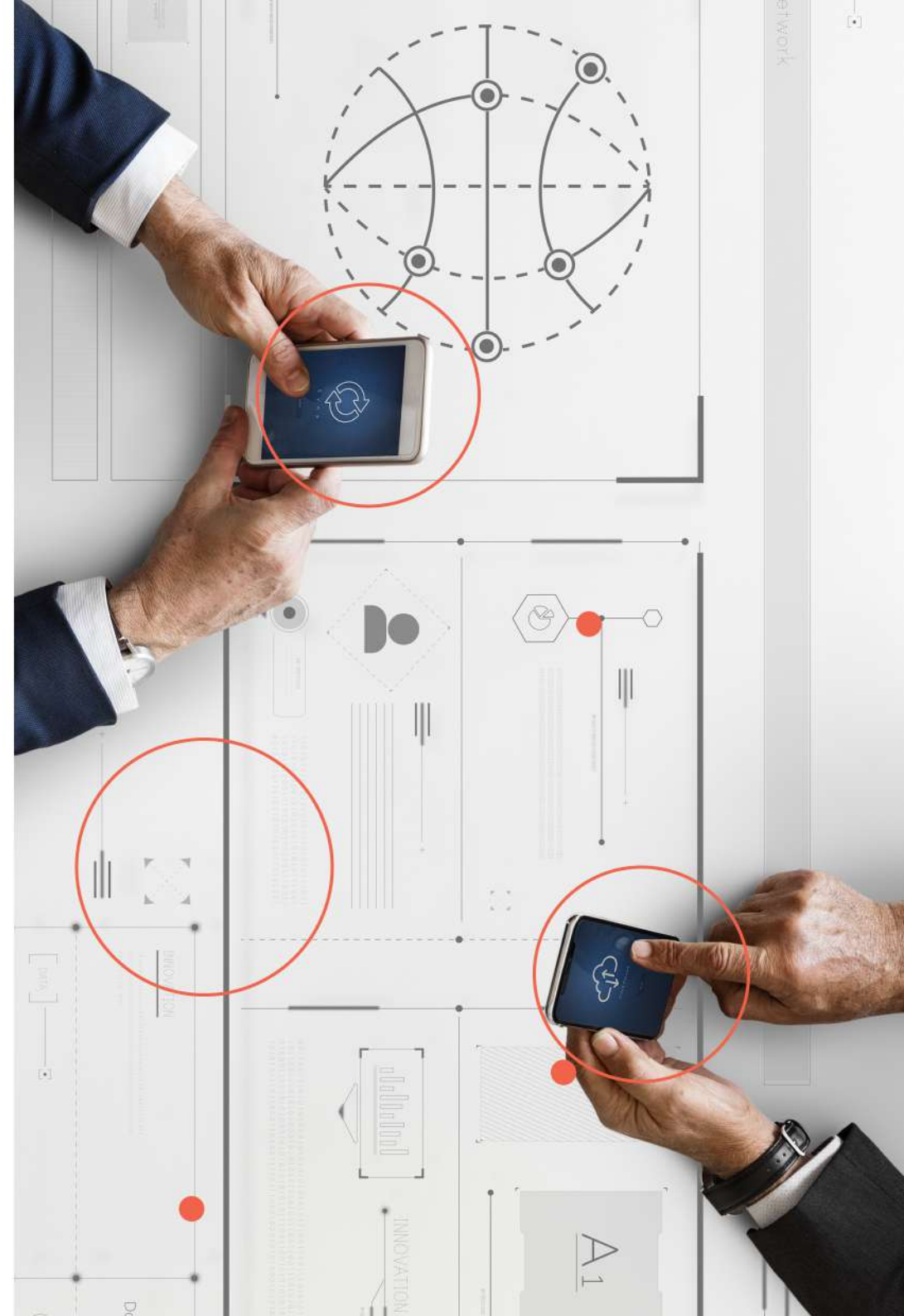


حتی وقتی با کسی سلیق مشترکی ندارید، احتمالاً می‌توانید با فکر کردن فراتر از چیزهای بدیهی، چیز ارزشمندی برای ارائه پیدا کنید. البته، این موضوع همیشه آسان نیست. ما دریافته‌ایم افرادی که احساس ناتوانی می‌کنند، به دلیل اینکه در سازمان‌هایشان تازه‌کار هستند، یا اینکه در اقلیت هستند یا به دلایل دیگر، اغلب بر این باورند که در ارائه ناتوانند و بنابراین کمترین احتمال را دارند که در شبکه‌سازی مشارکت کنند، حتی اگرچه آن‌ها کسانی هستند که احتمالاً بیشترین بهره را از آن خواهند برد.

این مشکل در دو مطالعه که ما در شرکت حقوقی ذکر شده در بالا انجام دادیم که گروه‌های مختلف وکلا را در مقاطع زمانی مختلف بررسی کردند، بیشتر مشخص شد. ما دریافتیم که افراد با رده‌های شغلی بالاتر معمولاً به دلیل قدرت بیشترشان در سازمان، بسیار راحت‌تر از افراد تازه‌کار در شبکه‌سازی فعال هستند. این یک نتیجه منطقی است. وقتی مردم باور دارند که چیزهای زیادی برای ارائه به دیگران دارند، مانند ارائه مشورت عاقلانه، راهنمایی، ایجاد دسترسی و منابع برای دیگران، کمتر خودمحورانه رفتار کرده و احساس آسودگی بیشتری دارند.

یک آزمایش کنترل‌شده این یافته را تأیید کرد: «افرادی که به آن‌ها احساس قدرت را القا می‌کردیم، نسبت به افرادی که به شرایطی اختصاص داده شده بودند که احساس ناتوانی می‌کردند، کمتر احساس تنفر نسبت به کار با شبکه داشتند و بیشتر مایل به انجام آن بودند».

اگر کار با شبکه باعث می‌شود احساس بدی داشته باشید، تنها نیستید. بسیاری از مردم شبکه‌های حرفه‌ای را آنقدر بد می‌دانند که از نظر اخلاقی و فیزیکی احساس بدی در قبال آن دارند. در یک آزمایش کنترل‌شده، از ۳۰۶ بزرگسال که در سازمان‌های مختلف کار می‌کردند، خواستیم درباره زمان‌هایی بنویسند که برای پیشرفت حرفه‌ای یا در شبکه‌های اجتماعی برای دوستیابی مشغول به فعالیت بودند. سپس از آن‌ها خواستیم قسمت‌های خالی کلمات را تکمیل کنند، مانند: S_P، W_H، SH_ER. این یک معیار از ترجیح ناخودآگاه است که برای اولین بار توسط شن بو زونگ، از دانشکده مدیریت روتن و کاتی لیچنکوئیست، از دانشکده مدیریت ماریوت استفاده شد.





شرکت‌کنندگانی که شبکه‌های حرفه‌ای را به خاطر می‌آوردند، کلمات «WASH, SHOWER» و «SOAP»، کلمات مرتبط با تمیزی و بهداشت را دو برابر بیشتر از کسانی که شبکه‌های اجتماعی را به یاد می‌آوردند و اغلب کلمات خنثی مانند «WISH, STEP, SHAKER» می‌نوشتند، نوشتند. به عبارت دیگر، اگرچه اکثر شرکت‌کنندگان، کار با شبکه را برای اجتماعی شدن و دوست‌یابی مثبت تلقی کردند، اما آن را برای ارتقای شغل خود موضوعی کاملاً منفی در نظر می‌گرفتند. حس منفی‌گرایی آن‌ها صرفاً حس دوست نداشتن یا ناراحتی نبود بلکه احساس عمیق‌تری از آلودگی اخلاقی و اصالت نداشتن شبکه بود.

باین‌حال، حتی کسانی که رتبه شغلی پایین‌تر و قدرت سازمانی کمتری دارند، تقریباً مطمئناً بیش از آنچه که تصور می‌کنند، اطلاعات برای ارائه به دیگران دارند. آلن کوهن و دیوید برادفورد در کتاب خود تحت تأثیر نفوذ خاطر نشان می‌کنند که بیشتر مردم تمایل دارند به منابعی که دیگران برای آن‌ها ارزش قائل هستند، بسیار کمتر فکر کنند. آن‌ها روی چیزهای ملموس و مرتبط با مسائلی مانند پول، ارتباطات اجتماعی، پشتیبانی فنی و اطلاعات تمرکز می‌کنند، درحالی‌که موضوعاتی مانند قدردانی، شناخت و شهرت افزایش یافته که کمتر شناخته شده هستند، را نادیده می‌گیرند. به‌عنوان مثال، **اگرچه مربیان معمولاً دوست دارند به دیگران کمک کنند، اما وقتی از آن‌ها برای کمک‌هایشان تشکر می‌شود، بیشتر از آن لذت می‌برند.**

هرچه ابراز قدردانی صمیمانه‌تر باشد، ارزش آن برای دریافت کننده بیشتر است. یک فرد جوان حرفه‌ای به ما گفت که وقتی ۳۰ ساله شد، به ۳۰ نفری که احساس می‌کرد بیشترین سهم را در رشد حرفه‌ای‌اش داشته‌اند، نامه نوشت و از آن‌ها تشکر کرد و روش‌های خاصی را که هرکدام به او کمک کردند را توضیح داد. دریافت کنندگان این نامه بدون شک از تشکر و تأیید شخصی خوشحال خواهند شد. وقتی قدردانی به صورت عمومی ابراز می‌شود، می‌تواند باعث مشهورتر شدن یک مشاور در محل کارش شود. به این موضوع فکر کنید که وقتی از رئیس و مافوق خود تعریف می‌کنید و تمام راه‌هایی را که زیر نظر او پیشرفت کرده‌اید را بیان می‌کنید، چه تاثیری بر روی آن‌ها خواهد داشت.





همچنین ممکن است دیدگاه یا دانش خاصی داشته باشید که می‌تواند برای کسانی که با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنید، مفید باشد. به‌عنوان مثال، افراد جوان اغلب نسبت به همکاران با تجربه خود در مورد مسائل جدید بازارها و فناوری‌های جدید مطلع‌تر هستند. گرونیتزکی یک نمونه بارز از این موضوع است. او گفت: «می‌دانستم می‌توانم اطلاعات جدیدی را برای [جفرسون هک] بیاورم، که یک متخصص در هیپ‌هاپ بود. این رابطه در نهایت به یک مسیر دو طرفه تبدیل شد.»

کار در یک شبکه، زمانی مطلوب‌تر به نظر می‌رسد که به این فکر کنید بیشتر از آنچه به دیگران ارائه می‌کنید می‌توانید از آن‌ها دریافت کنید، آن وقت است که کار در یک شبکه مطلوب‌تر به نظر می‌رسد و بنابراین ارزش بیشتری برای وقت شما دارد.

یک هدف بالاتر پیدا کنید



سازمان اقتصاد و صنعت
معاونت عالی اقتصاد
۱۳۵۵



عامل دیگری که بر علاقه و اثربخشی افراد در یک شبکه تأثیر می‌گذارد، هدف اصلی است که آن‌ها هنگام انجام فعالیت در ذهن دارند. در شرکت حقوقی که ما مطالعه کردیم، متوجه شدیم که وکلایی که بر مزایای جمعی ایجاد ارتباطات (حمایت از شرکت و کمک به مشتریان) به جای وکلای شخصی (حمایت یا کمک به حرفه شخصی) تمرکز می‌کنند، احساس واقعی‌تری داشتند و درحین کار با شبکه حس بهتری داشتند، احتمال بیشتری داشت که به شبکه متصل شوند و در نتیجه حقوق دریافتی بیشتری داشتند.

هر فعالیت کاری زمانی جذاب‌تر می‌شود که به هدفی بالاتر منتهی شود. بنابراین شبکه خود را با این شرایط ایجاد کنید. ما رویکردی را مشاهده کردیم که به مدیران زن کمک می‌کند تا بر ناراحتی خود در مورد پیگیری ارتباطات با روزنامه‌نگاران غلبه کنند. وقتی به آن‌ها یادآوری می‌کنیم که استفاده از صدای زنان در تجارت و رسانه کمتر مورد توجه است ممکن است این موضوع به مقابله با تعصب جنسیتی کمک کند و بی‌میلی آن‌ها نسبت به این موضوع اغلب فروکش می‌کند.



آندره استر، مدیر عامل eBay در کانادا، چنین تغییری در دیدگاه خود داشت. او به ما گفت: «من باید بر این احساس غلبه می‌کردم که قرار گرفتن شخص خودم در رسانه‌ها رویکردی خودمحورانه و نامناسب است. من متوجه شدم که دیدگاه من در واقع برای شرکت‌م و به‌طور کلی برای تصویر زنان در دنیای تجارت خوب است. دیدن حضور رسانه‌ای خود به عنوان راهی برای حمایت از همکارانم و دیگر زنان حرفه‌ای، به من اجازه داد تا دست به اقدامی بزنم و ارتباطاتی را که قبلاً ایجاد نکرده‌ام را ایجاد کنم.»

بسیاری از ما، اگرچه نه همه ما، درباره موضوع کار با شبکه دمدمی هستیم. ما می‌دانیم که شبکه‌سازی برای موفقیت حرفه‌ای ما بسیار مهم است، با این حال به نظر ما باعث اتلاف وقت‌مان می‌شود و اغلب آن را نامطلوب می‌دانیم.

اینگونه استراتژی‌ها می‌توانند به شما کمک کنند بر بی‌زاری خود از موضوع شبکه‌سازی غلبه کنید.

با تغییر ذهنیت، شناسایی و کشف علائق مشترک، دیدگاه خود را نسبت به آنچه باید در یک شبکه ارائه دهید، گسترش خواهید داد و باعث می‌شود برای رسیدن به هدفی بالاتر، در ایجاد روابطی که برای همه مهم است، هیجان‌زده شده و موثرتر بشوید.

منبع:

Casciaro, T., Gino, F., & Kouchaki, M. (2016).
Managing Yourself Learn to Love Networking. Harvard Business Review, 94(5), 104-107.

اگر علاقه‌مند هستید شبکه‌سازی حرفه‌ای را یاد بگیرید، دوره شبکه‌سازی از طریق لینکدین در سبد مجموعه مهارت‌های نرم که هر فردی برای توسعه فردی به آن نیاز دارد، وجود دارد و شما می‌توانید از طریق کلیک کردن روی لینک پایین، اطلاعات دوره جامع توسعه مهارت‌های نرم را به دست آورید.

<https://b2n.ir/s08412>



📍 خیابان میر، خیابان مصلی
بالتر از چهارراه دهش، شماره ۷۴

☎️ ۰۸-۲۰۶۰۳۷۳۶۶ (۰۳۱)

🌐 imiesf.org

🌐 [imiesf](https://www.linkedin.com/company/imiesf)

📷 [imi.esfahan](https://www.instagram.com/imi.esfahan)

📍 [imi_esfahan](https://www.instagram.com/imi_esfahan)

دوره جامع
توسعه
مهارت‌های نرم
Soft skills