|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Id | Source | Target |
| [Screen 1](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=1_C_2)  [1\_C\_2](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=1_C_2) | In today’s business environment, where people are connected globally 24/7, communication is more important than ever.  This course will explain some simple steps we can all take to communicate ethically, responsibly, and professionally. | בסביבה העסקית של ימינו, שבה אנשים מחוברים גלובלית סביב השעון (24/7), התקשורת חשובה מתמיד.  קורס זה יסביר כמה צעדים פשוטים שניתן לנקוט כדי לתקשר בצורה אתית, אחראית ומקצועית. |
| [Screen 2](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=2_C_3)  [2\_C\_3](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=2_C_3) | Upon completion of this course, you will be able to:   * Use clear, precise, unambiguous language in business communications; * Regulate your tone and emotions to avoid misunderstandings; * Select the most appropriate channel for your message; and * Know where to go for help and support.   This course will take approximately 35-40 minutes to complete. | לאחר השלמת הקורס תהיו מסוגלים:   * להשתמש בשפה ברורה, מדויקת וחד משמעית בתקשורת עסקית; * לווסת את הטון והרגשות שלכם על מנת למנוע אי הבנות; * לבחור את הערוץ ההולם ביותר עבור המסר שלכם; וגם * לדעת לאן לפנות כדי לקבל עזרה ותמיכה.   להשלמת הקורס יידרשו כ-35-40 דקות. |
| [Screen 3](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=3_C_4)  [3\_C\_4](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=3_C_4) | The icons at the top of the screen provide one-click access to key resources:   * The Table of Contents, * Important contact information, and * Reference material.   In addition, you can use the Exit icon to close the course window. | הסמלים שבראש המסך מאפשרים גישה בלחיצה אחת למשאבים מרכזיים:   * תוכן העניינים, * פרטים חשובים ליצירת קשר, וכן * חומר לעיון.   בנוסף, תוכלו להשתמש בלחצן "יציאה" כדי לסגור את חלון הקורס. |
| [Screen 4](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=4_C_5)  [4\_C\_5](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=4_C_5) | There are several features to help guide you through the course:   * The Back and Forward arrows allow you to move from screen to screen. * A horizontal slider bar at the bottom of the screen allows you to see where you are in the course. * The Table of Contents lets you navigate from section to section. | קיימות כמה תכונות שיאפשרו לכם לנווט בקורס:   * החיצים "אחורה" ו"קדימה" מאפשרים לעבור בין מסכים. * מחוון אופקי בתחתית המסך מאפשר לכם לראות את התקדמותכם בקורס. * תוכן העניינים מאפשר לכם לנווט בין החלקים השונים. |
| [Screen 5](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=5_C_6)  [5\_C\_6](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=5_C_6) | Knowledge Check  Once you have reviewed the content of this course, you will be required to complete a 10-question Knowledge Check.  The Knowledge Check can be taken at any time by clicking the Table of Contents icon and selecting Knowledge Check. | בדיקת ידע  לאחר העיון בתוכני הקורס תתבקשו למלא שאלון בדיקת ידע המורכב מ-10 שאלות.  תוכלו לבצע את בדיקת הידע בכל עת באמצעות לחיצה על סמל תוכן העניינים ובחירה ב"בדיקת ידע". |
| [Screen 6](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=6_C_7)  [6\_C\_7](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=6_C_7) | In this section, we will explain why it is essential to always consider your audience when communicating.  We will demonstrate how language, tone, and emotions play a significant role in how your message is received and interpreted. | ֿבחלק זה נסביר מדוע חיוני שתמיד תחשבו על הקהל שלכם כשאתם מתקשרים עימו.  נדגים כיצד השפה, הטון והרגשות ממלאים תפקיד משמעותי באופן שבו המסר שלכם מתקבל ומתפרש. |
| [Screen 7](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=7_C_8)  [7\_C\_8](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=7_C_8) | Communicating carefully in a business environment requires us to consider how others are likely to interpret what we are saying.  It requires us to recognize that others have different beliefs, experiences, backgrounds, and identities than our own. | תקשורת זהירה בסביבה עסקית דורשת מאיתנו לשקול כיצד אחרים עשויים לפרש את מה שאנו אומרים.  היא דורשת מאיתנו להכיר בכך שלזולת יש אמונות, חוויות, רקע וזהות שונים משלנו. |
| [Screen 8](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=8_C_9)  [8\_C\_9](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=8_C_9) | Careful communication is more than simply avoiding offensive and discriminatory language or stopping yourself from making intolerant or threatening remarks.  It is recognizing that, while what you are saying may be clear to you, it may not be clear to others. | תקשורת זהירה היא יותר מאשר הימנעות מלשון פוגענית ומפלה או בלימה עצמית ממתן הערות בלתי סובלניות או מאיימות.  היא מכירה בכך שמה שאתם אומרים אמנם עשוי להיות ברור לכם, אך ייתכן שאינו ברור לאחרים. |
| [Screen 9](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=9_C_10)  [9\_C\_10](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=9_C_10) | A good way to think about communication is to imagine two people speaking to each other in person.  At its basic level, communication consists of a sender, a message, and a receiver. | דרך טובה לחשוב על תקשורת היא לדמיין שני אנשים מדברים זה עם זה פנים אל פנים.  ברמה הבסיסית ביותר שלה, תקשורת מורכבת מדובר, מסר ונמען. |
| [Screen 10](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=10_C_11)  [10\_C\_11](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=10_C_11) | When we communicate, we often assume that our message and its meaning are identical.  Unfortunately, this may not always be the case, because the meaning of a message can be open to interpretation. | כאשר אנו מתקשרים, אנו מניחים לעתים קרובות כי יש זהות בין המסר שלנו לבין משמעותו.  למרבה הצער, זה לא תמיד המצב והסיבה לכך היא שמשמעותו של מסר יכולה להיות פתוחה לפרשנות. |
| [Screen 11](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=11_C_12)  [11\_C\_12](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=11_C_12) | Always consider your audience before you communicate.  Imagine how others might interpret what you are saying and adjust your choice of words, tone, and body language accordingly.  CLICK EACH OF THE ICONS TO REVEAL QUESTIONS YOU SHOULD CONSIDER WHEN COMMUNICATING IN A BUSINESS ENVIRONMENT.  Is this an internal or an external audience?  Does the audience speak the same language?  Is this going to an individual or a group of people?  Is this going to a customer?  Are you communicating with your manager or a peer? | לפני העברת המסר, הקפידו תמיד לחשוב על הקהל שלכם.  דמיינו כיצד אחרים עשויים לפרש את מה שאתם אומרים והתאימו לכך את בחירת המילים, את טון הדיבור ואת שפת הגוף שלכם.  לחצו על כל אחד מהסמלים כדי לחשוף סוגיות שכדאי לשקול בעת תקשורת בסביבה עסקית.  האם הקהל פנימי או חיצוני?  האם הקהל דובר אותה שפה?  האם המסר מיועד לאדם יחיד או לקבוצה של אנשים?  האם המסר מכוון ללקוח?  האם אתם מתקשרים עם המנהל שלכם או עם עמית? |
| [Screen 12](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=12_C_13)  [12\_C\_13](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=12_C_13) | Careful communication requires the use of clear, concise, unambiguous language. | תקשורת זהירה מצריכה שימוש בשפה בהירה, תמציתית וחד משמעית. |
| [Screen 13](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=13_C_14)  [13\_C\_14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=13_C_14) | Your message may be clear to you, but it doesn't mean it’s going to be clear to your audience.  This risk increases in written communications, where feedback isn’t always immediate, and it is difficult to gauge whether the intended message is being received. | ייתכן שהמסר שלכם ברור לכם, אבל זה לא אומר שהוא יהיה ברור לקהל שלכם.  הסיכון הזה גובר כשהתקשורת מתקיימת בכתב. במצב כזה, המשוב אינו תמיד מיידי וקשה לאמוד אם המסר התקבל כפי שהתכוונתם. |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=14_C_15)  Activity: Scenario  [14\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=14_C_15) | Imagine . . .  A country manager sends a group email to employees:  We need to get this product moving. We are way behind where we are supposed to be. So, I need you to do whatever it takes to ensure we meet our numbers this month.  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | תארו לעצמכם . . .  מנהל ארצי שולח הודעת דוא"ל לעובדים:  צריך להתקדם עם המוצר הזה. אנו בפיגור. ולכן חשוב לי שתעשו כל מה שדרוש כדי להבטיח שנעמוד ביעדים המספריים שלנו החודש.  לא נכון!  נכון!  נכון חלקית! |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=16_C_15)  Activity: Questions  [16\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=16_C_15) | Do you think this message could pose a risk to the company?  [1] Yes  [2] No.  Submit | האם אתם חושבים שההודעה הזו עלולה לסכן את החברה?  [1] כן  [2] לא.  שלחו |
| [Screen 14](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=15_C_15)  Activity: Feedback  [15\_C\_15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=15_C_15) | While it is unlikely that the country manager’s intention is to encourage anything illegal, the fact is that the phrase, “I need you to do whatever it takes to ensure we meet our numbers,” is vague and open to interpretation.  If one of the employees, for instance, secured a contract while acting against company policy, they could point to the email and claim that the manager had given the green light to do whatever it takes to win the business. | לא סביר להניח שמנהל ארצי מעודד לעשות משהו מנוגד לחוק, אולם העובדה היא שהמשפט, "חשוב לי שתעשו כל מה שדרוש כדי להבטיח שנעמוד ביעדים המספריים שלנו" הוא עמום ופתוח לפרשנות.  אם אחד העובדים, למשל, השיג חוזה תוך כדי שפעל בניגוד למדיניות החברה, הוא יכול להצביע על הודעת הדוא"ל ולטעון כי המנהל נתן לו אור ירוק לעשות כל מה שדרוש על מנת לזכות בעסקה. |
| [Screen 15](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=17_C_16)  [17\_C\_16](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=17_C_16) | Here is a simple technique to help ensure the meaning of your message is as clear as possible. | להלן טכניקה פשוטה שבאמצעותה תוכלו להבטיח כי משמעות המסר שלכם תהיה ברורה ככל האפשר. |
| [Screen 16](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=18_C_17)  [18\_C\_17](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=18_C_17) | First, consider your word choice.  Make sure that the words you are using are clear, precise, and unambiguous. Simply put, choose words that are simple to understand. | ראשית, שקלו את בחירת המילים שלכם.  ודאו כי המילים שבהן אתם משתמשים הן ברורות, מדויקות וחד משמעיות. בפשטות, בחרו מילים קלות להבנה. |
| [Screen 17](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=19_C_18)  [19\_C\_18](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=19_C_18) | Second, check to make sure you have provided sufficient context.  By providing appropriate context, you can avoid confusion and ambiguity.  For example, if you are referencing someone or something, make sure you have provided enough detailed information to ensure it is clear who or what you are talking about. | שנית, בדקו וודאו כי סיפקתם הקשר מספק.  מתן הקשר מתאים יאפשר לכם להימנע מבלבול ועמימות.  לדוגמה, אם אתה מתייחסים למישהו או משהו, ודאו שנתתם מידע מפורט במידה כזו שתבטיח כי ברור על *מי* או על *מה* דיברתם. |
| [Screen 18](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=20_C_19)  [20\_C\_19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=20_C_19) | Third, avoid using legal terms.  Inadvertent use of legal language can have serious repercussions. Unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion, always avoid using legal terms, such as “negligent,” “illegal,” “reckless,” or “liable.” These terms can alter the meaning of your message. They can also be interpreted and/or used by third parties as admissions of liability in litigation. | שלישית, הימנעו משימוש במונחים משפטיים.  שימוש בשפה משפטית בהיסח הדעת עלול להביא להשלכות חמורות. אם אינכם עורכי דין ולא הוסמכתם לתת חוות דעת משפטית, הימנעו תמיד משימוש במונחים משפטיים כגון "רשלני", "בלתי חוקי", "פזיז" או "אחראי מבחינה משפטית". מונחים אלה יכולים לשנות את משמעות המסר שלכם. כמו כן, הם יכולים להתפרש ו/או להיות מנוצלים על ידי צד שלישי כהודאה באחריות במסגרת דיון משפטי. |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=21_C_20)  Activity: Scenario  [21\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=21_C_20) | Imagine . . .  A training manager emails a colleague about a virtual workshop attended as part of new product training.  The way they train on this product is unbelievable. Nobody learns anything. It is negligent!  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | תארו לעצמכם . . .  מנהל הכשרה שולח דוא"ל לאחד מעמיתיו בנוגע לסדנה וירטואלית הנערכת במסגרת הדרכה על מוצר חדש.  אני לא מאמין איך הם מעבירים את ההדרכה הזאת. אף אחד לא לומד כלום. זו רשלנות!  לא נכון!  נכון!  נכון חלקית! |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=23_C_20)  Activity: Questions  [23\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=23_C_20) | What do you think the training manager is trying to say?  [1] They are trying to say that the training observed was not very good.  [2] They are trying to say that training does not comply with the minimum standards required by law.  Submit | מה אתם חושבים שמנהל ההכשרה מנסה לומר?  [1] הוא מנסה לומר שההכשרה שצפה בה לא הייתה טובה במיוחד.  [2] הוא מנסה לומר שההכשרה אינה עומדת בתקני המינימום הנדרשים בחוק.  שלחו |
| [Screen 19](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=22_C_20)  Activity: Feedback  [22\_C\_20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=22_C_20) | What the training manager is trying to say is that, in their opinion, the training observed was not very good. Using the term “negligent” could be interpreted by others as a legal opinion that the training does not comply with the minimum standards required by law. This communication could be used by third parties to argue that Abbott’s training is insufficient, and the company is violating the law. | מנהל ההכשרה מתכוון לומר, לדעתו, שההכשרה שצפה בה לא הייתה טובה במיוחד. השימוש במונח "רשלנות" יכול להתפרש על ידי אחרים בתור דעה משפטית, שלפיה ההכשרה אינה עומדת בתקני המינימום הנדרשים בחוק. צורת תקשורת זו יכולה לשמש צדדים שלישיים כדי לטעון שההכשרה של Abbott אינה מספקת וכי החברה מפרה את החוק. |
| [Screen 20](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=24_C_21)  [24\_C\_21](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=24_C_21) | Finally, avoid the use of emojis and emoticons.  Even though emojis and emoticons are often considered harmless and playful, they can mean different things in different cultures and social settings. This can lead to serious misunderstandings in business communications. | לבסוף, הימנעו משימוש באימוג'ים ובפרצופוני רגשות.  למרות שהאימוג'ים והפרצופונים נחשבים לעתים קרובות כבלתי מזיקים ומשעשעים, הם יכולים להתפרש בדרכים שונות בתרבויות ובמסגרות חברתיות שונות. הדבר יכול להוביל לאי הבנות חמורות במסגרת תקשורת עסקית. |
| [Screen 21](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=25_C_22)  [25\_C\_22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=25_C_22) | Careful communication also avoids assumptions and the presentation of opinions as facts.  This doesn't mean that you can't speculate on something. It means that if you do, you should be clear that you are expressing your opinion and not presenting a fact.  For example, in a personal context there may be little harm in suggesting to a friend, ". . . that Company X will be out of business in a couple of years." But in a business context, this kind of speculation could be misinterpreted as a fact or a well-informed conclusion. It could then be used as the basis for a business decision – possibly with unfortunate consequences. | תקשורת זהירה נמנעת גם מהנחות והצגת דעות כעובדות.  זה לא אומר שאינכם יכולים להעלות השערות בנוגע לדבר זה או אחר. זה אומר שאם אתם כבר עושים זאת, עליכם להבהיר כי מדובר בהבעת דעה ולא בהצגת עובדה.  לדוגמה, בהקשר אישי עשוי להיגרם רק נזק קל בעקבות רמיזה לחבר, כי ". . . חברה X לא תהיה פעילה בעוד מספר שנים". אבל בהקשר עסקי, סוג זה של השערה עלול להתפרש בטעות כעובדה או כמסקנה מבוססת. בהמשך הדבר יכול לשמש כבסיס להחלטה עסקית – וייתכן שיהיו לה השלכות מצערות. |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=26_C_23)  Activity: Scenario  [26\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=26_C_23) | Imagine . . .  A regional sales manager hears a rumor that a new product in development has run into quality issues. The manager then attends a meeting where it is announced that the launch of the new product is going to be delayed. After the meeting, the manager sends a text message to a colleague:  Just heard . . . They’ve canceled the launch for the second time. Major quality issues with the new product!  That’s partially correct!  That's correct!  That's partially correct! | תארו לעצמכם . . .  לאוזני מנהלת מכירות אזורית מגיעה שמועה שלפיה מוצר חדש בפיתוח נתקל בבעיות איכות. לאחר מכן המנהלת משתתפת בפגישה שבמהלכה מודיעים כי השקת המוצר החדש תתעכב. לאחר הפגישה, המנהלת שולחת הודעת טקסט לעמית:  הרגע שמעתי . . . שהם שוב ביטלו את ההשקה. בעיות איכות רציניות עם המוצר החדש!  נכון חלקית!  נכון!  נכון חלקית! |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=28_C_23)  Activity: Questions  [28\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=28_C_23) | Based on this text message, which of the following statements would you assume to be true?  [1] The launch has been canceled.  [2] There are quality issues with the new product.  [3] Both 1 and 2.  Submit | על סמך הודעת הטקסט, איזו מהאמירות הבאות תיראה לכם נכונה?  [1] ההשקה בוטלה.  [2] יש בעיות איכות עם המוצר החדש.  [3] גם 1 וגם 2.  שלחו |
| [Screen 22](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=27_C_23)  Activity: Feedback  [27\_C\_23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=27_C_23) | Most people would assume both statements were true – that the launch has been canceled and that the cancellation has been caused by “quality issues” with the new product.  The truth, however, is that the sales manager has no idea what has caused the delay. The manager has assumed the cancellation of the launch has been caused by (the rumor of) quality issues, consequently presenting that assumption as a fact. | רוב האנשים היו מניחים ששתי האמירות נכונות – ההשקה בוטלה והביטול נגרם בשל "בעיות איכות" עם המוצר החדש.  ואולם, האמת היא שלמנהלת המכירות אין מושג מה גרם לעיכוב. המנהלת הניחה שביטול ההשקה קרה בשל (השמועה על) בעיות איכות, וכתוצאה מכך הציגה הנחה זו כעובדה. |
| [Screen 23](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=29_C_24)  [29\_C\_24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=29_C_24) | How we say something is just as important as what we say.  Using the wrong tone when communicating may result in misunderstandings about the meaning of your message, affect perceptions, and suggest something we do not intend. | כיצד אנו אומרים משהו, חשוב לא פחות ממה שאנו אומרים.  שימוש בטון לא נכון בזמן תקשורת עלול להביא לאי הבנת המסר שאנו מנסים להעביר, להשפיע על תפיסות ולרמוז על משהו שכלל לא התכוונו אליו. |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=30_C_25)  Activity: Scenario  [30\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=30_C_25) | Imagine . . .  A sales representative who has just completed a contract negotiation with a customer at their office posts a sarcastic comment on social media:  OMG! Customer X has just remodeled their office. It is certainly different. LOL! They must think orange is the new black!  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | תארו לעצמכם . . .  נציג מכירות שזה עתה השלים משא ומתן ממושך על חוזה עם לקוח במשרדו, מפרסם הערה עוקצנית ברשתות החברתיות:  OMG! לקוח X בדיוק עיצב מחדש את המשרד שלו. הוא ללא ספק שונה. LOL! הוא בטח חושב שכתום הוא השחור החדש!  לא נכון!  נכון!  נכון חלקית! |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=32_C_25)  Activity: Questions  [32\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=32_C_25) | Now imagine that the post goes viral. How do you think Abbott’s customers and the public would react?  [1] They would wait for an official Abbott response before jumping to any conclusions.  [2] They would give the sales representative the benefit of the doubt and understand it is a joke.  [3] They would be shocked to see an Abbott employee display such an unprofessional attitude.  Submit | כעת תארו לכם שהפוסט הופך ויראלי. איך אתם חושבים שהלקוחות של Abbott וכלל הציבור היו מגיבים?  [1] ממתינים לתגובה רשמית של Abbott לפני שהם קופצים למסקנות.  [2] נותנים לנציג ליהנות מחמת הספק ומבינים כי מדובר בבדיחה.  [3] מגיבים בהלם נוכח העובדה שעובד של Abbott מפגין גישה כל כך לא מקצועית.  שלחו |
| [Screen 24](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=31_C_25)  Activity: Feedback  [31\_C\_25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=31_C_25) | Even though the sales representative was only joking, people who do not know this person or the situation are likely to think the customer’s taste in decor was being mocked. | למרות שנציג המכירות סתם התבדח, אנשים שאינם מכירים את האדם הזה או את המצב עשויים לחשוב שמישהו כאן לעג לטעמו של הלקוח בעיצוב. |
| [Screen 25](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=33_C_26)  [33\_C\_26](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=33_C_26) | Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications.  This is especially true in written communications, where visual cues (such as body language) and aural cues (such as vocal inflections) are absent. | טון דיבור עוקצני, אירוני ומתבדח, לא פעם מתפרש לא נכון בתקשורת עסקית.  זה נכון בפרט בתקשורת בכתב, שאין בה רמזים חזותיים (כגון שפת גוף) ורמזי שמע (כגון גוון קול). |
| [Screen 26](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=34_C_27)  [34\_C\_27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=34_C_27) | Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.  For example, phrases such as “Keep this between us,” “You won’t believe this, but,” or “For your eyes only” can make a completely appropriate activity appear inappropriate or unlawful. | אי הבנה יכולה לנבוע גם משימוש בטון דיבור ובשפה עם גוון של חשאיות ותככנות.  לדוגמה, אמירות כמו "שמור על זה בינינו", "לא תאמיני לזה, אבל" או "לעיניך בלבד" יכולות לגרום לפעילות ראויה לחלוטין להיראות בלתי הולמת או בלתי חוקית. |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=35_C_28)  Activity: Scenario  [35\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=35_C_28) | Imagine . . .  A government official is investigating a fraud allegation against a health care company accused of concealing negative information about one of its products.  During the investigation, the official comes across an email from one of the company’s researchers to a colleague:  Regarding what I told you earlier, let’s just keep that to ourselves. It would be a nightmare if this got out.  That's not correct!  That's correct!  That's partially correct! | תארו לעצמכם . . .  פקיד ממשל חוקר טענות מרמה כנגד חברה בתחום הבריאות הנאשמת בהעלמת מידע שלילי בנוגע לאחד ממוצריה.  במהלך החקירה, הפקיד נתקל בדוא"ל ששלחה חוקרת של החברה לעמיתה לעבודה:  בנוגע למה שאמרתי לך קודם, בואי לא נגלה את זה לאיש. יהיה זה סיוט אם זה יתגלה.  לא נכון!  נכון!  נכון חלקית! |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=37_C_28)  Activity: Questions  [37\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=37_C_28) | Given the fraud allegations, do you think it’s likely that this individual’s activities would be investigated further?  [1] Yes.  [2] No.  Submit | לאור טענות המרמה, האם סביר לדעתכם שיחליטו לחקור לעומק את פעילויות החוקרת הזו?  [1] כן.  [2] לא.  שלחו |
| [Screen 27](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=36_C_28)  Activity: Feedback  [36\_C\_28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=36_C_28) | Even though the researcher may not be involved in any fraudulent activity or cover-up, the secretive and conspiratorial tone of the email makes it appear so.  As it turns out, the email is about a personal matter; because of the tone and choice of words, the researcher could possibly be implicated in the allegations. | למרות שהחוקרת עשויה שלא להיות מעורבת בכל מעשה מרמה או טיוח, הטון החשאי והקונספירטיבי שעולה מהדוא"ל מותיר רושם כזה.  כפי שהתברר, הדוא"ל עסק בנושא אישי; בשל הטון ובחירת המילים, החוקרת עלולה להסתבך בהאשמות. |
| [Screen 28](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=38_C_29)  [38\_C\_29](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=38_C_29) | Our ability to control our emotions when we communicate has the potential to greatly affect others’ perceptions of what we are saying, and, ultimately, how they view us. | ליכולת שלנו לשלוט ברגשותינו בזמן תקשורת יש את היכולת להשפיע רבות על האופן שבו אחרים מבינים את מה שאנו אומרים, ובסופו של דבר, כיצד הם רואים אותנו. |
| [Screen 29](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=39_C_30)  [39\_C\_30](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=39_C_30) | While at times we may feel justified in venting our frustration or disappointment with a work colleague or business partner, it is important to maintain a healthy work environment.  Even if the outburst is brief, your colleagues may remember it long after your emotions have subsided. | בעוד שלפעמים אנו עשויים להרגיש שיש הצדקה להבעת התסכול או האכזבה שלנו מעמית לעבודה או משותף עסקי, חשוב לשמור על סביבת עבודה בריאה.  גם אם ההתפרצות קצרה, עמיתיכם עשויים לזכור אותה הרבה אחרי שרגשותיכם ישקעו. |
| [Screen 30](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=40_C_31)  [40\_C\_31](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=40_C_31) | Always take the time to calm down before you respond to someone.  Never send a message when you are upset. Instead, save a draft of the message for a period of time, re-read and adjust it, or consider not sending it at all. | הקפידו תמיד לקחת את הזמן להירגע לפני שאתם מגיבים למישהו.  לעולם אל תשלחו הודעה כשאתם עצבניים. במקום זאת, שמרו טיוטה של ההודעה לזמן מה, קראו אותה מחדש והכניסו התאמות, או שקלו לא לשלוח אותה כלל. |
| [Screen 31](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=41_C_32)  [41\_C\_32](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=41_C_32) | Here are some other ways to regulate your emotions when communicating.  Use neutral language. For example, using "issue" instead of "problem" or "challenge" rather than "disaster" keeps things more objective and less emotional.  Avoid emotionally loaded terms, for example, “stupid,” “lazy,” or “dangerous.” Such words can be easily taken out of context.  Finally, if you ever have any doubt about something you are about to communicate, consult a colleague or your manager. | להלן כמה דרכים נוספות שבהן אתם יכולים לווסת את רגשותיכם בזמן תקשורת.  השתמשו בשפה נייטרלית. לדוגמה, שימוש במילה "נושא" במקום "בעיה" או במילה "אתגר" במקום "אסון" שומר על ניסוח יותר אובייקטיבי ופחות רגשי.  הימנעו ממונחים טעונים רגשית, למשל "טיפש", "עצלן" או "מסוכן". מילים כאלה יכולות להיות מוצאות מהקשרן בקלות.  לבסוף, אם יש לכם ספק לגבי משהו שאתם עומד להעביר במסגרת תקשורת, התייעצו עם עמית כלשהו או עם המנהל שלכם. |
| [Screen 32](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=42_C_33)  [42\_C\_33](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=42_C_33) | Communicating carefully in a business environment requires us to consider how others are likely to interpret what we are saying.  Use clear, precise, unambiguous language   * Choose words that are simple to understand. * Check to make sure you have provided sufficient context. * Avoid using legal terms - unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion. * Avoid the use of emojis and emoticons. * Avoid assumptions and the presentation of opinions as facts.   Regulate your tone  How we say something is just as important as what we say:   * Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications. * Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.   Control your emotions   * Always take the time to calm down before you respond to someone. * Use neutral language. * Avoid emotionally loaded terms. | תקשורת זהירה בסביבה עסקית דורשת מאיתנו לשקול כיצד אחרים עשויים לפרש את מה שאנו אומרים.  השתמשו בשפה ברורה, מדויקת וחד משמעית   * בחרו מילים פשוטות להבנה. * בדקו וודאו כי סיפקתם הקשר מספק. * הימנעו משימוש במונחים משפטיים – אלא אם אתם עורכי דין והוסמכתם לתת חוות דעת משפטית. * הימנעו משימוש באימוג'ים ובפרצופוני רגשות. * הימנעו מהנחות ומהצגת דעות כעובדות.   וסתו את הטון שלכם  האופן שבו אנו אומרים משהו חשוב לא פחות ממה שאנו אומרים:   * טון דיבור עוקצני, אירוני ומתבדח, לא פעם מתפרש לא נכון בתקשורת עסקית. * אי הבנה יכולה לנבוע גם משימוש בטון דיבור ובשפה עם גוון של חשאיות ותככנות.   שלטו ברגשותיכם   * הקפידו תמיד לקחת את הזמן להירגע לפני שאתם מגיבים למישהו. * השתמשו בשפה נייטרלית.   הימנעו ממונחים טעונים רגשית. |
| [Screen 33](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=43_C_34)  [43\_C\_34](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=43_C_34) | In this section, you will learn how to select the most appropriate channel and tools to communicate your message. | בחלק זה תלמדו כיצד לבחור את הערוץ והכלים המתאימים ביותר להעברת המסר שלכם. |
| [Screen 34](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=44_C_35)  [44\_C\_35](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=44_C_35) | The channel we use to communicate can have a significant impact on how we construct and convey our messages.  This also determines how much control we have over messages once they have been created. | לערוץ שדרכו אנו מתקשרים יכולה להיות השפעה משמעותית על האופן שבו אנו בונים את המסרים שלנו ומעבירים אותם.  הדבר אף קובע את מידת השליטה שיש לנו במסרים לאחר יצירתם. |
| [Screen 35](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=45_C_36)  [45\_C\_36](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=45_C_36) | Certain media are more effective and appropriate than others for communicating certain types of information. | אמצעים מסוימים יעילים והולמים יותר מאחרים להעברת סוגי מידע מסוימים. |
| [Screen 36](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=46_C_37)  [46\_C\_37](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=46_C_37) | Email, for example, is a great channel for creating and transmitting day-to-day business information.  Its speed and convenience make it a great tool for answering customer queries, updating colleagues on projects, forwarding proposals and reports, etc.  Email, however, is not appropriate to use for sharing highly confidential information of a proprietary nature. | דוא"ל, למשל, הוא ערוץ מעולה ליצירה והעברה של מידע עסקי שוטף.  המהירות והנוחות שלו הופכות אותו לכלי מעולה למענה לשאלות של לקוחות, לעדכון עמיתים בנוגע לפרויקטים, להעברת הצעות ודוחות, וכיו"ב.  ואולם, דוא"ל אינו אמצעי ראוי לשיתוף של מידע חסוי במיוחד ובעל אופי קנייני. |
| [Screen 37](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=47_C_38)  [47\_C\_38](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=47_C_38) | Messages that are highly confidential in nature, or those requiring a lot of history and context, are best communicated in real time, either in person or over the phone.  Always think about the type of information you are sharing, the audience receiving this information, and the best channel to use to communicate. | הודעות שהן חסויות מאוד בטיבן, או כאלה הדורשות הרבה היסטוריה או הקשר, מוטב להעביר בזמן אמת, בשיחה אישית או באמצעות הטלפון.  הקפידו תמיד לחשוב על סוג המידע שאתם משתפים, על הנמענים שמקבלים את המידע ועל הערוץ הטוב ביותר להעברתו. |
| [Screen 38](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=48_C_39)  [48\_C\_39](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=48_C_39) | Instant messaging (IM) and text messaging (TM) are popular forms of communication increasingly used for business-related activities.  IM and TM are great tools that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM and TM are not, however, appropriate channels for creating or transmitting substantive business information such as sales information or performance reviews. | מסרים מידיים (IM) והודעות טקסט (TM) הם צורות תקשורת פופולריות המשמשות יותר ויותר לפעילויות הקשורות לעסקים.  IM ו-TM הם כלים מעולים שיכולים לשמש אותנו כדי לעדכן עמיתים על הפעילויות שלנו, להציג שאלה קצרה, להתריע בפני שותפים על התנגשויות בלו"ז ולקבוע פגישות. אולם IM ו-TM אינם ערוצים מתאימים ליצירה והעברה של מידע עסקי מהותי, כגון נתוני מכירות או סקירות ביצועים. |
| [Screen 39](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=49_C_40)  [49\_C\_40](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=49_C_40) | Virtual meetings such as conference calls and video conferences are being used more frequently.  They provide us with an ideal way to manage remote teams, conduct interactive demonstrations, etc. While virtual meetings offer multiple benefits, they also present challenges and risks. For example, virtual meetings are not as secure as face-to-face communications, which are often conducted behind closed doors. Thus, they are not suitable for discussing or sharing sensitive or confidential information. | פגישות וירטואליות כמו ועידות וידאו ושיחות ועידה מתקיימות בתדירות רבה יותר.  הן מספקות לנו דרך אידיאלית לנהל צוותים מרחוק, לערוך הדגמות אינטראקטיביות וכיו"ב. בעוד שפגישות וירטואליות מציעות יתרונות מרובים, יש בהן גם אתגרים וסיכונים. לדוגמה, פגישות וירטואליות אינן מאובטחות כמו תקשורת פנים אל פנים, שלעתים קרובות מתנהלת בדלתיים סגורות. לכן, הן לא מתאימות לדיון במידע רגיש או חסוי, ואף לא לשיתופו. |
| [Screen 40](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=50_C_41)  [50\_C\_41](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=50_C_41) | Social media, is perhaps, the most dynamic of all communication channels.  It offers us a unique opportunity for direct online interactions, collaboration, and information-sharing with customers, consumers, patients, other Abbott employees, and the public. This opportunity also presents a major challenge. Since interactions on social media are quick and dynamic and have the potential to go viral, information, views, and opinions can quickly become elevated, divulged, or misconstrued. As a result, improper use of social media can represent a significant risk to Abbott’s reputation. | מבין כל ערוצי התקשורת הקיימים, הערוצים הדינמיים ביותר הם הרשתות החברתיות.  הן מציעות לנו הזדמנות ייחודית לקיים באופן מקוון וישיר אינטראקציות, שיתופי פעולה ושיתוף מידע עם לקוחות, צרכנים, מטופלים, עובדי Abbott אחרים והציבור הרחב. הזדמנות זו גם מהווה אתגר גדול. האינטראקציות ברשתות החברתיות הן תהליכים מהירים ודינמיים, ויש להן פוטנציאל להפוך לוויראליות. מידע, השקפות ודעות עלולים להתפרסם במהירות, להיחשף או להתפרש באופן שגוי. כך יוצא ששימוש לא נכון ברשתות החברתיות יכול להוות סיכון משמעותי למוניטין של Abbott. |
| [Screen 41](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=51_C_42)  [51\_C\_42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=51_C_42) | It is important to recognize that the channel we use to communicate can have an impact on how we construct and convey our messages.  This is particularly true in the case of electronic communications, where we tend to:   * Respond to messages very quickly, * Use a less formal tone, and * Take less care in our word choice. | חשוב להכיר בכך שערוץ התקשורת שבו אנו משתמשים יכול להשפיע על אופן ניסוח ההודעות שלנו ודרך ההעברה שלהן.  זה חשוב בפרט במקרה של תקשורת אלקטרוניות, שבה אנו נוטים:   * להגיב להודעות במהירות רבה, * להשתמש בטון רשמי פחות; וכן   להיות פחות זהירים בבחירת מילים. |
| [Screen 42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=52_C_43)  [52\_C\_43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=52_C_43) | Using electronic media can sometimes result in us saying things we don’t intend, sharing information with people we shouldn’t, or expressing views that might offend others.  This doesn’t mean that we shouldn’t use email, instant messaging, virtual meetings, or social media if they are the most appropriate or effective channels, but rather that we need to exercise care when using these media.  CLICK THE CAREFUL COMMUNICATION BUTTON TO LEARN MORE. | השימוש באמצעי אלקטרוני גורם לנו לעתים לומר דברים שלא התכוונו אליהם, לגלות מידע לאנשים שאסור להם להיחשף אליו או להביע דעות העלולות לפגוע בזולת.  זה לא אומר שאסור לנו להשתמש באמצעים כמו דוא"ל, הודעות מיידיות, פגישות וירטואליות או רשתות חברתיות במקרה שהם הערוצים המתאימים והיעילים ביותר, אלא שעלינו לנקוט משנה זהירות בעת השימוש בהם.  לחצו על לחצן התקשורת הזהירה כדי ללמוד יותר. |
| [Screen 42](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=53_C_43)  [53\_C\_43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=53_C_43) | CAREFUL COMMUNICATION  Before sending an email, you should always re-read what you have written and ask yourself:   * Am I using an appropriate choice of words? * Am I maintaining a professional tone? * Is everything clear and unambiguous? * Is the information I am planning on sharing relevant to every person I am planning on sharing it with? | תקשורת זהירה  לפני שליחת דוא"ל, עליכם תמיד לחזור ולקרוא מה כתבתם ולשאול את עצמכם:   * האם השתמשתי במילים הראויות? * האם שמרתי על טון מקצועי? * האם הכול ברור וחד-משמעי?   האם המידע שבכוונתי לחלוק רלוונטי לכל אחד מן האנשים שאני מתכוון לשלוח אותו אליו? |
| [Screen 43](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=54_C_44)  [54\_C\_44](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=54_C_44) | Before selecting a channel, we also need to think about how much control we are likely to have over our message once it is created. | לפני בחירת ערוץ עלינו גם לחשוב כמה שליטה עשויה להיות לנו על ההודעה לאחר יצירתה. |
| [Screen 44](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=55_C_45)  [55\_C\_45](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=55_C_45) | Many of us underestimate the potential scope of public disclosure when it comes to communicating electronically.  Emails can be mistakenly sent or copied to the wrong recipient.  Messages can be forwarded to others.  Online posts can easily go viral. | רבים מאיתנו ממעיטים בהיקף הפוטנציאלי של חשיפה לציבור, בכל הקשור לתקשורת המועברת באמצעי אלקטרוני.  הודעת דוא"ל עלולה להישלח בטעות, כמקור או העתק, לנמען הלא נכון.  הודעות אפשר להעביר הלאה, לאחרים.  פוסטים מקוונים יכולים להפוך ויראליים בקלות. |
| [Screen 45](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=56_C_46)  [56\_C\_46](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=56_C_46) | We forget that there are essentially no boundaries online, and that, once we press the send button, what happens to our message is largely out of our control.  This can result in information, views and opinions quickly becoming elevated, co-opted, or misconstrued. | אנו שוכחים שבעולם המקוון אין למעשה גבולות, ומרגע שלחצנו על "שלח" ההודעה שלנו כבר לא בשליטתנו.  זה עלול לגרום לכך שמידע, השקפות ודעות יכולים להתפרסם במהירות, להיות מועברות הלאה או להתפרש באופן שגוי. |
| [Screen 46](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=57_C_47)  [57\_C\_47](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=57_C_47) | We also forget that electronic communications can last a lifetime.  While Abbott has very strict rules regarding document retention and destruction, others may not. That means that the comments you once posted on an obscure website while still in college could still be with you today. | אנו שוכחים גם שתקשורת אלקטרוניות אינה מתכלה.  ל-Abbott יש אמנם כללים קפדניים מאוד בנוגע לשימור ולהשמדת מסמכים, אולם לאחרים ייתכן שלא יהיו. פירושו שייתכן שהערות שפרסמתם באתר נידח במהלך לימודיכם באוניברסיטה עדיין קיימות. |
| [Screen 47](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=58_C_48)  [58\_C\_48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=58_C_48) | Finally, we need to remember that personal views and information shared, especially on social media, may have a negative effect on our professional lives, our company, our customers, our stakeholders, and our patients.  For example, we need to be aware that when using social media, our personal and business identities are likely to overlap. Content and related comments we originally intended only for family and friends may be viewed by others, even if privacy settings are enabled. | לבסוף, עלינו לזכור שלדעות ולמידע אישי שאנו משתפים ככלל, ובמיוחד ברשתות החברתיות, עלולה להיות השפעה שלילית על החיים המקצועיים שלנו, החברה שלנו, הלקוחות שלנו, בעלי המניות שלנו והמטופלים שלנו.  למשל, עלינו לזכור שבעת השימוש במדיה חברתית, תיתכן חפיפה בין הזהות האישית לזהות העסקית שלנו. הערות ותכנים שכוונו במקור רק לבני משפחה וחברים עלולים להיחשף בפני אנשים אחרים, אפילו אם הגדרות הפרטיות מופעלות. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=59_C_49)  [59\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=59_C_49) | Because of the heightened risk that social media poses to Abbott and its stakeholders, there are Social Media Guidelines that apply to all users of social media both inside and outside the Company.  CLICK THE PANELS TO LEARN MORE. | הסיכון המוגבר שהרשתות החברתיות מציבות בפני Abbott ובעלי העניין שלה מביא לכך שישנן הנחיות בעניין הרשתות החלות על כל מי שמשתמש בהן בתוך החברה ומחוצה לה.  לחצו על הפנלים כדי ללמוד עוד. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=60_C_49)  [60\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=60_C_49) | [1] Understand the Medium  Understand the Medium  Follow each platform’s terms of use, and make sure you keep up with changes, which can happen at any time. Also, understand the culture of the online communities with which you interact and how your intended audience communicates. | [1] הבינו את המדיום  הבינו את המדיום  בדקו את תנאי השימוש של כל פלטפורמה וודאו כי אתם מתעדכנים בשינויים, שיכולים לקרות בכל עת. כמו כן, עליכם להבין את התרבות של הקהילות המקוונות שעימן אתם מתקשרים, ואת האופן שבו קהל היעד שלכם מתקשר. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=61_C_49)  [61\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=61_C_49) | [2] Be Transparent  Be Transparent  When talking about Abbott, its brands, or its products, be sure to clearly disclose your connection to Abbott in your posts. This helps ensure that everyone in your social network understands that you have a vested interest in Abbott.  To disclose your Abbott connection, use statements such as:  “Check out my company’s new …!”  “ I work for Abbott and am excited about our new campaign.”  “Love my company’s new ....”  You can also use a hashtag at the end of your post to disclose your connection to Abbott, for example:  #IWorkAtAbbott  #ProudToBeAbbott | [2] היו שקופים  היו שקופים  כשאתם מדברים על Abbott, המותגים שלה או מוצריה, הקפידו לחשוף בבירור את הקשר שלכם אליה בפרסומיכם. הדבר עוזר להבטיח כי כל מי שנמצא ברשת החברתית שלכם יבין שיש לכם אינטרס ב-Abbott.  כדי לחשוף את הקשר שלכם ל-Abbott, השתמשו באמירות כמו:  "תראו את ה... החדש של החברה שלי!"  "אני עובדת ב-Abbott ומתרגשת מהקמפיין החדש שלנו".  "אני מת על ה... החדש של החברה שלי!"  אתם גם יכולים להשתמש בהאשטאג בסוף הפוסט כדי לחשוף את הקשר שלכם ל-Abbott, למשל:  ‎#IWorkAtAbbott  ‎#ProudToBeAbbott |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=62_C_49)  [62\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=62_C_49) | [3] Respect Others and Use Sound Judgment  Respect Others and Use Sound Judgment  Be respectful of your intended (and unintended) audiences and their perspectives. Remember that there are no geographic boundaries online. Local posts and comments may have global significance and vice versa.  Avoid using ethnic slurs, obscenities, or any language or activity that would violate Abbott’s policies. Also avoid making disparaging or false statements about anyone or anything, including our competitors or their products.  Consult Public Affairs when considering whether to respond to a negative comment posted on an Abbott external social media channel. | [3] כבדו אחרים והשתמשו בשיקול דעת סביר  כבדו אחרים והשתמשו בשיקול דעת סביר  התנהגו בכבוד כלפי קהלי היעד שלכם (וגם קהלים שאינם קהל היעד) וכבדו את נקודות מבטם. זכרו כי אין גבולות גיאוגרפיים ברשת. פוסטים ותגובות מקומיים עשויים להיות בעלי חשיבות גלובלית ולהיפך.  הימנעו משימוש בשפה פוגענית כלפי קבוצות אתניות, גסויות או כל שפה או פעילות שתפגע במדיניותה של Abbott. הימנעו גם מאמירות מזלזלות או שקריות לגבי כל אדם וכל דבר, כולל המתחרים שלנו ומוצריהם.  היוועצו במחלקת יחסי הציבור כשאתם שוקלים להגיב להערה שלילית שפורסמה בערוץ של Abbott ברשת חברתית חיצונית. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=63_C_49)  [63\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=63_C_49) | [4] Pause Before You Post  Pause Before You Post  Speak truthfully and follow all local laws and regulations on what we can say about our businesses and products. Don’t make false or misleading statements or off-label claims about our products, and don’t comment on or share content for products that aren’t available for sale in your country. | [4] חכו לפני שאתם מפרסמים  חכו לפני שאתם מפרסמים  דברו בכנות ופעלו לפי כל החוקים והתקנות המקומיים העוסקים במה שאנו יכולים לומר על העסקים והמוצרים שלנו. אל תפרסמו הצהרות כוזבות או מטעות בעניין המוצרים שלנו, או טענות שלא בהתוויה, ואל תגיבו על תוכנם של מוצרים שאינם זמינים למכירה בארצכם, ואל תשתפו תוכן שכזה. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=64_C_49)  [64\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=64_C_49) | [5] Let the Experts Respond  Let the Experts Respond  If you are not an official Abbott spokesperson, do not respond to comments or media inquiries related to Abbott’s company position. Abbott responds to comments or media inquiries only through designated spokespersons. When in doubt, seek further guidance and pass the comments on to Public Affairs.  Don’t forget that, even when you are using social media in a personal capacity, people may perceive you to be speaking on behalf of Abbott. So always clarify which comments are your own. Avoid giving the impression that you are an official Abbott spokesperson when sharing official Abbott content. | [5] תנו למומחים לענות  תנו למומחים לענות  אם אינכם דוברים רשמיים של Abbott, אל תגיבו להערות או לפניות של כלי התקשורת בעניין עמדת החברה. Abbott מגיבה להערות ולפניות של כלי התקשורת אך ורק באמצעות דוברים ייעודיים. במקרה של ספק, בקשו הנחיות נוספות והעבירו את ההערות למחלקת יחסי הציבור.  אל תשכחו, כי גם כאשר אתם עושים שימוש אישי ברשתות החברתיות, אנשים עלולים לחשוב שאתם מדברים בשם Abbott. לכן, הקפידו תמיד להבהיר אלו תגובות נעשות מטעמכם בלבד. בעת שיתוף תכנים רשמיים של Abbott, הימנעו מיצירת הרושם שאתם דוברים רשמיים מטעמה. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=65_C_49)  [65\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=65_C_49) | [6] Protect Privacy and Confidential Information  Protect Privacy and Confidential Information  Never share personal information, for example, another person’s name, address, phone number, government ID, email address, or credit card information without permission.  Never share sensitive and confidential information, like trade secrets, personally identifiable information, and intellectual property.  Never use or post copyrighted, trademarked, rights of publicity, and other information that belongs to Abbott or other parties without permission.  Remember that, even if a site has privacy settings, information can often be viewed and shared by others.  If you create or control an Abbott-sponsored social media forum, consult Legal to make sure you’re following laws regarding cookies and online tracking. | [6] הגנו על פרטיות ועל מידע חסוי  הגנו על פרטיות ומידע חסוי  לעולם אל תשתפו ללא אישור מידע אישי כמו שמו של אדם אחר, כתובתו, מספר הטלפון שלו, תעודת הזהות שלו, כתובת הדוא"ל שלו או פרטי כרטיס האשראי שלו.  לעולם אל תשתפו מידע רגיש וחסוי כמו סודות מסחריים, מידע הניתן לזיהוי אישי וקניין רוחני.  לעולם אל תשתמשו או תפרסמו חומרים המוגנים בזכויות יוצרים, סימן מסחרי או זכויות פרסום והפצה, וכל מידע אחר השייך ל-Abbott או לגורמים אחרים, ללא אישור.  זכרו כי גם אם לאתר יש הגדרות פרטיות, לעתים קרובות אחרים יכולים לצפות במידע ולשתף אותו.  אם אתם יוצרים או שולטים בפורום מדיה חברתית ביוזמת Abbott, התייעצו עם המחלקה המשפטית כדי לוודא שאתם פועלים בהתאם לחוקים הנוגעים לקובצי cookie ולמעקב מקוון. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=66_C_49)  [66\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=66_C_49) | [7] Use Care with What You Share  Use Care with What You Share  Guard your passwords, don’t post your personally identifiable information, and learn to use privacy settings.  Do not use your Abbott email address and password on social media sites. Attackers may steal your login information and use it to access Abbott systems.  Never post your personally identifiable information (including birth date, home address, or phone number), as it can be used to steal your identity or socially engineer attacks targeted against you and your contacts.  Learn to configure the social media platform’s privacy settings and read its privacy statement to understand how the company will share your information.  Only befriend people whom you personally know. | [7] היזהרו במה שאתם משתפים  היזהרו במה שאתם משתפים  שמרו על הסיסמאות שלכם, אל תפרסמו את המידע המזהה שלכם ולמדו כיצד להשתמש בהגדרות פרטיות.  אל תשתמשו בכתובת הדוא"ל והסיסמה שלכם ב-Abbott ברשתות חברתיות. תוקפים עלולים לגנוב את פרטי ההתחברות שלכם ולהשתמש בהם כדי להיכנס למערכות Abbott.  לעולם אל תפרסמו מידע המאפשר זיהוי אישי שלכם (כולל תאריך לידה, כתובת בית או מספר טלפון). הוא יכול לשמש לגניבת זהותכם או להתקפות מבוססות הנדסה חברתית הממוקדות בכם ובאנשי הקשר שלכם.  למדו כיצד להגדיר את הגדרות הפרטיות ברשת החברתית הרלוונטית וקראו את הצהרת הפרטיות שלה כדי להבין כיצד החברה תשתף את המידע שלכם.  התחברו רק עם אנשים שאתם מכירים באופן אישי. |
| [Screen 48](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=67_C_49)  [67\_C\_49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=67_C_49) | [8] Always Follow Company Policies and Local Laws  Always Follow Company Policies and Local Laws  When talking about Abbott on social media – in both your job and personally – follow Abbott’s Code of Business Conduct, Abbott policies, and all applicable local laws.  For social media governance, refer to External Social Media Policy (MKT05) and the Brand Resource Center.  The links to these and other resources can be found in the Resources section of this course. | [8] פעלו תמיד על פי מדיניות החברה והחוקים המקומיים  פעלו תמיד על פי מדיניות החברה והחוקים המקומיים  כשאתם מדברים על Abbott ברשתות חברתיות – הן במסגרת העבודה והן באופן אישי – פעלו על פי קוד ההתנהגות העסקית של Abbott, מדיניותה וכל החוקים המקומיים הרלוונטיים.  למִנְהָל רשתות חברתיות, פנו למדיניות בנושא רשתות חברתיות חיצוניות (MKT05) ולמרכז משאבי המותג.  את הקישורים למשאבים אלה ואחרים ניתן למצוא בחלק המשאבים של קורס זה. |
| [Screen 49](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=68_C_50)  [68\_C\_50](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=68_C_50) | Finally, always be aware that any time you communicate on any media, whether it is writing an email, answering a text message, or posting on social media, you are creating a record.  Before you communicate, stop, reflect, and ask yourself: Is this really what I want to say, and is this the best way to say it? Be sure that what you are saying and the way you are saying it are in line with Abbott’s policies. | לבסוף, היו תמיד מודעים לכך שבכל פעם שאתם מתקשרים בכל מדיום שהוא, בין אתם כותבים דוא"ל, עונים להודעת טקסט או מפרסמים פוסט ברשת חברתית, אתם יוצרים רשומה מתועדת.  לפני שאתם מתקשרים, עצרו, הרהרו ושאלו את עצמכם: האם זה באמת מה שאני רוצה לומר, והאם זו הדרך הטובה ביותר לומר אותו? ודאו שמה שאתה אומרים והדרך שבה אתם אומרים זאת תואמים את המדיניות של Abbott. |
| [Screen 50](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=69_C_51)  [69\_C\_51](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=69_C_51) | Using Abbott-approved tools and software when communicating is another important aspect of properly managing your communications. | שימוש בכלים ובתוכנה שאושרו על ידי Abbott במהלך תקשורת הוא היבט חשוב נוסף בניהול הנכון של התקשורת שאתם מקיימים. |
| [Screen 51](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=70_C_52)  [70\_C\_52](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=70_C_52) | These tools and software should always be used in a responsible manner, and in accordance with applicable laws, Abbott’s Code of Business Conduct, and Abbott policies.  For more information on how to safeguard your communications, visit the Information Security and Risk Management (ISRM) site on Abbott World. | השתמשו תמיד בכלים ובתוכנות בצורה אחראית ובכפוף לחוקים הרלוונטיים, לקוד ההתנהגות העסקית של Abbott ולמדיניות של Abbott.  למידע נוסף בנוגע לשמירה על התקשורת שלכם, בקרו באתר אבטחת המידע וניהול הסיכונים (ISRM) ב-Abbott World. |
| [Screen 52](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=71_C_53)  [71\_C\_53](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=71_C_53) | If you have a question or concern about a communication you receive from another Abbott employee, a business partner, a customer, or anyone else connected with Abbott, it is usually best to speak to your manager first.  Your manager knows you, the work environment and is closest to the issue.  You can also contact the Office of Ethics and Compliance (OEC), Legal, Human Resources, or Public Affairs, or call our multilingual Ethics and Compliance Helpline available globally 24/7. | אם יש לכם שאלות או חששות בנוגע לתקשורת שקיבלתם מעובד Abbott אחר, משותף עסקי, מלקוח או מכל אחד אחר הקשור ל-Abbott, מוטב לדבר קודם עם המנהל שלכם.  המנהל מכיר אתכם ואת סביבת העבודה, והוא הגורם הקרוב ביותר לנושא.  אתם אף יכולים גם ליצור קשר עם משרד האתיקה והציות (OEC), המחלקה המשפטית, מחלקת משאבי אנוש או מחלקת יחסי ציבור, ולחלופין להתקשר למוקד הסיוע לאתיקה וציות, הזמין במגוון שפות ובכל מקום 24/7. |
| [Screen 53](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=72_C_54)  [72\_C\_54](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=72_C_54) | If you have questions or concerns about protecting yourself and Abbott from potential cybersecurity risks, contact Information Security and Risk Management (ISRM).  Please refer to the Resources section of this course for links to the above resources. | אם יש לכם שאלות או חששות בנוגע להגנה על עצמכם ועל Abbott מפני סיכוני אבטחת סייבר פוטנציאליים, פנו לאבטחת מידע וניהול סיכונים (ISRM).  אנא עיינו בחלק המשאבים של קורס זה עבור קישורים למשאבים שהוזכרו לעיל. |
| [Screen 54](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=73_C_55)  [73\_C\_55](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=73_C_55) | Certain media are more effective and appropriate than others for communicating certain types of information.  Email communications  Email is a great channel for creating and transmitting day-to-day business information. Email is not appropriate to use for sharing highly confidential information of a proprietary nature.  In person communications  Messages that are highly confidential in nature, or those requiring a lot of history and context, are best communicated in real time, either in person or over the phone.  Instant messaging (IM) and text messaging (TM)  IM and TM are great tools that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM and TM are not appropriate channels for creating or transmitting substantive business information.  Conference calls and video conferences  Virtual meetings offer multiple benefits, but they are not suitable for discussing or sharing sensitive or confidential information.  Social media  Social media offers us a unique opportunity for direct online interactions, collaboration, and information-sharing. However, since interactions on social media are quick and dynamic and have the potential to go viral, information, views, and opinions can quickly become elevated, divulged, or misconstrued.  Abbott-approved tools  Always use Abbott-approved tools and software.  Getting support  If you have a question or concern about a communication, talk to your manager, or someone in the Office of Ethics and Compliance (OEC), Legal, Human Resources, or Public Affairs. If you have questions or concerns about protecting yourself and Abbott from potential cybersecurity risks, contact Information Security and Risk Management (ISRM). | אמצעים מסוימים יעילים והולמים יותר מאחרים להעברת סוגי מידע מסוימים.  תקשורת באמצעות דוא"ל  דוא"ל הוא ערוץ מעולה ליצירה והעברה של מידע עסקי שוטף. דוא"ל אינו האמצעי הראוי לשיתוף מידע חסוי במיוחד ובעל אופי קנייני.  תקשורת פנים אל פנים  הודעות שהן חסויות מאוד בטיבן, או כאלה הדורשות הרבה היסטוריה או הקשר, מוטב להעביר בזמן אמת, בשיחה אישית או באמצעות הטלפון.  הודעות מיידיות (IM) והודעות טקסט (TM)  IM ו-TM הם כלים מעולים שיכולים לשמש אותנו כדי לעדכן עמיתים על הפעילויות שלנו, להציג שאלה קצרה, להתריע בפני שותפים על התנגשויות בלו"ז ולקבוע פגישות. IM ו-TM אינם ערוצים מתאימים ליצירה או העברה של מידע עסקי מהותי.  ועידות וידאו ושיחות ועידה  פגישות וירטואליות מציעות יתרונות מרובים, אך הן אינן מתאימות לדיון במידע רגיש או חסוי, ולא לשיתופו.  רשתות חברתיות  הרשתות החברתיות מציעות לנו הזדמנות ייחודית לקיום אינטראקציות מקוונות ישירות, לשיתופי פעולה ולשיתוף מידע. עם זאת, האינטראקציות ברשתות החברתיות הן תהליכים מהירים ודינמיים, ויש להן פוטנציאל להפוך לוויראליות. לכן, מידע, השקפות ודעות עלולים להתפרסם במהירות, להיחשף או להתפרש באופן שגוי.  כלים שאושרו על ידי Abbott  השתמשו תמיד בכלים ובתוכנות שאושרו על ידי Abbott.  קבלת תמיכה  אם יש לכם שאלה או חשש בנוגע לתקשורת, שוחחו עם המנהל שלכם או עם גורם במשרד האתיקה והציות (OEC), במחלקה המשפטית, במחלקת משאבי אנוש או במחלקת יחסי ציבור. אם יש לכם שאלות או חששות בנוגע להגנה על עצמכם ועל Abbott מפני סיכוני אבטחת סייבר פוטנציאליים, פנו לאבטחת מידע וניהול סיכונים (ISRM). |
| [Screen 55](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=74_C_56)  [74\_C\_56](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=74_C_56) | Manager  If you have a question or concern about your own communication, or a communication you receive from another Abbott employee, a business partner, a customer, or anyone else connected with Abbott, the best place to start is with your manager.  Public Affairs  Contact a Public Affairs representative if you have questions about Abbott’s expectations for communicating both internally and externally while working at Abbott.  Public Affairs Website   * Click here to access the Public Affairs website on Abbott World.   Public Affairs Policies and Procedures   * Click here to access communication related policies and procedures on the Global Policy Portal on Abbott World.   Social Media Resource Center   * Click here to access the Social Media Resource Center on Abbott World for tools to help guide you while using social media at Abbott. The External Social Media Policy (MKT05) can be found in the Social Media Resource Center.   Human Resources (HR)  Contact a Human Resources representative for employee-related issues, including your concerns about interactions with other Abbott employees or anyone else connected with Abbott.  Human Resources Website   * Click here to access the myHR Portal on Abbott World.   Human Resources Policies and Procedures – The following global HR policies describe conduct prohibited in the workplace: Workplace Harassment (C-111) and Violence (C-113).   * Click here to access the above policies on Abbott World.   Legal  Contact the Legal Division with questions or concerns about legal implications of careless communication.  Legal Website   * Click here to access the Legal website on Abbott World. The Legal Hold Information page on the Legal website provides important information about employee compliance with Legal Hold Orders (LHOs).   Legal Policies and Procedures – Refer to Legal policies and procedures for requirements related to confidential information, antitrust, and other legal matters.   * Click here to access Legal policies and procedures on the Global Policy Portal on Abbott World.   Information Governance Resources   * For important policies, procedures, and resources on information and records management, Abbott employees should visit the Information Governance website on Abbott World.   Office of Ethics and Compliance (OEC)  The OEC is a global resource available to address your questions or concerns about our company’s values and standards of conduct.  OEC Website – Refer to the OEC website for answers to a variety of compliance questions.   * Click here to access the OEC website on Abbott World.   OEC Policies and Procedures – For our company’s global and country-specific OEC policies and procedures:   * Abbott employees should visit iComply.   OEC Contacts – You are encouraged to contact the OEC at any time with any ethics and compliance questions, or to discuss concerns about possible violations of our written standards, laws, or regulations.   * Visit the Contact OEC page on the OEC website on Abbott World.   Ethics and Compliance Helpline – Visit our multilingual Ethics and Compliance “Speak Up” Helpline to voice your concerns about a potential violation of our company’s values and standards of conduct. The Helpline is available 24 hours a day, 7 days a week and allows you to submit concerns online or by calling an operator who speaks your language. You can also email investigations@abbott.com to report a potential violation. | מנהלים  אם יש לכם שאלות או חששות בנוגע לדרכי התקשורת שלכם, או לדרכי התקשורת של עובד Abbott אחר, שותף עסקי, לקוח או כל אחד אחר הקשור ל-Abbott, המקום הטוב ביותר להתחיל בו הוא המנהלים שלכם.  מחלקת יחסי ציבור  פנו לנציג מחלקת יחסי ציבור אם יש לכם שאלות בקשר לציפיות החברה מהתקשורת הפנימית והחיצונית במהלך העבודה ב-Abbott.  אתר המחלקה ליחסי ציבור   * לחצו [כאן](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) כדי להיכנס לאתר מחלקת יחסי הציבור ב-Abbott World.   המדיניות והנהלים של מחלקת יחסי ציבור   * לחצו [כאן](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/PublicAffairs/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_ORG_PublicAffairs) כדי לצפות במדיניות ובנהלים בנושא תקשורת בפורטל המדיניות הגלובלית ב-Abbott World.   מרכז משאבי רשתות חברתיות   * לחצו [כאן](https://abbott.sharepoint.com/sites/crp-irpa/smrc) כדי להיכנס למרכז משאבי הרשתות החברתיות ב-Abbott World ולקבל כלים שידריכו אתכם בשימוש ברשתות חברתיות ב-Abbott. תוכלו למצוא את *המדיניות בנושא רשתות חברתיות חיצוניות (MKT05)* במרכז משאבי הרשתות החברתיות.   מחלקת משאבי אנוש (HR)  צרו קשר עם נציג ממחלקת משאבי אנוש כדי להעלות בעיות הקשורות לעובדים, כולל חששות מפני אינטראקציות עם עובדים אחרים של Abbott או כל אדם אחר הקשור ל-Abbott.  אתר משאבי אנוש   * לחצו [כאן](http://myhr.abbott.com/) כדי להיכנס לפורטל ה-myHR ב-Abbott World.   המדיניות והנהלים של מחלקת משאבי אנוש – מדיניות משאבי האנוש הגלובלית שלהלן מתארת התנהגות אסורה במקום העבודה: *הטרדה (C-111)* ו*אלימות (C-113)* *במקום העבודה*.   * לחצו [כאן](https://abbott.sharepoint.com/sites/myhr/US-EN/pages/global-hr-policies.aspx) כדי לעיין במדיניות המוזכרת לעיל ב-Abbott World.   המחלקה המשפטית  פנו אל המחלקה המשפטית עם שאלות או חששות בנוגע להשלכות החוקיות של רשלנות בתקשורת.  אתר המחלקה המשפטית   * לחצו [כאן](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal) כדי להיכנס לאתר המחלקה המשפטית ב-Abbott World. עמוד [פרטי שימור המידע לצרכים משפטיים](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/Legal/LHO/Pages/default.aspx) באתר המחלקה המשפטית מספק מידע חשוב אודות ציות העובדים להוראות שימור מידע לצרכים משפטיים (LHOs).   המדיניות והנהלים של המחלקה המשפטית – עיינו במדיניות ובנהלים המשפטיים בנושא דרישות הנוגעות למידע חסוי, להגבלים עסקיים ולעניינים משפטיים אחרים.   * לחצו [כאן](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/GlobalPolicy/Pages/Home.aspx?icid=AW_MN_RES_GlobalPolicies) כדי לגשת למדיניות ולנהלים המשפטיים בפורטל המדיניות הגלובלית ב-Abbott World.   משאבי מִנְהָל מידע   * לעיון במדיניות, נהלים ומשאבים חשובים הנוגעים לניהול מידע ורישומים, על עובדי Abbott לבקר באתר [מִנְהָל המידע](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/infogov) ב-Abbott World.   משרד האתיקה והציות (OEC)  משרד האתיקה והציות הוא משאב גלובלי הזמין לטיפול בשאלות או בחששות שלכם בנוגע לערכים ולסטנדרטים ההתנהגותיים של החברה.  אתר משרד האתיקה והציות – עיינו באתר משרד האתיקה והציות, הכולל תשובות למגוון שאלות בנושא ציות.   * לחצו [כאן](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/Pages/Home.aspx) כדי להיכנס לאתר משרד האתיקה והציות ב-Abbott World.   המדיניות והנהלים של משרד האתיקה והציות– עיינו במדיניות ובנהלים הגלובליים והייחודיים לכל מדינה של החברה:   * אתר [iComply](https://icomply.abbott.com/Default.aspx) עבור עובדי Abbott.   אנשי קשר במשרד האתיקה והציות – אל תהססו להתקשר למשרד האתיקה והציות בכל עת ועם כל שאלה בנושאי אתיקה, נהלים ומדיניות, או כדי לשוחח על חשש להפרות אפשריות של הסטנדרטים, החוקים והתקנות הכתובים שלנו.   * בקרו בעמוד [יצירת קשר עם משרד האתיקה והציות](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance/About/Pages/Contacts.aspx) הנמצא ב[אתר משרד האתיקה והציות](https://abbott.sharepoint.com/sites/abbottworld/EthicsCompliance) ב-Abbott World.   מוקד הסיוע לאתיקה וציות – בקרו במוקד הסיוע הרב-לשוני בענייני אתיקה וציות, [מוקד הסיוע "התריעו"](http://speakup.abbott.com/), כדי להעלות את החששות שלכם בנוגע להפרות פוטנציאליות של ערכי החברה והסטנדרטים ההתנהגותיים שלה. מוקד הסיוע זמין 24 שעות ביום, 7 ימים בשבוע, ומאפשר לכם להעלות חששות בצורה מקוונת או בשיחת טלפון עם מוקדן הדובר את שפתכם. כמו כן, תוכלו לדווח על הפרה פוטנציאלית בדוא"ל, לכתובת [investigations@abbott.com](mailto:investigations@abbott.com). |
| [Screen 56](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=75_C_57)  [75\_C\_57](http://www.learnex.co.uk/test/AbbottCarefulCommunication/EN-US/course/index.html?showScreen=75_C_57) | Quick Reference Cards  Click [here](../Translation_Tables/reference/Quick_Reference.pdf) to review summaries of each section of this course.  Course Transcript  Click [here](../Translation_Tables/reference/Transcript.pdf) for a full transcript of the course. | כרטיסים לעיון מהיר  לחצו [כאן](../Translation_Tables/reference/Quick_Reference.pdf) כדי לעיין בסיכומים של כל אחד מחלקי קורס זה.  תמליל הקורס  לחצו [כאן](../Translation_Tables/reference/Transcript.pdf) כדי לקבל תמליל מלא של הקורס. |
| Screen 57  Activity: Introduction  76\_C\_58 | The Knowledge Check that follows consists of 10 questions. You must score 80% or higher to successfully complete this course. If you haven’t done so already, take a few minutes to review the Quick Reference Cards for each section. When you are ready, click the Knowledge Check button. | בדיקת הידע שלהלן מורכבת מ-10 שאלות. עליכם להשיג ציון של 80% ומעלה כדי להשלים בהצלחה את הקורס. אם טרם עשיתם זאת, הקדישו מספר דקות לבחינת כרטיסי העיון המהיר עבור כל חלק. כשתהיו מוכנים, לחצו על לחצן **"בדיקת ידע"**. |
| Screen 58  Question 1: Scenario  77\_C\_59 | When talking about Abbott, its brands, or its products on social media, you should clearly disclose your connection to Abbott. | כשאתם מדברים על Abbott, המותגים שלה או מוצריה, עליכם לחשוף בבירור את הקשר שלכם אליה. |
| Screen 58  Question 1: Options  78\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] נכון.  [2] לא נכון. |
| Screen 58  Question 1: Feedback  79\_C\_59 | When talking about Abbott, its brands, or its products on social media, be sure to clearly disclose your connection to Abbott. This helps ensure that everyone in your social network understands that you have a vested interest in Abbott.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | כשאתם מדברים על Abbott, המותגים שלה או מוצריה, הקפידו לחשוף בבירור את הקשר שלכם אליה. הדבר עוזר להבטיח כי כל מי שנמצא ברשת החברתית שלכם יבין שיש לכם אינטרס ב-Abbott.  למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 3.2, "בחירת הערוץ המתאים"*. |
| Screen 58  Question 2: Scenario  80\_C\_59 | In order to help ensure the meaning of your message is as clear as possible, you should:  Check all that apply. | כדי להבטיח שמשמעות המסר שלכם ברורה ככל האפשר, עליכם:  סמנו את כל מה שרלוונטי. |
| Screen 58  Question 2: Options  81\_C\_59 | [1] Use clear, precise, and unambiguous language.  [2] Check to make sure you have provided sufficient context.  [3] Avoid using legal terms unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion.  [4] Avoid the use of emojis and emoticons. | [1] להשתמש בשפה ברורה, מדויקת וחד משמעית.  [2] לבדוק ולוודא כי סיפקתם הקשר מספק.  [3] להימנע משימוש במונחים משפטיים, אלא אם אתם עורכי דין והוסמכתם לתת חוות דעת משפטית.  [4] להימנע משימוש באימוג'ים ובפרצופוני רגשות. |
| Screen 58  Question 2: Feedback  82\_C\_59 | To help ensure the meaning of your message is as clear as possible, you should:   * Use clear, precise, and unambiguous language; * Check to make sure you have provided sufficient context; * Avoid using legal terms unless you are a lawyer and have been authorized to provide a legal opinion; and * Avoid the use of emojis and emoticons.   For more information about the correct answer, see Section 2.3, Using Clear, Precise Language | כדי להבטיח שמשמעות המסר שלכם ברורה ככל האפשר, עליכם:   * להשתמש בשפה ברורה, מדויקת וחד משמעית; * לבדוק ולוודא כי סיפקתם הקשר מספק; * להימנע משימוש במונחים משפטיים, אלא אם אתם עורכי דין והוסמכתם לתת חוות דעת משפטית; וכן * להימנע משימוש באימוג'ים ובפרצופוני רגשות.   למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 2.3, "שימוש בשפה ברורה ומדויקת"*. |
| Screen 58  Question 3: Scenario  83\_C\_59 | When is it appropriate to include personal opinions in business communications? | מתי ראוי לכלול דעות אישיות בתקשורת עסקית? |
| Screen 58  Question 3: Options  84\_C\_59 | [1] Never. There is never a place for personal opinions in business communications.  [2] Only when communicating face-to-face or via phone.  [3] Anytime, as long as you make it clear that you are stating an opinion and not presenting a fact.  [4] Only when communicating with close work colleagues. | [1] אף פעם. בתקשורת עסקית אין אף פעם מקום לדעות אישיות.  [2] רק בתקשורת פנים אל פנים או דרך הטלפון.  [3] בכל עת, כל עוד אתם מבהירים כי אתם מביעים דעה ולא מציגים עובדה.  [4] רק בעת תקשורת עם עמיתים קרובים. |
| Screen 58  Question 3: Feedback  85\_C\_59 | It is okay to express personal opinions in business communications, as long as you make it clear that you are expressing your opinion and not presenting a fact.  For more information about the correct answer, see Section 2.4, Avoiding Presenting Opinions as Facts. | זה בסדר להביע דעות אישיות בתקשורת עסקית, כל עוד אתם מבהירים שאתם אכן מביעים את דעתכם ולא מציגים עובדה.  למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 2.4, "הימנעות מהצגת דעות כעובדות"*. |
| Screen 58  Question 4: Scenario  86\_C\_59 | Messages requiring a lot of history and context are best communicated via electronic channels. | הודעות שמצריכות כמו רבה של היסטוריה והקשרים, מוטב להעביר בערוצים אלקטרוניים. |
| Screen 58  Question 4: Options  87\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] נכון.  [2] לא נכון. |
| Screen 58  Question 4: Feedback  88\_C\_59 | Messages requiring a lot of history and context are best communicated in real time, either in person or over the phone.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | הודעות שמצריכות כמות רבה של היסטוריה והקשרים מוטב להעביר בזמן אמת, בשיחה אישית או באמצעות הטלפון.  למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 3.2, "בחירת הערוץ המתאים"*. |
| Screen 58  Question 5: Scenario  89\_C\_59 | Which of the following are pitfalls you should avoid in your business communications?  Check all that apply. | אלו מהדברים הבאים הם מהמורות שכדאי לכם להימנע מהן בתקשורת העסקית שלכם?  סמנו את כל מה שרלוונטי. |
| Screen 58  Question 5: Options  90\_C\_59 | [1] Imagining how others are likely to interpret what you are saying.  [2] Using secretive and conspiratorial tones.  [3] Adjusting your choice of words, tone, and body language to your audience.  [4] Using jokes and sarcasm to insert some fun in your communications. | [1] לדמיין כיצד אחרים עשויים לפרש את מה שאתם אומרים.  [2] להשתמש בניסוח סודי וחשאי.  [3] להתאים את בחירת המילים, טון הדיבור ושפת הגוף לקהל.  [4] להשתמש בבדיחות ובסרקזם כדי לתבל קצת את התקשורת. |
| Screen 58  Question 5: Feedback  91\_C\_59 | Sarcastic, ironic, and humorous tones are often misinterpreted in business communications.  This is especially true in written communications, where visual cues (such as body language) and aural cues (such as vocal inflections) are absent. Misperceptions can also be caused by the use of secretive and conspiratorial tones and language.  For more information about the correct answer, see 2.5, Regulating Your Tone. | טון דיבור עוקצני, אירוני ומתבדח, לא פעם מתפרש לא נכון בתקשורת עסקית.  זה נכון בפרט בתקשורת בכתב, שאין בה רמזים חזותיים (כגון שפת גוף) ורמזי שמע (כגון גוון קול). אי הבנה יכולה לנבוע גם משימוש בטון דיבור ובשפה עם גוון של חשאיות ותככנות.  למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 2.5, "ויסות הטון"*. |
| Screen 58  Question 6: Scenario  92\_C\_59 | As long as you enable the privacy settings on a social media site, your comments and content will never be viewed by others. | כל עוד אתם מפעילים את הגדרות הפרטיות באתרי מדיה חברתית באינטרנט, ההערות והתכנים שלכם לעולם לא יוצגו בפני אחרים. |
| Screen 58  Question 6: Options  93\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] נכון.  [2] לא נכון. |
| Screen 58  Question 6: Feedback  94\_C\_59 | Comments and content originally intended for only family and friends can often be viewed by others on social media, even if your privacy settings are enabled.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | הערות ותכנים שכוונו במקור רק לבני משפחה וחברים עלולים לעיתים קרובות להיחשף בפני אנשים אחרים במדיה החברתית, אפילו אם הגדרות הפרטיות שלכם מופעלות.  למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 3.2, "בחירת הערוץ המתאים"*. |
| Screen 58  Question 7: Scenario  95\_C\_59 | Which of the following are effective ways of controlling your emotions when communicating?  Check all that apply. | אילו מהדרכים הבאות הן פתרון יעיל לשליטה ברגשות בעת תקשורת?  סמנו את כל מה שרלוונטי. |
| Screen 58  Question 7: Options  96\_C\_59 | [1] Using neutral language.  [2] Avoiding the use of emotionally loaded terms.  [3] Never sending a message when you are upset. | [1] להשתמש בשפה נייטרלית.  [2] להימנע משימוש במונחים טעונים רגשית.  [3] לעולם לא לשלוח הודעה כשעצבניים. |
| Screen 58  Question 7: Feedback  97\_C\_59 | It is important to control your emotions when communicating in a business environment:   * Always use neutral language. * Avoid emotionally loaded terms. * Never send a message when you are upset.   For more information about the correct answer, see Section 2.6, Controlling Your Emotions. | חשוב שתשלטו ברגשותיכם בעת תקשורת בסביבה עסקית:   * השתמשו תמיד בשפה נייטרלית. * הימנעו ממונחים טעונים רגשית. * לעולם אל תשלחו הודעה כשאתם עצבניים.   למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 2.6, "שליטה ברגשות"*. |
| Screen 58  Question 8: Scenario  98\_C\_59 | Which of the following would be appropriate to send via instant messaging? | איזה מן הבאים מן הראוי לשלוח באמצעות מסרים מידיים? |
| Screen 58  Question 8: Options  99\_C\_59 | [1] Sales information.  [2] An alert of a scheduling conflict.  [3] A performance evaluation.  [4] Potentially hiring a doctor for an educational event. | [1] מידע על מכירות.  [2] התראה על התנגשות בלו"ז.  [3] הערכת ביצועים.  [4] אפשרות לשכירת שירותיו של רופא לטובת אירוע לימודי. |
| Screen 58  Question 8: Feedback  100\_C\_59 | Instant messaging (IM) is a great tool that can be used to provide colleagues with updates on our activities, ask a quick question, alert partners of scheduling conflicts, as well as arrange and schedule meetings. IM is not, however, an appropriate channel for creating or transmitting substantive business information, such as sales information, performance reviews, or discussions about whether HCPs should be engaged for services/events.  For more information about the correct answer, see Section 3.2, Selecting the Right Channel. | הודעות מיידיות (IM) הן כלי מעולה שיכול לשמש אותנו כדי לעדכן עמיתים על הפעילויות שלנו, להציג שאלה קצרה, להתריע בפני שותפים על התנגשויות בלו"ז ולקבוע פגישות. עם זאת, הודעות מיידיות אינן ערוץ מתאים ליצירה והעברה של מידע עסקי מהותי כמו פרטי מכירות, סקירות ביצועים ודיונים בשאלה אם יש להעסיק אנשי מקצוע בתחום הבריאות עבור שירותים/אירועים.  למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 3.2, "בחירת הערוץ המתאים"*. |
| Screen 58  Question 9: Scenario  101\_C\_59 | Communications related to Abbott business may be conducted using home computers and personal email addresses, provided you are careful not to disclose confidential or proprietary information. | ניתן לנהל את התקשורת הנוגעת לעסקים של Abbott באמצעות מחשבים ביתיים וכתובות דוא"ל אישיות, כל עוד שאתם נזהרים מפני חשיפת מידע חסוי או קנייני. |
| Screen 58  Question 9: Options  102\_C\_59 | [1] True.  [2] False. | [1] נכון.  [2] לא נכון. |
| Screen 58  Question 9: Feedback  103\_C\_59 | Communications related to Abbott business should only be done via the devices, software, and tools approved by Abbott.  For more information about the correct answer, see Section 3. 3, Using the Right Tools. | בתקשורת הנוגעת לעסקים של Abbott יש להשתמש במכשירים, בתוכנות ובכלים שאושרו על ידי Abbott בלבד.  למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 3. 3, "להשתמש בכלים הנכונים"*. |
| Screen 58  Question 10: Scenario  104\_C\_59 | Which of the following messages are examples of careful communications:  Check all that apply. | אלו מבין המסרים הבאים מהווים דוגמה לתקשורת זהירה:  סמנו את כל מה שרלוונטי. |
| Screen 58  Question 10: Options  105\_C\_59 | [1] We need to do whatever it takes to get Dr. Smith’s business.  [2] Dr. Smith is a key opinion leader in the therapy area and a great communicator. We should make sure he is on our call plans and knows about the benefits of our products.  [3] We need to block our competitors.  [4] We need to plan for the competition. | [1] עלינו לעשות כל מה שצריך כדי להשיג את החוזה עם ד"ר סמית'.  [2] ד"ר סמית' הוא מוביל דעה מרכזי בתחום הטיפול ואיש שיחה נהדר. עלינו לוודא שהוא נמצא בתוכנית השיחות שלנו ויודע על היתרונות של מוצרינו.  [3] עלינו לחסום את המתחרים שלנו.  [4] עלינו להתכונן לתחרות. |
| Screen 58  Question 10: Feedback  106\_C\_59 | Careful communication requires the use of clear, concise, unambiguous language. The statement, “We need to do whatever it takes to get Dr. Smith’s business,” is vague and open to potential negative interpretations. You should consider rephrasing using clear, unambiguous language: “Dr. Smith is a key opinion leader in the therapy area and a great communicator. We should make sure he is on our call plans and knows about the benefits of our products.” Likewise, the statement, “We need to block our competitors,” could be misconstrued as a restriction of trade. A more precise, less ambiguous statement is, “We need to plan for the competition.”  For more information about the correct answer, see Section 2.3, Using Clear, Precise Language. | תקשורת זהירה מצריכה שימוש בשפה בהירה, תמציתית וחד משמעית. האמירה "עלינו לעשות כל מה שצריך כדי להשיג את החוזה עם ד"ר סמית' " מעורפלת ועלולה להביא לפרשנויות שליליות אפשריות. כדאי שתשקלו ניסוח מחדש תוך שימוש בשפה בהירה וחד משמעית: "ד"ר סמית' הוא מוביל דעה מרכזי בתחום הטיפול ואיש שיחה נהדר. עלינו לוודא שהוא נמצא בתוכנית השיחות שלנו ויודע על היתרונות של מוצרינו". באופן דומה, האמירה "עלינו לחסום את המתחרים שלנו" עלולה להתפרש בצורה לא נכונה כהגבלת סחר. אמירה יותר מדויקת ופחות מעורפלת היא, "אנחנו צריכים להתכונן לתחרות".  למידע נוסף על התשובה הנכונה, ראו *סעיף 2.3, "שימוש בשפה ברורה ומדויקת"*. |
| Screen 58  107\_C\_59 | All questions remain unanswered | כל השאלות נותרו ללא תשובה |
| Screen 59  Activity: Overall Feedback  108\_C\_60 | No results are available, as you have not completed the Knowledge Check.  Congratulations! You have successfully passed the Knowledge Check and completed the course.  Please review your results below by clicking on each question.  Once you are done, you must click the Exit [X] button in the course title bar before closing your browser window or browser tab.  Sorry, you did not pass the Knowledge Check. Take a few minutes to review your results below by clicking on each question.  When you are done, click the Retake Knowledge Check button. | אין תוצאות כי לא השלמתם את בדיקת הידע.  ברכותינו! עברתם בהצלחה את בדיקת הידע והשלמתם את הקורס.  אנא עיינו בתוצאות שלכם להלן באמצעות לחיצה על כל שאלה.  לאחר שתסיימו, עליכם להקליק על לחצן **היציאה [X]** בסרגל הכותרת של הקורס, לפני שתסגרו את חלון הדפדפן או את לשונית הדפדפן.  מצטערים, לא עברתם את בדיקת הידע. הקדישו כמה דקות כדי לעבור על התוצאות שלכם להלן באמצעות לחיצה על כל שאלה.  לאחר שתסיימו, לחצו על לחצן **בצעו שוב בדיקת ידע**. |
| 109\_toc\_1 | Introduction | מבוא |
| 110\_toc\_2 | Welcome | ברוכים הבאים |
| 111\_toc\_3 | Objectives | יעדים |
| 112\_toc\_4 | Tutorial | הסבר |
| 113\_toc\_5 | Crafting Your Message Carefully | עיצוב המסר בתשומת לב |
| 114\_toc\_6 | Overview | סקירה כללית |
| 115\_toc\_7 | Considering Your Audience | התחשבות בקהל שלכם |
| 116\_toc\_8 | Using Clear, Precise Language | שימוש בשפה ברורה ומדויקת |
| 117\_toc\_9 | Avoiding Presenting Opinions as Facts | הימנעות מהצגת דעות כעובדות |
| 118\_toc\_10 | Regulating Your Tone | ויסות הטון |
| 119\_toc\_11 | Controlling Your Emotions | שליטה ברגשות |
| 120\_toc\_12 | Crafting Your Message Carefully: Quick Reference | עיצוב המסר בתשומת לב: עיון מהיר |
| 121\_toc\_13 | Managing Communications Responsibly | ניהול תקשורת אחראי |
| 122\_toc\_14 | Overview | סקירה כללית |
| 123\_toc\_15 | Selecting the Right Channel | בחירת הערוץ המתאים |
| 124\_toc\_16 | Using the Right Tools | שימוש בכלים המתאימים |
| 125\_toc\_17 | Where to Go for Support | לאן לפנות כדי לקבל תמיכה |
| 126\_toc\_18 | Managing Communications Responsibly: Quick reference | ניהול התקשורת באופן אחראי: עיון מהיר |
| 127\_toc\_19 | Resources | משאבים |
| 128\_toc\_20 | Where to Get Help | היכן למצוא עזרה |
| 129\_toc\_21 | Reference Material | חומר לעיון |
| 130\_toc\_22 | Knowledge Check | בדיקת ידע |
| 131\_toc\_23 | Introduction | מבוא |
| 132\_toc\_24 | Knowledge Check | בדיקת ידע |
| 133\_toc\_25 | Question 1 | שאלה 1 |
| 134\_toc\_26 | Question 2 | שאלה 2 |
| 135\_toc\_27 | Question 3 | שאלה 3 |
| 136\_toc\_28 | Question 4 | שאלה 4 |
| 137\_toc\_29 | Question 5 | שאלה 5 |
| 138\_toc\_30 | Question 6 | שאלה 6 |
| 139\_toc\_31 | Question 7 | שאלה 7 |
| 140\_toc\_32 | Question 8 | שאלה 8 |
| 141\_toc\_33 | Question 9 | שאלה 9 |
| 142\_toc\_34 | Question 10 | שאלה 10 |
| 143\_toc\_35 | Feedback | משוב |
| 144\_string\_1 | The Course cannot contact the LMS. Click 'OK' to continue and review the course. Note, Course Certification may not be available. Click 'Cancel' to exit | הקורס לא מסוגל להתחבר ל-LMS. לחצו על "אישור" כדי להמשיך ולעיין בקורס. שימו לב, ייתכן שאישור השלמת הקורס לא יהיה זמין. לחצו על "ביטול" כדי לצאת |
| 145\_string\_2 | All questions remain unanswered | כל השאלות נותרו ללא תשובה |
| 146\_string\_3 | Questions | שאלות |
| 147\_string\_4 | Question | שאלה |
| 148\_string\_5 | not answered | ללא תשובה |
| 149\_string\_6 | That's correct! | נכון! |
| 150\_string\_7 | That's not correct! | לא נכון! |
| 151\_string\_8 | Feedback: | משוב: |
| 152\_string\_9 | Careful Communication | תקשורת זהירה |
| 153\_string\_10 | Knowledge Check | בדיקת ידע |
| 154\_string\_11 | Submit | שלחו |
| 155\_string\_12 | Retake Knowledge Check | בצעו שוב בדיקת ידע |
| 156\_string\_13 | Course Description: Careful communication is key to building, maintaining, and protecting Abbott’s reputation. The aim of this course is to demonstrate how language, tone, and emotion play a significant role in how business communications are received and interpreted, and to provide guidance on how to select the most appropriate channel and tools to communicate your message. This course will take approximately 35-40 minutes to complete. | תיאור הקורס: תקשורת זהירה היא המפתח לבניית המוניטין של Abbott, שימורו והגנתו. מטרת הקורס היא להדגים כיצד שפה, טון דיבור ורגש ממלאים תפקיד משמעותי באופן שבו התקשורת העסקית מתקבלת ומתפרשת, ולהסביר כיצד לבחור את הערוץ והכלים המתאימים ביותר להעברת המסר. להשלמת הקורס יידרשו כ-35-40 דקות. |
| 157\_string\_14 | Table of Contents | תוכן העניינים |
| 158\_string\_15 | Where to Get Help | היכן למצוא עזרה |
| 159\_string\_16 | Reference Material | חומר לעיון |
| 160\_string\_17 | Audio | שמע |
| 161\_string\_18 | Exit | יציאה |
| 162\_string\_19 | Close | סגירה |