

Tři klíče k úspěchu aneb Jak zaujmout klienta při konzultaci?

„Na začátku je důležité uvědomit si, že ať chceme nebo ne, každý z nás celý život prodává (a to ani nemusíme být prodejci). Prodáváme nápad, službu, úkol, produkt, spolupráci, projekt, sami sebe. Někomu z nás se to daří lépe, jinému zase hůře.“

CO JSOU VLASTNĚ DŮVODY TOHO, ŽE S NĚKTERÝMI LIDMI SE NÁM DAŘÍ DOMLUVIT SNÁŽE A S JINÝMI (I KDYŽ POUŽÍVÁME STEJNÝ PŘÍSTUP I ARGUMENTY) K DOHODĚ NEDOJDE?

Zde je několik možných důvodů:

- nejsme všichni osobnostně stejní
- používáme odlišné způsoby myšlení
- používáme odlišný „jazyk“ (jinou terminologii)
- máme předsudky, tzn. „můj pohled na svět je ten správný, ten tvůj není v pořádku“
- máme různé zkušenosti
- každého z nás oslovují jiné „motivátory“

JAKÝ ZPŮSOB JEDNÁNÍ (S KLIENTY) POUŽÍVÁTE?

Způsob jednání s druhými lidmi (klienty) můžeme rozdělit do 3 základních typů:

1. Intuitivní/přirozené jednání:

Výsledek: Někdy to dopadne dobře, jindy ne – nevím proč (ke všem přistupuji podobně)

Ponaučení: Lépe se mi jedná s lidmi, kteří jsou mi osobnostně podobní - rozumíme si. Osobnostně odlišní lidé jsou z mého pohledu komplikovaní, nedá se s nimi mluvit, chtějí příliš detailních informací, které jsou z mého pohledu zbytečné,.....atp.

2. Zkušenostní jednání:

Výsledek: Někdy to dopadne dobře, jindy ne – s přibývajícimi zkušenostmi se výsledky jednání zlepšují.

Ponaučení: Lépe se mi jedná s lidmi, kteří jsou mi osobnostně podobní - rozumíme si. U osobnostně odlišných lidí, zkouším změnit přístup k nim, dokud nenajdu způsob, který vede ke společné dohodě (prodeji). To se následně snažím využít u „podobných“ lidí (klientů) při dalším jednání.

3. Vědomé jednání:

Výsledek: Ve většině případů dochází k dohodě (prodeji).

Ponaučení: Lépe se mi jedná s lidmi, kteří jsou mi osobnostně podobní - rozumíme si. U osobnostně odlišných lidí znám způsob jejich myšlení a dokážu jim „VĚDOMĚ“ poskytnout takové argumenty a motivy, které jsou pro ně srozumitelné a rychleji vedou k dohodě (prodeji).

První dva typy jednání můžeme také nazvat jako:

- „náhodné“ (je náhodou, na jakou osobnost člověka právě narazím) – tzn., výsledek jednání neřídím „nemám ho v ruce“.

Třetí typ jednání můžeme nazvat jako:

- „vědomé“ – dokážu vést jednání (a přizpůsobit argumentaci) s ohledem na osobnost partnera – tzn., že jsem schopen vědomě ovlivnit výsledek jednání – řídím ho. ■



TŘI KLÍČE PRO ZVÝŠENÍ ÚSPĚŠNOSTI V JEDNÁNÍ S KLIENTY S VYUŽITÍM METODY STRUKTOGRAM®

1. KLÍČ – „KDO JSEM JÁ“
– jaké jsou mé osobnostní předpoklady a rizika pro jednání s klienty?

Základním předpokladem úspěchu, je znalost své osobnosti a z toho vyplývajících silných stránek pro jednání (pro prodej). Stejně tak také rizik, která mohou výsledek jednání negativně ovlivnit.

2. KLÍČ – „KDO JSOU ONI“
– jak rychle poznat osobnost klienta v jednání?

Druhým předpokladem úspěchu, je pochopení důvodů chování, jednání a způsobu myšlení osobnostně odlišných klientů a následně dovednost je rychle „poznat“ (identifikovat jejich osobnost).

Lidé a jejich způsob jednání a uvažování můžeme rozdělit do 3 základních skupin:

- a) pocitově-intuitivní
- b) logicky – racionální
- c) emotivně – praktičtí

Každý z nich očekává odlišný přístup, jiné prostředí, ve kterém by jednání mělo probíhat, jinou formu sdělování informací (ústní, písemnou, prezentační, více, nebo méně detailní...), atp.

3. KLÍČ – „JAK VĚDOMĚ MOTIVOVAT KE KOUPI“
– jaké argumenty a motivy použít při konzultacích

Třetím předpokladem úspěchu, je „vědomé“ poskytnutí takových argumentů a motivů, které jsou pro danou osobnost srozumitelné a oslovují jeho „motivátory“ ovlivňující rozhodnutí o „koupi“ vašeho návrhu.

Často je důležitá správná volba slov, kdy stejnou informaci můžete přeformulovat podle osobnosti člověka, se kterým jednáte. s osobnostně odlišnými klienty?

... a to jsou 3 jednoduché a logicky propojené části, které mohou zvýšit váš úspěch při jednání s klienty.

Structogram® přináší zcela nový pohled na jednání s klienty s prokazatelně měřitelným zvýšením úspěšnosti. Pro své zaměstnance jej využívají významné společnosti po celém světě.

Partneři společnosti Microsoft již 2 roky po sobě vyhodnotili školení s využitím metody Structogram® za nejvíce přínosné pro praxi.

První krok můžete udělat již 5. 12. 2016 na úvodním semináři „Structogram® -Klíč k úspěchu“.

Více informací a přihlášku získáte na stránkách www.structogram.cz, www.pma.cz, nebo prostřednictvím e-mailu: milan.zajicek@pma.cz

