

НАДО СЛУШАТЬ КЛИЕНТА

*Беленинова Мария,
Client Service Director Московского филиала PA «Майер»*

Умение слушать и слышать является важнейшей, если не самой важной характеристикой коммуникативной компетентности. Часто сам факт того, что человека просто внимательно выслушивают — является одним из факторов построения продолжительных деловых или дружеских отношений.

Дейл Карнеги еще в 30-е годы заметил, что успехи того или иного человека в его финансовых делах даже в технической сфере или инженерном деле процентов на 15 зависят от его профессиональных знаний и процентов на 85 — от его умения общаться с людьми. В этом контексте легко объяснимы попытки многих исследователей сформулировать и обосновать основные принципы этики делового общения или, как их чаще называют на Западе, заповеди *personal public relation* (весьма приблизительно можно перевести как «деловой этикет»).

Вербальное общение состоит из двух процессов — слушания и говорения. Мы привыкли считать, что общение — это, прежде всего, разговор, и молчаливого человека называем необщительным. Это представление является одним из основных стереотипов восприятия. В действительности хорошим собеседником считается тот человек, который умеет слушать.

Причем есть огромная разница между тем, слышим мы нашего собеседника или его слушаем. Путать эти понятия нельзя: если мы слышим голос собеседника, но не вникаем в содержание его речи, это будет означать, что мы слышим, а не слушаем собеседника. Слушать же — значит не только вникать в содержание речи собеседника, но и воспринимать истинное сообщение, которое может быть скрытым, вдумываться в слова собеседника, анализировать состояние собеседника и причины, толкнувшие его на то или иное высказывание.

Однако экспериментальные исследования психологов показывают, что большинство людей не обладает навыками эффективного слушания и воспринимает речь собеседника лишь поверхностно (если воспринимает вообще). И лишь 10% людей обладают умением слушать собеседника, вникать в сущность сообщения и лежащие за этим сообщением чувства и

мысли. Интересно, что лучшими способностями к слушанию обладают женщины, мужчины же более склонны слушать самих себя и часто перебивают собеседника, рассматривая беседу как возможность «себя показать», как некое соревнование.

Почему же мы не слушаем, хотя умение слушать может дать нам возможность узнать новую информацию, не говоря уже о том, что оно способно раскрыть нам внутренний мир собеседника? Причины этого довольно тривиальны:

- Мы не хотим тратить на выслушивание собеседника время и силы.
- Мы не слушаем, если у нас сложилось непоколебимое мнение по вопросу, о котором идет речь.
- Мы не слушаем, если считаем себя специалистами по рассматриваемой проблеме.
- Мы не слушаем, если боимся критики в свой адрес (а именно критику и нужно слушать самым внимательным образом).

**БЕЛЕНИНОВА МАРИЯ**

Начала свою карьеру в рекламе в 2005 году с должности Account Executive в международном сетевом рекламном агентстве. В 2006 году на этапе начала бурного роста агентства Intelligence присоединилась к команде его единомышленников. С 2008 года возглавила один из отделов по работе с Клиентами. С осени 2009 года занимает позицию Client Service Director в рекламном агентстве Майер. Профессиональный опыт Марии в области рекламы включает бренды таких компаний как Ферреро, BSGV, Шеринг Плау, ЮСБ, АКБ Союз и др.

• И, наконец, мы не слушаем просто потому, что нас этому не научили. Да-да! Искусству слушания нужно учиться!

Так как же правильно слушать? Каковы условия эффективного слушания?

- При беседе с другим человеком нужно убрать посторонние мысли.
- В процессе слушания необходимо производить анализ скрытой в речи собеседника информации, причин, толкнувших его на разговор.
- Пока говорит собеседник, нельзя обдумывать контраргументы, это вполне можно сделать в паузах, поскольку скорость мышления примерно в четыре раза больше скорости речи.
- Нужно стараться преодолевать желание сменить тему, особенно если разговор не из приятных (иначе время для расставления всех точек над «и» будет потеряно и ваши деловые отношения с этим человеком могут быть испорчены навсегда, тогда как при-

чина разлада может быть эфемерной — слух, неверно интерпретированные жесты и слова).

- Ни в коем случае не перебивать собеседника.
- Сконцентрировать свое внимание на сущности разговора.

Но важно не только внимательно слушать, но и показывать это. Показать, что вы слушаете собеседника, можно несколькими способами. Во-первых, нужно повернуться к собеседнику лицом (а не стоять к нему боком, ибо это признак незаинтересованности), если же вы сидите, то нельзя сидеть развалившись (это признак неуважения), лучше сесть прямо. Во-вторых, ваша поза должна быть открытой, т. е. руки и ноги не должны быть скрещены. В-третьих, собеседника следует поддерживать взглядом, т. е. смотреть на говорящего, но, конечно, не пристально. Вообще же о человеке, который не избегает смотреть в глаза своему собеседнику, складывается более благоприятное впечатление.

ПРИЧИНЫ НЕУМЕНИЯ СЛУШАТЬ

Как известно, нельзя съесть орех, не расколов его. Говоря применительно к данной ситуации — невозможно научиться слушать, не поняв, для начала, что же мешает этому процессу.

Ну, во-первых, всем известно, что слушать человека, который говорит быстро или, наоборот, растягивает слова, по меньшей мере, неинтересно и скучно. Кроме того, если общение происходит впервые, да еще и с человеком, у которого проблемы с произношением, то невольно внимание концентрируется не на том, что этот человек говорит, а на его речевом недостатке. Вспомним фильм «По семейным обстоятельствам»: у логпеда, героя Ролана Быкова, был «фефект фикции», и хотя история его детства и развода «фефа с бабкой» очень печальна, этот эпизод уже много лет заставляет зрителей смеяться.

Таким образом, первая причина неумения слушать кроется в уделении большего внимания не информации, а манере произношения, дефектам речи говорящего и т. д.

Информация часто бывает неинтересна. В таком случае, согласитесь, трудно заставить себя слушать лекцию по свиноводству,

ВСЕМ ИЗВЕСТНО ЧТО СЛУШАТЬ ЧЕЛОВЕКА, КОТОРЫЙ ГОВОРIT БЫСТРО ИЛИ, НАОБОРОТ, РАСТЯГИВАЕТ СЛОВА, ПО МЕНЬШЕЙ МЕРЕ, НЕИНТЕРЕСНО И СКУЧНО.



РАБОТА НАД ЛОЯЛЬНОСТЬЮ

если не собираешься разводиться свиней. Если снова обратиться к советскому кинематографу, можно найти там подтверждение и эти словам. В комедии «Неподдающиеся» героиня Надежды Румянцевой, которой поручили взять шефство над двумя разгильдяями, решила отвести их на лекцию про ракообразных, совершенно не интересующую простых токарей.

Итак, вторая причина состоит в том, что информация часто неинтересна и скучна.

Третья причина кроется в том, что человек способен воспринимать ограниченное количество информации. Сказать, сколько, точно нельзя. Это зависит от ряда обстоятельств, таких как погода, самочувствие, настроение, от того, какой материал и как излагается. Часть информации теряется уже при передаче от говорящего к слушателю из-за так называемых «шумов».

Можно назвать еще несколько причин, но, так или иначе, чтобы научиться слушать, их нужно преодолеть.

ВИДЫ СЛУШАНИЯ

После того как были выделены причины «недуга», я попыталась классифицировать основные виды слушания. Их можно разделить на две большие группы: неэффективное и эффективное слушание.

В первой группе выделяют следующие типы:

Притворное

Всем известно, как притвориться, будто внимательно слушаешь. Можно внимательно смотреть на лектора, улыбаться, кивать, даже следить глазами за его перемещениями и думать о чем-то своем.

ПРИМЕНЕНИЕ НАВЫКОВ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ ОЧЕНЬ ПОМОЖЕТ ВАМ, ЕСЛИ ВАМ СВОЙСТВЕННА ПОЗИЦИЯ «ЖЕРТВЫ».

Эгоистичное

Такие слушатели обдумывают свою дальнейшую реплику, не слушая говорящего. Встречаются такие, которым кажется, что их мысли настолько интересны и важны, что они, не переставая, говорят. Если же вам все же удастся вставить словечко, такой собеседник будет внимательно слушать, ожидая момента, когда можно будет снова «вклиниться» в разговор.

Нейтральное

Слушатель такого рода принимает все сказанное за чистую монету, не пытаясь глубоко вникать.

Враждебное

При таком типе человек слушает с определенной целью – не согласиться. Это необязательно злой человек, просто он ищет, к чему бы придрачиться. Он слушает только для того, чтобы затем покритиковать.

Во второй группе выделяют пассивное, активное и эмпатическое слушание. Рассмотрим подробнее эти типы, а также техники, которые применяют к каждому из них.

Вид слушания, в котором на первый план выступает отражение информации, называют **активным слушанием**.

Наиболее общепринятыми приемами, характеризующими активное слушание, является постоянное уточнение правильности понимания информации, которую хочет донести до вас собеседник,

путем задавания уточняющих вопросов типа: «Правильно я вас понял, что?..», парафразов: «Таким образом, ты хочешь сказать...» или: «Другими словами, ты имел в виду...». Применение таких простых приемов общения позволяет достичь сразу две цели:

1. Обеспечивается адекватная обратная связь, у вашего собеседника появляется уверенность в том, что передаваемая им информация правильно понята.
2. Вы косвенным образом информируете собеседника о том, что перед ним не ребенок, которому можно указывать, и не «диктофон», в который можно диктовать свои мысли и рассуждения, а равный ему партнер. Занятие вами равной партнерской позиции означает, что оба собеседника должны нести ответственность за каждое свое слово. Эта цель достигается быстрее первой, особенно в тех случаях, когда вы имеете дело с авторитарным, жестким собеседником, привыкшим общаться с позиции «на пьедестале». Применение навыков активного слушания очень поможет вам, если вам свойственна позиция «жертвы», так как это применение не только сбивает с привычной позиции авторитарного собеседника, но и поднимает вас до уровня равного разговора, дает возможность сосредоточиться на существенных моментах разговора, а не на собственных переживаниях и опасениях.



Активное слушание незаменимо в деловых переговорах, в ситуациях, когда ваш партнер по общению равен вам или сильнее вас, а также в конфликтных ситуациях, когда собеседник ведет себя агрессивно или демонстрирует свое превосходство. Это очень хорошее средство успокоиться и настроиться самому (и настроить собеседника) на деловую волну, если у вас возникает желание надерзить вашему партнеру, развить начавшийся конфликт.

Приемы активного слушания работают только тогда, когда вы учитываете ситуацию, содержание разговора и эмоциональное состояние собеседника. Активное слушание имеет смысл применять только в тех случаях, когда ваш партнер, как минимум, равен вам.

Бывает, однако, что приходится слушать человека, находящегося в состоянии эмоционального аффекта или сильного эмоционального возбуждения, и в этом случае приемы активного слушания не сработают. Ваш собеседник и не является в прямом смысле собеседником, он сейчас всего лишь человек, который не контролирует свои эмоции, не способен улавливать содержание разговора. Ему надо только одного — успокоиться, прийти в состояние нормального самоконтроля, только после этого с ним можно общаться «на равных». В таких случаях эффективно работает так называемое *пассивное слушание*.

Тут важно просто слушать человека, давать ему понять, что он не один, что вы его слушаете, понимаете и готовы поддержать. Лучше всего при этом действует так называемая «угу-реакция»: «Да-да, угу-угу, ну конечно» и т. п. Дело в том, что эмоциональное состояние человека подобно маятнику: дойдя до высшей точки эмоционального накала, человек начинает «спускаться», ус-

покаиваться; затем сила его чувств опять увеличивается, дойдя до высшей точки, она снова падает и т. д. Если не вмешиваться в этот процесс, не «раскачивать» маятник дополнительно, то, выговорившись, человек успокоится, и, почувствовав это, вы уже можете общаться с ним нормально. Глухое молчание у любого человека вызывает раздражение, а у возбужденного человека это раздражение будет усилено. Лучше не задавать ему уточняющих вопросов, потому что вопрос: «Ты хочешь сказать, что она тебе сказала то-то и то-то?», — заданный в ответ на реплику: «И ты представляешь, тут она мне говорит... а я ей отвечаю...», — только вызовет взрыв негодования у партнера. Иногда в таких случаях полезно «пристроиться» к партнеру, повторять его слова, эмоции, движения, т. е. вести себя как он, быть как бы им, разделять его чувства. Но, если сложно сделать это естественно, лучше и не пытаться повторять действие, слова эмоционального партнера, т. к. он, заметив неискренность, оценит эти действия как издевательство над его чувствами.

Давайте подумаем, зачем человек рассказывает кому-то о своих проблемах? Может быть, чтобы выслушать совет, как вести себя в сложившейся ситуации? Или для того, чтобы его оценили, сказали, правильно ли он ведет себя? Или, может быть, для того чтобы услышать, как вел себя собеседник в аналогичной ситуации? Наверно, все же нет. Если вы посмотрите на себя откровенно, то поймете, что главное в таких случаях — желание, чтобы вас поняли, разделили с вами те чувства, те переживания, которые вы испытываете. Так главное, видимо, именно в этом — в понимании чувств собеседника и сопереживании ему. Именно в этом и состоит секрет хорошего слушания, такого, которое дает другому человеку облегчение, и, как это ни

Рекламное агентство
Типография
Интернет-студия

+7 495 648-65-32
+7 812 448-65-25
www.mayer-russia.ru

неожиданно, открывает ему новые пути для понимания самого себя.

Эмпатическое слушание позволяет переживать те же чувства, которые переживает собеседник, отражать эти чувства, понимать эмоциональное состояние собеседника и разделять его. При эмпатическом слушании не дают советов, не стремятся оценить говорящего, не морализуют, не критикуют, не поучают.

Существует несколько правил эмпатического слушания:

1. Необходимо настроиться на слушание: на время забыть о своих проблемах, освободить душу от собственных переживаний и постараться отстроиться от готовых установок и предубеждений относительно собеседника. Только в этом случае вы сможете понять то, что чувствует ваш собеседник, «увидеть» его эмоции.



РАБОТА НАД ЛОЯЛЬНОСТЬЮ

2. В своей реакции на слова партнера нужно в точности отразить переживание, чувство, эмоцию, стоящие за его высказыванием, но сделать это так, чтобы продемонстрировать собеседнику, что его чувство не только правильно понято, но и принято.
3. Необходимо помнить, что эмпатическое слушание – не интерпретация скрытых от собеседника тайных мотивов его поведения. Надо только отразить чувство партнера, но не объяснять ему причину возникновения у него этого чувства. Замечания типа: «Так это у тебя оттого, что ты просто завидуешь своему другу» или: «На самом деле тебе хотелось бы, чтобы на тебя все время обращали внимание», – не могут вызывать ничего, кроме отторжения и защиты.
4. В тех случаях, когда партнер возбужден, когда беседа складывается таким образом, что говорит, «не закрывая рта», а ваша беседа носит уже достаточно доверительный характер, вовсе не обязательно отвечать развернутыми фразами, достаточно просто поддерживать партнера междометиями, короткими фразами типа «да-да», «угу», кивать головой или же повторять его последние слова.

Методику эмпатического слушания имеет смысл применять только в том случае, когда человек сам хочет поделиться какими-то переживаниями. В случае же, когда он задает обычные вопросы («А вы не знаете, что означает то-то?»), или же просто не он хочет говорить с вами, а обсудить с ним что-то хотели бы вы, применение эмпатического слушания просто невозможно.

Кроме того, выделяют еще такие виды слушания как нерефлексивное и рефлексивное.

Нерефлексивное слушание представляет собой первый этап

Таблица 1. Процесс эффективного слушания состоит из трех этапов.

Название этапа	Цель этапа	Способы поддержки собеседника
1. Информационный	Дать собеседнику высказать свою точку зрения	Поддакивание, побуждение, невербальная поддержка
2. Уяснение	Убедиться, что вы правильно его поняли	Выяснение, парафраз, отражение чувств
3. Завершающий	Добиться совместного решения	Оценки, продолжение, резюмирование

овладения техникой слушания, т. е. представляет собой внимательное молчание без вмешательства в речь собеседника или с минимальным вмешательством.

При нерефлексивном слушании контакт с собеседником поддерживается невербально и простейшими фразами, например: «Да», «понимаю», «угу», «почему» и т. д. Нерефлексивное слушание очень часто единственное, что необходимо собеседнику, поскольку каждый хочет быть, прежде всего, услышанным. Об этом говорит такой пример. Участников одного эксперимента попросили записать на магнитофон свою речь на любую тему. За это им предложили оплату, которая зависела от времени, в течение которого длится речь. Некоторые участники проговорили несколько дней подряд. Почувствовав себя лучше, т. к. некоторым из них впервые представилась возможность выговориться, многие отказались от оплаты и решили, что магнитофон лучше всякого собеседника.

Даже при нерефлексивном слушании можно значительно облегчить общение с собеседником, поскольку даже незначительный знак внимания побуждает продолжать разговор, а нейтральные фразы снимают напряжение (вспомните, как вы сами себя чувствуете, когда вы говорите, а собеседник не произносит ни слова!).

Нерефлексивное слушание уместно в следующих случаях:

- если собеседник хочет высказать свою точку зрения;
- если собеседник говорит о своих проблемах;
- в напряженных ситуациях;
- при разговоре с вышестоящим по должности (если, например, вас критикует начальник).

Таким образом, неререфлексивное слушание применяется, в основном, для недискуссионных разговоров, либо при угрозе возникновения конфликтной ситуации. Особенно важно умение слушать для руководителей. Исследования показывают, что в тех фирмах, в которых руководитель способен выслушать своих подчиненных, производительность труда намного выше, чем в фирмах, руководитель которых красиво говорит, но не умеет слушать.

Однако, как правило, при деловом общении одного неререфлексивного слушания недостаточно, поэтому нужно всегда помнить, что оно представляет собой лишь первый этап овладения техникой слушания. Второй этап – это рефлексивное слушание.

Рефлексивное слушание – вид слушания, который предполагает, помимо вслушивания в смысл произносимого, расшифровку закодированного в речи истинного сообщения и отражение мнения собеседника.



Рефлексивное слушание предполагает использование следующих приемов поддержки собеседника:

- выяснение, уточнение:
 - «я не понял»,
 - «повторите еще раз»,
 - «что вы имеете в виду?»»,
 - «не могли бы Вы объяснить?»
- парафраз, то есть повторение слов собеседника своими словами, чтобы удостовериться, что вы его правильно поняли:
 - «вы считаете, что...»,
 - «другими словами...»;
- отражение чувств:
 - «мне кажется, Вы чувствуете...»,
 - «понимаю, Вы сейчас разгневаны»;
- побуждение:
 - «ну и...»,
 - «что дальше...»;
- продолжение, то есть вклинивание в фразу собеседника и окончание ее своими словами, либо подсказывание слов;
- оценки:
 - «ваше предложение заманчиво»,
 - «мне не нравится»;
- резюмирование:
 - «итак, Вы считаете...»,
 - «Ваши слова означают...»,
 - «другими словами...».

Михаил Завадский, директор латвийской консалтинговой фирмы Sales & Personnel Experts считает, что люди ценят тех, кто их выслушивает. Если вы хотите, чтобы клиенты вас ценили, вы должны внимательно их выслушивать.

Говорят, что 60% всех конфликтов между людьми возникает из-за коммуникационных проблем. Кто-то кого-то не расслышал или не так понял, в результате не так отреагировал, это вызвало недовольство или обиду другой стороны — и проблема стала расти как снежный ком. Что касается продаж, клиенты часто сами рассказывают, что им необходимо и как они готовы это при-

В ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЕ СТАРАЙТЕСЬ ПРИМЕНЯТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ПРАВИЛА ЭФФЕКТИВНОГО СЛУШАНИЯ

Будьте внимательны и показывайте собеседнику, что вы внимательны. Старайтесь сосредоточиться не только на смысле сказанного собеседником, но и на истинном сообщении, которое чаще всего бывает скрыто.

Слушайте, не перебивая, дайте собеседнику выговориться. Не торопитесь с оценками и выводами, сначала удостоверьтесь, что именно имел в виду ваш собеседник.

Избегайте говорить собеседнику: «Я Вас понимаю», — поскольку эта фраза воспринимается почти всегда негативно, лучше всего прямо указать ту эмоцию или чувство, которое испытывает ваш собеседник (за это вам будут благодарны).

Если ваш собеседник проявляет излишнюю эмоциональность, слушайте только смысл сказанного, сами не поддавайтесь под власть эмоций, иначе о принятом в таком состоянии решении вы будете долго жалеть.

Отвечая на вопрос, удостоверьтесь, что конкретно хочет узнать собеседник, иначе вы можете дать излишнюю или ненужную информацию.

Если целью беседы является принятие решения, используйте рефлексивное слушание.

обрести. Их просто надо внимательно слушать.

Вы слышали когда-нибудь, как про человека говорят, мол, он хороший собеседник и с ним так приятно общаться? Если слышали, то задумайтесь, какими качествами обладает тот человек. Он что, складно излагает свои мысли или разбирается во всех возможных вопросах? Совсем нет! Он просто умеет терпеливо и внимательно слушать! Его называют приятным собеседником, а он, возможно, даже рта не открывает. Он представляет собой «терпеливые уши»!

Люди ценят тех, кто их выслушивает. Если мы хотим, чтобы клиенты нас ценили, мы тоже должны внимательно их выслушивать.

Задумайтесь, что мы на самом деле сообщаем собеседнику тем, что внимательно и с пониманием выслушиваем его? Мы даем ему понять следующее:

- «Ваше мнение важно для меня»;
- «мне это интересно»;

- «меня интересуют ваши мысли»;
- «я вам доверяю».

Выслушивая нас, наши собеседники дают нам понять то же самое. Когда человека слушают, он ощущает себя и свое мнение важным и значимым.

Представьте, что вы выступаете на собрании отдела, а присутствующие шепчутся о своем, не смотря в вашу сторону и явно отвлекаются. Как вы будете себя ощущать? Неважным и неинтересным, не так ли?

А если все они повернутся в вашу сторону и будут терпеливо слушать, время от времени кивая в знак согласия головой? Вы сделаете выводы, что говорите по делу и что людям обсуждаемая тема интересна.

Поскольку мы хотим, чтобы наш клиент ощущал себя значимым и важным, мы просто обязаны выслушать его. И все же многие представители важной профессии продавцов не желают слушать клиентов по следующим причинам:



РАБОТА НАД ЛОЯЛЬНОСТЬЮ

- Отсутствие терпения (желание поскорее «блеснуть» собой и своим продуктом).
- Лень (не хочется утруждать себя чужими рассказами, хочется отчеканить зазубренную презентацию и начать «обрабатывать» клиента).
- Неинтересно (для того чтобы слушать, необходимо закрыть свой рот, что совсем непросто).
- Наличие собственного мнения (что нового может рассказать клиент, я и так уже все знаю).

Ниже приводятся основные советы, позволяющие улучшить умение человека слушать. Но сразу хочу предупредить вас: не существует пилюли, обеспечивающей выполнение этих рекомендаций, все зависит только от вашей самодисциплины.

- Не прерывайте и не перебивайте собеседника. Понимаю, хочется проявить свою осведомленность, но дайте человеку закончить свою мысль. Прервать на полуслове — это то же самое, что сказать человеку: «Хватит говорить, теперь послушай меня, мое мнение важнее». К тому же тишина стимулирует людей продолжать говорить. Выслушивайте клиента, и он будет стараться заполнить тишину, продолжая отвечать на заданный вами вопрос.
 - Не смотрите на часы, беседуя с клиентом. Если вам надо посмотреть на часы, сделайте это незаметно. В противном случае клиент интерпретирует этот жест как отсутствие интереса к нему и как желание поскорее от него избавиться.
 - Не заканчивайте предложение за собеседника. Даже если вы знаете, что сейчас прозвучит, дайте клиенту полностью высказать свою мысль. То же самое относится к анекдотам и шуткам. Прервав человека, начавшего рассказывать анекдот, словами: «Это я слышал», — вы отбиваете у него всякое желание продолжать общаться с вами.
 - Задав вопрос, дождитесь ответа. Я не знаю, как лечить людей от этого «заболевания», но очень многие задают вопрос и сами же на него отвечают. Я спрашивал нескольких продавцов, почему они так поступают, и они во всем винили возникающую паузу. Но пауза — это хорошо, значит, клиент обдумывает ваш вопрос, он ведь не должен выдавать ответ моментально. Я понимаю, пауза нервнует, полминуты кажутся вечностью, но раз уж вы задали вопрос, то, будьте добры, дождитесь ответа.
 - Примите соответствующую позу. Не разваливайтесь на стуле, говоря тем самым клиенту: «Ну, рассказывай, я тебя слушаю». Сидите прямо, наклонитесь слегка вперед. Наклон вперед свидетельствует о заинтересованности человека.
- Покажите собеседнику, что вы слушаете его:
- Поддерживайте визуальный контакт. Даже если вы внимательно слушаете собеседника, а при этом смотрите куда угодно, но только не на него, он сделает единственный вывод — вам неинтересно и вы его не слушаете.
 - Повернитесь к собеседнику лицом. Беседовать с клиентом, повернувшись к нему боком или спиной, а лицом к компьютеру или к чему угодно, просто не-
- расиво. Беседуя с клиентом, развернитесь корпусом к нему, поворота головы недостаточно.
- Кивайте. Это очень эффективный способ показать собеседнику, что вы его слушаете и понимаете. Но не надо специально кивать каждые 30 секунд; соглашаясь или понимая, о чем говорит наш собеседник, мы киваем произвольно. Кстати, кивая слишком часто, вы сообщаете собеседнику, что ваше терпение закончилось и ему пора закругляться.
 - Установите вербальную обратную связь. «Да, ага, хм, ух ты, ого» и т. д. — все это вербальная реакция, подтверждающая, что мы слушаем нашего собеседника. Она приобретает особое значение при общении с клиентом по телефону. Признаюсь вам, со мной несколько раз случалось следующее: общаюсь с клиентом по телефону, он вдруг затихает, а я непроизвольно начинаю дуть в трубку и спрашивать: «Алло, алло вы меня слышите?» Клиент отвечает: «Слышу, слышу». Неловкая ситуация... Всем нам необходимо подтверждение того, что нас слушают, и наши клиенты не исключение.
 - Задавайте уточняющие вопросы. Если вам что-то неясно или вы не уверены, что правильно поняли клиента, не стесняйтесь — задавайте уточняющие вопросы. Вы не покажетесь глупым или непонятливым, а произведете

КИВАЯ СЛИШКОМ ЧАСТО, ВЫ СООБЩАЕТЕ СОБЕСЕДНИКУ, ЧТО ВАШЕ ТЕРПЕНИЕ ЗАКОНЧИЛОСЬ И ЕМУ ПОРА ЗАКРУГЛЯТЬСЯ.



впечатление человека, старающегося не упустить важные моменты беседы.

Существует множество уточняющих вопросов, например:

- «Вы имеете в виду, что...»,
- «правильно ли я вас понял...»,
- «Поясните, пожалуйста...»,
- «Вы хотите сказать...»,
- «почему? (один из мощнейших уточняющих вопросов).

Не поддавайтесь соблазну опровергать новую для вас информацию. Люди предпочитают спорить и, брызгая слюной, убеждать другую сторону в своей правоте. Если вы услышали от собеседника что-то не соответствующее вашим убеждениям или отличное от ваших представлений, не накидывайтесь на него и не обороняйтесь, отстаивая свою точку зрения. Лучше просто спросите:

- «откуда у Вас такие сведения?»,
- «почему Вы так считаете?»,
- «чем объясняется ваша позиция?».

Получив ответ на свой вопрос, вы сможете более компетентно и профессионально отстоять свою позицию, если, конечно, ее не придется изменить.

Избегайте синдрома: «А у меня». Так я называю то, чему подвержены не только бабушки на скамейке, но и продавцы. Вот как это выглядит. Клиент рассказывает о том, как он, катаясь на лыжах, сломал руку, а продавец отвечает: «А я два года назад, катаясь на лыжах, сломал две руки и каждую в трех местах». Клиент может рассказывать о чем угодно, не надо пытаться произвести на него впечатление своим «еще более крутым» личным опытом, выхватывая у него инициативу. Похвастаться собой вы всегда успеете, а вот клиент, после того как его пе-

ребили, может вообще замолчать и закрыться. Вам это надо? Думаю, что нет.

Забавно, но люди стараются произвести впечатление друг на друга даже своими горестями и неприятностями.

Почти безошибочное общение. Нижесказанное имеет отношение не только к вашему руководству или клиентам, но и к любому человеку, с которым вы общаетесь. Предлагаемые рекомендации особенно важны для вас, если вы новичок в коллективе или только начинаете работать с конкретным клиентом.

Если вам поручают задание, просят что-то сделать, и существует вероятность, что позже вам скажут, что вы все не так поняли, то обезопасьте себя от упреков и обвинений следующим образом:

- Повторите то, что вам было сказано. Не зря в продвинутых ресторанах, прежде чем передать ваш заказ на кухню, официант повторит его вслух, чтобы удостовериться в правильности записей.

Так и скажите клиенту: «Позвольте, я повторю, чтобы убедиться в том, что ничего не пропустил (правильно вас понял)...» Слыша свой заказ (пожелания, требования), повторяемый другим человеком, клиент как бы проверяет его соответствие своим ожиданиям и в случае необходимости может тут же внести коррективы.

Повторив, что следует, переходите ко второму шагу.

- Получите подтверждение того, что вы правильно поняли сказанное. Повторив собеседнику его заказ (пожелания, требования), спросите:
 - «я ничего не забыл?»,
 - «все ли я записала?»,
 - «правильно ли я Вас понял?».

МАЙЕР

Рекламное агентство
Типография
Интернет-студия

+7 495 648-65-32
+7 812 448-65-25
www.mayer-russia.ru

Этот шаг, кстати, тоже выполняется обслуживающим персоналом в хороших ресторанах.

Если вы ничего не перепутали, то клиент ответит положительно, если понял что-то не так, то поправит вас. Теперь человек запомнит, что подтвердил свой заказ (пожелания, требования).

При необходимости последующее напоминание о том, что вы спрашивали человека по поводу правильности вашего понимания, защитит вас от его возможного желания сделать вас виноватым.

Меня к этому приучил один из моих экс-боссов, который имел привычку, проносясь по офису, раздавать указания, а на следующий день забывать об этом. Я всегда был «крайним», пока не стал использовать описанный выше метод.

