

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОГО СЛУШАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ

Живаев Н.С.¹, Романова Н.Г.²

¹Живаев Никита Сергеевич – студент,
кафедра бизнеса в сфере услуг;

²Романова Наталья Геннадьевна - кандидат филологических наук, доцент,
кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью,
Новосибирский государственный институт экономики и управления,
г. Новосибирск

Аннотация: в статье рассмотрены основные проблемы – коммуникативные барьеры, препятствующие эффективному слушанию. Автором предложены приемы улучшения навыка слушания в профессиональной деятельности специалиста по продажам.

Ключевые слова: слушание, деловая коммуникация, личные продажи.

Эффективная организация процесса восприятия информации в процессе деловых коммуникаций и, в частности, личных продаж играет в процессе реализации поставленных целей не менее значимую роль, чем правильный выбор коммуникативных приемов и тактик воздействия на собеседника. Возможности слушания как одного из четырех видов речевой деятельности часто являются недооценёнными в практике деятельности торгового агента.

Умение правильно выслушать есть максимальное понимание ситуации, вариативность в ваших предложениях клиенту, залог успешности переговоров. Важно своевременное овладение профессиональными коммуникативными технологиями (об этом см., например, в работе Н.Г. Морозовой [1]).

Рассмотрим основные проблемы, препятствующие эффективному слушанию, и некоторые приемы, помогающие улучшить данные навыки в рамках профессиональной деятельности. Можно обозначить следующие препятствия активному усвоению информации:

1. Концентрация внимания. Проблема, с которой сталкивается абсолютно любой человек. В любой момент разговора ваше внимание может рассеяться, и есть вероятность пропустить важную часть диалога. Как известно, человеческий мозг обрабатывает информацию в 4 раза быстрее, чем воспроизводит ее, вследствие чего свободное время заполняется рассматриванием календаря на стене, мыслями о покупках или летнем отдыхе.

2. Этика общения. Вам никогда не выстроить доверительных взаимоотношений, если вы будете перебивать собеседника, вставлять свои комментарии. Это как минимум некультурно. Молчание создает дискомфорт, и покупателю придется заполнять ее более подробным рассказом о своей проблеме или предложении.

3. Внутренний диалог. Важно выслушать клиента, необязательно анализировать сказанное до тех пор, пока он не закончит говорить. В этом помогает повторение про себя ключевых мыслей клиента и отключение внутреннего диалога. По утверждению Рудольфа Шнаппауфа, автора книги «Практика продаж», эффективен такой прием: «Слушая клиента, применяйте метод кофейного фильтра — всегда дожидайтесь, пока упадет последняя капля» [2].

4. Эмпатическое слушание. Во время диалога нужно стараться понимать его суть не только с позиции разума, но и переживаний, которые движут собеседником. Кроме того, демонстрация сопереживания располагает собеседника по отношению к вам, вводит вас в круг доверия.

5. Личные предупреждения. Если раздражает громкая речь, нервное или застенчивое поведение, излишняя жестикуляция или акцент, не нужно придавать этому никакого значения. Обращать внимание необходимо лишь на то, что говорится, а не каким способом.

Для повышения эффективности слушания и соответственно повышения результативности коммуникации личных продаж необходимо не только помнить о вышеперечисленных возможных коммуникативных барьерах, стараться преодолевать их и дополнительно следовать ряду рекомендаций:

- чаще смотреть в глаза, чтобы подчеркнуть внимание к словам партнера;
- не заканчивать предложения за клиента и не смотреть на часы – действия, показывающие, что мы торопимся;
- всегда выглядеть опрятно и аккуратно. Собеседник должен видеть, что мы готовились к встрече с ним, то есть придаем ей большое значение;
- кивание - простой способ показать клиенту: его слушают и понимают.

Кроме этого, метод по улучшению навыков слушания – анализ своих ошибок. Суть в том, чтобы вести запись разговоров, исключительно в личных целях, на диктофон, или, если встреча проходит в

вашем кабинете, на веб камеру, и позже, анализируя наиболее удачные моменты коммуникации и причины сбоев, делать выводы для совершенствования своего профессионального мастерства.

Итак, важно не только говорить, но и грамотно слушать. В жизни часто случаются ситуации, когда собеседник не обладает этим навыком, перебивает, неправильно воспринимает наши мысли или вовсе не заинтересован в диалоге и вступил в него лишь по работе, тогда у нас пропадает всякое желание поддерживать с ним деловые отношения. Поэтому очень важно оттачивать этот навык, делать заметки, понимать позицию партнера, давать верную оценку существующим с ним разногласиям. Это и есть залог успешной деловой коммуникации специалиста по продажам.

Список литературы

1. *Морозова Н.Г.* Актуализация потребности в профессиональных компетенциях в рамках изучения дисциплины «Культура речи и деловое общение» // Интерэкспо ГЕО-Сибирь-2017. XIII Междунар. науч. конгр. и выставка: сб. мат. Т. 6. Новосибирск: СГУГиТ, 2017. С. 134-138.
2. *Шнаппауф Р.* Практика продаж. Справочное пособие по всем ситуациям в сбыте. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.libfox.ru/183441-rudolf-shnappauf-praktika-prodazh.html/> (дата обращения: 21.02.2018).