



МОДУЛ: ОТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТИТЕ

Професионално присъствие и първи впечатления

«Нямаме втори шанс да направим първо впечатление!»

Всичко онова, което може да се види е от голямо значение – дрехите, езика на тялото, жестовите които правим, изражението на лицето ни. Но освен това имат значение и думите и фразите, които използваме, както и начинът, по който използваме гласа си. Всички тези неща в комбинация представляват нашето професионално присъствие и ние не трябва да забравяме за това.

1. Външен вид

Както всички добре знаем, **ОПАКОВКАТА ПРОДАВА СТОКАТА**. Всеки, който работи с оформлението на стоки ще ви го каже. Дори не е необходимо да питате другите, достатъчно е да помислите за собствения си избор при покупки. Ще купите ли стока с разпокъсана и измърляна опаковка? Същото важи и за нашия външен вид. Ако дрехите ни са износени, демодне или мръсни и омачкани, едва ли ще ни възприемат като професионалист и ще ни вземат на сериозно. Например, едно недостатъчно официално облекло, когато всички останали са облечени според изискванията за случая, говори най-малкото за липса на уважение.

Наречете го както желаете – грижа за външния вид, лична хигиена, дори издокарване. Значението е едно и също и означава да обърнете внимание на всички онези дребни, но важни неща които ще придадат необходимото ви излъчване за едно наистина професионално присъствие.

Разбира се, да съдим за себе си и за другите по облеклото е твърде повърхностно, защото не дрехите правят човека. За добро или зло обаче, голяма част от първото впечатление се основава именно на облеклото. Използваме дрехите като ключ към личността, към способностите и професионализма на човека.

Външния ни вид е в състояние да изгради професионалната ни репутация или като разбойник да ограби част от доверието, което искаме да вдъхнем. Всичко излишно, или пък недостатъчно ще навреди на имиджа ни, а от там и на имиджа на компанията.

Дрехите на деловия човек са нещо като униформа, която трябва да сигнализира на останалите, че сме “навлекли” своя делови, професионален манталитет. Повечето хора се държат и чувстват по различно, когато са облечени за работа – стоят по изправени, лицето им е по сериозно, дори погледът се променя. Именно по външния ни вид си личи дали уважаваме себе си, а това автоматично ще породи у другите онзи респект, който заслужаваме.

2. Език на тялото

Действията говорят повече от думите и вие знаете, че поведението често доминира, когато става въпрос за влияние върху хората. Помислете какво става, когато хората се виждат за първи път. Информацията за външния вид, за дрехите, изражението на лицето, ръкуването и стойката, засенчват всичко, което може да бъде казано за тези първи няколко минути (това е една от причините, поради която е толкова трудно да се запомнят имената при запознанство). Хората се представят един на друг и казват името си, когато вече са затрупани с информация, идваща от визуалното поведение. Дори и когато хората се познават, в невербалното поведение постоянно се търси истинското значение на казаното.

Тази форма на невербална комуникация е известна като език на тялото. Въпреки, че в бизнес средите бе призната едва в последните 15-20 години, тя е една от най-старите форми на човешка комуникация. Много преди човек да се научи да говори, първичното проявление на мислите, желанията и страховете му, е чрез езика на тялото. Той се състои от неподправени изявления, защото идва от подсъзнанието. Човек може съзнателно да лъже, но несъзнателно –не.

Несъзнателните движения на тялото предупреждават наблюдаващия, че е възможно да има разминаване между казаното и поведението. Повечето хора не осъзнават колко много използват този език без думи всеки път, когато комуникират с друг човек. Те го използват несъзнателно. Възможно е езика на тялото да се употребява по-ефективно и да станете умели в разпознаването на поведението на другите.

Езикът на тялото става по-значим тогава, когато има внезапна промяна в нормалния човешки език . Не бъркайте тези промени с нормалните маниери. Когато наричаме някого „предсказуем” или „интуитивен”, ние имаме предвид неговите способности да чете езика на тялото и да го сравнява с вербалните сигнали. С други думи, когато казваме, че имаме чувството, че някой ни е излъгал, ние всъщност имаме предвид, че неговият език на тялото не съвпада с думите му. Изследванията показват , че сигналите на езика на тялото имат около 5 пъти повече влияние, отколкото вербалният канал и, че когато си противоречат, хората вярват повече на невербалното послание.

Професионалните презентатори и преговарящи се вслушват във вербалната комуникация, за да идентифицират и разберат нуждите, интересите, съображенията на слушателите. Важно е да се преценят чувствата , изразени чрез вербалните и невербални знаци. Ако има разлика между двете , може би има скрити чувства или мотивация, и може да ви се наложи да промените темпа на вашата презентация или тактиката на преговори.

Вие също трябва да сте сигурни , че вашият език на тялото съответства на това, което искате да изразите. Много от комуникакторите искат да изглеждат спокойни и уверени.

“Език на тялото” наричаме начина, по който движим тялото си, стойката, позата която заемаме, походката, жестовете и изражението на лицето. С други думи това е невербалната комуникация.

Ние живеем във визуален свят, хората започват да правят изводи на основата на езика на вашето тяло от момента, в който ви видят. Никакви думи не са така убедителни – или не колкото езика на тялото. Ефективните комуникатори знаят, че те трябва да са не само умели в техните вербални и интонационни послания, но също така трябва езикът на тяхното тяло да работи за тях по възможно най-позитивен начин. Опитът показва, че негативният език на тялото е резултат от нервност или липса на подготовка.

Две са важните предимства от това да сте внимателни с езика на тялото, и за самите нас и за другите. Първото е, че невербалното поведение дава допълнителна информация, която помага да се разбере по-добре какво хората наистина мислят, чувстват, имат предвид. Това се случва защото хората намират за по-трудно да контролират собственото си вербално поведение, да избират думите внимателно или дори да кажат нещо. Ето защо невербалното поведение предлага някои полезни показатели за проучване на мисли и отношение. Те се появяват на повърхността и показват какво се случва „вътре“.

Второто предимство помага в нашите опити да успеем в постигането на нашите задачи при контактите с клиентите. Независимо от факта, че невербалното поведение е несъмнено по-трудно да бъде съзнателно контролирано, отколкото вербалното изразяване, възможно е преднамерено да се избере невербално поведение, което прави добро впечатление на другите хора. С практиката вие можете да изберете своето невербално поведение и да го модифицирате – кое да запазите и какво да избягвате.

С какво да започнем? С първия знак на невербалната комуникация- **ръкуването**. Какво ви говори вялото подаване на ръка (умряла риба)? Несигурност, неувереност, нерешителност, безхарактерност, човек, който от една страна може да се остави да бъде манипулиран, но от друга – може да е изключително непоследователен и да се страхува(да отлага) вземането на решение.

Човек, който грабва силно ръката, със захлупване демонстрира ,че той ще определя правилата, той иска да е водещата страна във вашите взаимоотношения, той ще е този , който ще решава как да става.

Ако същото силно ръкуване е съпроводено с пристъпване на по-къса дистанция, и дори хващане с другата ръка –това означава, че човекът иска бързо да скъси дистанцията, да минете на ти, но също така внимание!, искам да ме слушаш какво ти говоря.

Професионалното ръкуване е успоредно ръка в ръка, с нормална сила, и то демонстрира равнопоставеност- ще работим в дух на сътрудничество и разбирателство, ще се изслушваме и разбираме.

Изражението на лицето е най-малко оспорваният от всички компоненти на езика на тялото, защото е най-лесен за наблюдение. Ние фокусираме нашите очи върху лицето много по-често отколкото на всяка друга част от тялото.

Обикновено изразът на лицето трябва да съответства на значението и емоциите на казаното. Много хора оценяват тази визуална откровеност у другите. Презентаторите и преговарящите често имат нужда да крият какво всъщност чувстват, когато комуникират. Например, преговарящият скрива колко е доволен от това, че е постигнал сделката, която е искал.

От друга страна, вие често искате вашето изражение да подкрепя казаното. Вашето изражение е напрегащо или отпускащо, сериозно или усмихнато, нападателно или страхливо. Вашето лице е идеално за изразяване на всякакви емоции.

Контакт с очи – на лицето ви няма нищо по-изразително от очите. Ако вътрешно не харесвате това, което вършите, то ще проличи в очите ви. Контактът с очи изпраща до събеседниците ви сигнали за комуникация. Вие можете да изпращате вяра, доверие, вълнение, откровеност, сила, по начин по който искате да поддържате контакт с очите на околните.

Добрият контакт с очи означава повече от един мимолетен поглед.

Вглеждането /втренчването/ за период от 10 секунди до минута е признак на заплаха или интимност.

Повече от 90% от нашата комуникация в бизнеса търси увлечение или въвличане- в офертата, в темата. За да въвличем другите е необходимо да ги наблюдаваме от **3 до 10** секунди преди да си отместим погледа.

Внимавайте с острия поглед; проблем на много комуникатори е , че техните очи шарят на различни посоки, а това издава нервност (което намалява доверието и силата на влияние). Комуникаторите следва да гледат хората, с които разговарят. Очите позволяват да се наблюдава езика на тялото на другите, така че ги използвайте.

Когато виждаме или чуваме нещо интересно или интригуващо , нашите зеници се разширяват до 4 пъти. Изследванията показват, че ние харесваме хората с разширени зеници повече от тези със свити. Гневът и негативното настроение причиняват свиване на зениците.

Само когато се видите очи в очи с вашия събеседник, тогава се поставя истинската основа на комуникацията . Когато човек е нечестен или иска да скрие информация, неговите очи срещат с нашите по-малко от една трета от времето. Някои хора , които се срамуват , избягват контакт с очи или поне го минимизират, доколкото е възможно. Тези хора може да са най-честните и откровени, но всеки път когато отказват да ви погледнат те несъзнателно поставят под съмнение комуникацията.

За правилно в бизнеса се приема поддържането на зрителен контакт, при който събеседника се гледа малко над линията на очите, с регулярно отместване на погледа . Втренчването или избягването на погледа не може да ви осигури качество на комуникацията.

Друг елемент на езика на тялото- това е **стойката**. Казахме,че когато човек е добре облечен, добре подготвен, неговата осанка от само себе си стои изправена и говори за увереност. Прегърбената, свита, затворена стойка (поза) показва неувереност, пасивност, неловкост. Професионалният консултант не бива да допуска такова затваряне към клиента. Защо ? Защото знаем ,че в хода на комуникацията клиента придобива огледално поведение, т.е. отговаря на вашите невербални знаци.

Когато седите или стоите срещу клиента, старайте се да стоите спокойно, избягвайте сключените ръце и усуканите крака, защото това ще попречи клиента по-лесно да ви допусне до себе си. Избягвайте потробването под масата,когато сте в зала на среща, люлеенето на стола,

прегърбването, но също така и неестественото изпъване като струна или заставане мирно. Важно правило : езикът на тялото ви освен отворен към клиента, трябва да е **естествен**.

Дистанцията също е важен елемент в невербалната комуникация. За нашата култура е прието за нормална дистанция между 90см. и 1.20м. Твърде близкото разстояние може да притесни, напрегне клиента, а твърде голямата отдалеченост да попречи на качеството на комуникация и преодоляване на бариерите.

Ако имате възможност, предпочитайте да настанявате клиентите си под прав ъгъл до масата, защото срещуположното разполагане се асоциира с противопоставяне.

Няколко думи за жестикулирането: избягвайте безработното ръкомахане и жестове с ръце, там когато не са необходими, защото излишно ще разсейвате клиента.

3. Успешните запознанства

Случвало ли ви се е да не бъдете представени, докато вашият колега продължава да говори с някой клиент? Чувстваме се неловко и обърквашо. Понякога дори е обидно. Причината да сме изолирани не е толкова важна, по- важно е, че ако не сме представени, в социален смисъл ние сме невидими. Когато представянето бъде пропуснато, двамата непознати напразно се опитват да завържат някакъв разговор, докато се мъчат да налучкат кой ли е другия, или изчакват пауза в дискусиата, за да бъдат най -сетне представени. Така че, най- важното нещо, което трябва да запомните за запознанствата е да ги извършвате! Представянето на хората е един от най важните протоколни елементи на бизнесетикета, и това не е кой знае колко сложно. Достатъчно е да спазваме следните правила:

1. Произнасяме първо името на човека с най-висок пост или с най-голямо значение.

Ако не знаем кой е с най- високо положение или кой е най- важен, или ако всички са на едно и също ниво, избираме този на когото искаме да направим комплимент, и казваме първо неговото име. После представяме другите на него/нея. (В нашия случай най- важен е разбира се клиента!) Ако нямаме намерение да ласкаем, тогава може да се върнем към традиционните правила – представяме по- младия на по -възрастния или мъжа на жената.

2. Казваме името на всеки само веднъж

Не е необходимо да повтаряме имената, ако го направим ще изглежда като игра на тенис, особено, ако са необходими няколко представяния. Разбира се, има изключения от това правило, например когато името е по- особено или прекалено дълго.

3. Ако е възможно, добавете някаква информация за всеки.

“Господин Георгиев, представям Ви господин Кирилов, нашият Търговски Директор. Той се присъедини към компанията през месец август миналата година. ”

“Госпожо Иванова, това е господин Тодоров, мениджър на отдела.”

Стилът означава успех

Усилията да създадете образа на истински професионалист понякога може да ви се струват като едва ли не допълнителна, при това неплатена работа. Изисква се време, въображение и разходи. При това ефектът и личната ни печалба от всичко това се мерзелят в някакви бъдещи, неясни ситуации. Може би е така, но ефектът от едно непрофесионално присъствие се усеща веднага, тук и сега! Това е нещо, което не бива да се допуска!

И все пак има не малко ползи от това да си изработите и вид, и стил на професионалист - например удовлетворението и самочувствието, които ще ви даде едно такова постижение. Работата ви ще бъде много по-успешна, впечатлението което правите върху клиентите и колегите ще бъде много по-добро.

Винаги давате визитка!

Това означава винаги да носите със себе си достатъчно визитки, защото посетителят може да е придружаван от някого.

10 начина да накарате събеседника си да се чувства добре

- Отнасяйте се към събеседника си като към личност
- Изслушвайте го
- Изразявайте разбиране и съчувствие
- Накарайте го да се почувства значим
- Бързо реагирайте на изискванията му
- Поемете отговорност
- Отговаряйте бързо и действайте незабавно
- Дайте му очаквания резултат
- Позвънете, за да го уведомите какво става (информирайте го своевременно)
- Надминете очакванията му

Не забравяйте, че в началото на вашия контакт клиентът се страхува.....

- От всичко, което касае парите му
- От това, дали вие сте верният човек за разрешаването на неговия проблем
- От всички, които се опитват да му продадат някакъв продукт/услуга
- От това, дали ще вземе правилното решение
- От това, какви ще са последиците от това решение за бъдещето му