

۵ نکته در زبان بدن



منبع: www.modiresabz.com

نویسنده: آذر جوزی بر گرفته از کارن لی لاند، کیت بی لی
موضوع: زبان بدن، فروش

برای خواندن جدیدترین مطالب مدیریت و
بازاریابی به سایت مدیرسبز مراجعه کنید!
برای دانلود صدها مقاله مشابه این مطلب
عضو سایت مدیر سبز شوید!

زبان بدن یک جریان ثابت و غیرلفظی ارتباطی است؛ بدون ادای یک کلمه (حتی بدون اینکه متوجه باشیم)، زبان بدن احساسات و افکار ما را نشان می‌دهد؛ مثلاً بدون ردوبدل کردن یک حرف می‌توانید حدس بزنید که مسئول خدمات‌دهی چه حسی درباره شما (که مشتری هستید) دارد.

چند سال پیش، در دانشگاه معتبری تحقیقی در مورد چگونگی دریافت پیام مردم از یکدیگر انجام شد. این تحقیق نشان می‌دهد که:

۵۰ درصد پیام‌هایی که ما از مردم دریافت می‌کنیم از زبان بدن آن‌هاست.

۳۸ درصد پیام‌ها از لحن صدا است.

۷ درصد پیام‌ها از کلماتی است که آن‌ها می‌گویند.

همه ما می‌توانیم زمان‌هایی را به یاد بیاوریم که دوست یا فرد موردعلاقه‌مان غمگین و ناراحت به نظر می‌رسد و وقتی از او می‌پرسیم چه اتفاقی افتاده با چشمانی اشک‌آلود و قیافه‌ای درهم به ما می‌گوید: «هیچی من خوبم». کاملاً روشن است! اعمال ما بلندتر از صدای ما حرف می‌زنند و زبان بدن ما پیام‌هایی منتقل می‌کند که بیش از حرف‌هایی که می‌زنیم باورکردنی‌اند. توانایی شما در تعبیر صحیح زبان بدن مشتری و انتقال پیام بدن خود به شکلی که این مفهوم را القا کند: «من اینجا هستم که کمک کنم». یکی از کم‌هزینه‌ترین و قوی‌ترین مهارت‌هایی است که شما دارید.

۱. چشم در چشم

تماس چشمی قویترین مهارت زبان بدن است. آن را مهارت توجه می‌نامند، زیرا به مشتری نشان می‌دهد که شما علاقه‌مند و پذیرای سخنان او هستید. تماس چشمی به شما این امکان را می‌دهد که هم احساسات و هم سخنان مشتری را بشنوید. تماس چشمی با تمرکز ملایم بر چهره‌ی مشتری برقرار می‌شود. برای مثال: لحظه‌ای



که مشتری به شما مراجعه می‌کند، بدون توجه به اینکه مشغول چه کاری هستید، فوراً تماس چشمی را با تمرکز بر کل چهره‌ی او و نه فقط چشم او برقرار کنید. همچنان که مکالمه پیش می‌رود، گاه‌به‌گاه چشم از چهره‌ی او برگیرید تا احساس نکند که به وی خیره شده‌اید.

۲. حالت چهره

چهره مانند جعبه‌ی اعلانات است که به همه می‌گوید که شما خوشحال، غمگین، هیجان‌زده و غیره هستید. اجازه ندهید که فشارهای روز در ابروان شما چین ایجاد کند یا چهره شما خسته، کم انرژی یا نگران به نظر بیاید. برای مشتری مهم نیست که روز شما مانند جهنم بوده است. از نظر آن‌ها این اولین ارتباط شما در روز است. قبل از اینکه شروع به صحبت کنید مطمئن شوید که حالت چهره‌ی شما حالت مثبتی دارد. چهره‌ی آرام و خوشایند در بیشتر اوقات ایده‌آل است. ولی وقتی مشتری‌ها ناراحت هستند شما لازم است که چهره‌ی خود را با شرایط فکری آن‌ها مطابقت دهید.

داشتن چهره آرام و مطبوع در برخورد با همکاران به اندازه‌ی مشتری‌ها اهمیت دارد. چنین چهره‌ای همکاران شما را تشویق می‌کند که برای مشورت، راهنمایی و گرفتن اطلاعات به شما مراجعه کنند. دوستی می‌گفت؛ زمانی با مدیری کار می‌کردم که هر وقت سوالی از او می‌کردید، چروکی در بینی خود ایجاد می‌کرد. این حرکت او برای من این تعبیر را داشت که «اه، نه باز هم تویی با یک سوال مسخره دیگر!» و این حالت چهره او مرا از دریافت اطلاعات مورد نیاز از او بازمی‌داشت.

۳. طرز قرار گرفتن بدن و حرکات آن

طرز ایستادن بدن - خصوصاً حرکات بدن - انرژی و علاقه‌ی شما را به سخنان مشتری نشان می‌دهد. با استفاده از سرنخ‌های زیر شما می‌توانید حدس بزنید که چه وقت مردم بی‌صبرانه مایلند که مکالمه با شما را پایان دهند:

به عقب تکیه زدن یا عقب رفتن

روی برگرداندن از شما

عقب رفتن از میز کار یا میز غذا

بستن کیف‌دستی خود درحالی که شما هنوز مشغول صحبت هستید

مرتبا نگاه کردن به ساعت خود

کارهای زیر به مشتری نشان می‌دهد که شما به او گوش می‌دهید و علاقه‌مند به صحبت با او هستید:

با سر تصدیق کردن

یکی از راه‌های غیرلفظی برای اینکه به فردی نشان دهید که به سخنان او توجه دارید سر تکان دادن است. خصوصاً در مواردی که مشتری مشغول توضیح جزئیات یک واقعه است و شما نمی‌خواهید که صحبت او را قطع کنید، اما مایلید که او متوجه شود سخنان او را دنبال می‌کنید. در بیشتر نقاط جهان تکان دادن سر به بالا و پایین



نشانه «بله» و از چپ به راست نشانه «نه» است. همچنین درست است که سر تکان دادن (هر چند لحظه یکبار) مفهومی گوش فرادادن است اما مرتبا و پشت سرهم سر تکان دادن علامت بی صبری است.

روبه روی مشتری قرار گرفتن

با چرخاندن کل بدن (نه فقط سر) به سمت مشتری، این پیام را به وی منتقل می‌کنید که او همه‌ی توجه شما را به خود اختصاص داده است. اگر رویتان به سمت مشتری نباشد، او احساس خواهد کرد که چیزی حواس شما را پرت کرده است.

به جلو خم شدن

تنها به اندازه‌ی به جلو خم شوید که فاصله فیزیکی با فرد رعایت شده و او حس کند به آنچه می‌گویید توجه دارید.

۴. حرکات دست

تکان دادن دست در حال صحبت (حتی با تلفن) راه طبیعی بروز احساسات شماست. بعضی‌ها گویی با دستانشان صحبت می‌کنند و به نظر می‌رسد که رهبری ارکستر را بر عهده دارند. حرکت دست که همراه استفاده‌ی شیء باشد، شرایط فکری مشتری را برای شما روشن می‌کند. برای مثال:

گذاردن سر قلم و نهادن آن در جیب: این حرکت آمادگی شخصی را برای نتیجه‌گیری از یک جلسه یا یک مکالمه نشان می‌دهد.

بازی با انگشتان: این عمل بی‌صبری یا ناامیدی را نشان می‌دهد.

مداوماً صدای نوک قلم را در آوردن (نوک قلم را به بیرون و به داخل فشار دادن): این عمل دو مفهوم مختلف دارد: با مشتری راحت نیست یا غرق در فکر است. به سایر علامت‌های زبان بدن مشتری توجه کنید تا بفهمید کدامیک از شرایط فوق حاکم است.

۵. فاصله فیزیکی

فضای شخصی، فاصله‌ای بین شما و فرد دیگر است که در آن احساس راحتی می‌کنید. اگر فردی در برخورد با شما حریم خصوصی شما را در نظر نگیرد و زیاد به شما نزدیک شود، شما بدون هیچ فکری به طور خودکار عقب‌تر می‌روید.

اگر می‌بینید که مشتری از شما فاصله می‌گیرند شاید به این دلیل است که تلاش می‌کنند فضای بیشتری برای خود داشته باشد. شما با ایجاد فضای مناسب ارتباط را آسان می‌کنید و اعتماد می‌آفرینید. بهترین فضای فاصله فیزیکی (۶۰-۱۲۰ سانتی‌متر) است.



تمیز بودن مهم است

قسمت دیگری از زبان بدن مربوط است به تمیز بودن. تمیز و منظم بودن از دو نظر نقش مهمی را بازی می‌کند.

ما چگونه به نظر می‌آییم

شکل ظاهری ما اثر زیادی روی مشتری می‌گذارد. دست‌ها و ناخن‌های کثیف، موهای نامرتب و بوی بد دهن و بدن همگی عوامل مهمی هستند. اگر ما هزینه رفع آن‌ها را نپردازیم، مشتری را از دست می‌دهیم. مشتری‌های ما انتظار دارند که شکل ظاهری ما با شغلی که بدان مشغول هستیم متناسب باشد. وقتی که مکانیک اتومبیل هستید سعی نکنید که دست و انگشتان تمیزی داشته باشید زیرا مشتریان فکر می‌کنند که تا به حال کاپوت ماشینی را هم بالا نکشیده‌اید.

محیط کار ما چگونه به نظر می‌آید

تمیزی محیط کار ما خصوصا وقتی که مشتری به آن دسترسی دارد خیلی مهم است. «منطق مشتری» قواعد خاص خود را دارد. یکی از آن‌ها این است که مشتری آزاد است رابطه‌ای غیرمنطقی بین چیزها ایجاد کند. مثالی کلاسیک از «منطق مشتری» در محیط کار، اظهارات یک مدیر خط هوایی است که یک بار متوجه شد مسافران فکر می‌کنند که اگر رویه‌های روی صندلی هواپیما و نیز جلو آن کثیف باشد، مفهومی این است که نمی‌توان مطمئن بود که موتور هواپیما خوب سرویس شده باشد.

یک بار جلسه‌ای کاری با یک طراح مالی داشتیم که قرار بود استخدامش کنیم. در انتهای جلسه او پاهایش را روی هم انداخت و من متوجه سوراخی در کفش او شدم و فکر کردم این شلختگی علامت بدی است برای فردی که کارش ارتقای امور مالی است و بالاخره او را استخدام نکردم. تاثیری که این نکته بر من گذاشت مهم‌تر از این بود که فکر کنم آیا این تصمیم منصفانه بوده است یا خیر.

چیزهای کوچک معانی بزرگ دارد

کتابخانه یک دانشگاه تصمیم داشت که تحقیقی در مورد اثر کارهای ساده و خصوصی بر برداشت دانشجویان از خدمات دریافتی انجام دهد. آن‌ها مسئولان کتابخانه (که برای قرض گرفتن کتاب باید به آن‌ها مراجعه کرد) را به دو دسته تقسیم کردند. به گروه اول گفتند باید به دانشجویان در گرفتن کتاب کمک موثر بکنند بدون اینکه از مهارت‌های ارتباطی از قبیل تماس چشمی و لبخند استفاده کنند. از گروه دیگر خواستند از مهارت‌های ارتباطی استفاده کنند، از قبیل تماس چشمی یا صدا کردن نام آن‌ها (که در کارت کتابخانه موجود است).

در انتها با مصاحبه‌ای که انجام شد دانشجویانی که فقط خدمات موثر دریافت کرده بودند و در مورد آن‌ها از مهارت‌های ارتباطی استفاده نشده بود اظهار کردند که خدمات بدی گرفته‌اند. ولی دسته دیگر که علاوه بر خدمات موثر، مهارت‌های ارتباطی هم در موردشان اعمال شده بود گفتند خدمات دریافتی آنان عالی بوده است. نکته مهم این است که شاید ما با زبان بدن کارهای کوچکی انجام دهیم اما مطمئن باشید همین کارهای به ظاهر ساده اغلب اثر زیادی برجای می‌گذارد.