

ЗАКОНИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

У діловому світі існують жорсткі закони, на основі яких партнери вирішують, чи можна укласти угоди з цією особою, чи краще утриматись від цього. Велике значення для відмови від ділових стосунків може мати відсутність знань щодо загальнопсихологічних правил спілкування.

Порушення цих правил викликає ризик позбавлення вашого співрозмовника природного права бути зрозумілим та створює штучні перешкоди та бар'єри у спілкуванні.

Переважає більшість цих правил дуже прості та знайомі нам з дитинства – бути ввічливим, не наближатись занадто близько до незнайомої людини, не ховати очі від співрозмовника, посміхатись тощо.

Спробуйте відповісти на питання наступним чином: *“Що мені заважає позитивно сприйняти цю людину? – те, що вона інша. А що мені допомагає зрозуміти цю людину? – розуміння того, що вона є іншою.”*

Бар'єри на шляху взаєморозуміння знаходяться всередині нас, – по-перше, це підсвідоме небажання слухати інших. Щоб розуміти, недостатньо вислуховувати слова – треба почути людину. Не меншою проблемою є й те, що *декому не вистачає слів, а декому пауз поміж ними. Крім того, кожен з нас є цікавим для інших настільки, наскільки він є цікавим для самого себе.*

При встановленні контактів уникайте спірних питань, що не мають принципового значення. Існують **сім причин невдалого проведення переговорів:**

1. *Конфронтація.* Зустрічі нагадують переговори представників двох ворожих армій, головними знаряддями є погрози, що підсилюються в процесі тривалості переговорів.

2. *Дебати.* Вони нічого не дають, лише витрачаються час і нерви.

3. *Нечіткість формулювання проблем.* Визначте, чого ви конкретно хочете.

4. *Гордість і пиха.* Залиште їх удома, люди, з якими ви спілкуєтесь – не гірші за вас.

5. *Вибухи емоцій та роздратування.* Хто кричить – того не слухають і не чують.

6. *Небажання компромісу.* Навчіться себе обмежувати, вмійте поступатися.

7. *Негативний досвід попереднього спілкування.* Все може змінитись, спілкування завжди треба починати “з чистого листа”.

Відомий письменник О. Уайльд говорив: *“Єдине товариство, яке людина спроможна витримати до кінця – це її власне товариство”*. З цієї нагоди виникло правило: *“Якщо я не в змозі змінити ситуацію, я повинен прагнути змінити своє ставлення до неї”*.

У своїй діяльності всі працівники ринку та суб'єкти збутової діяльності будь-якими шляхами повинні уникати непрофесійної поведінки та брати на себе відповідні зобов'язання, а саме:

- не здійснювати рекламу у вульгарній формі;

- не приховувати від клієнтів свою зацікавленість, це може відбитись на якості сервісу;
- не розголошувати конфіденційну інформацію;
- не вживати заходів, що знаходяться у протиріччі до будь-яких законів продажу;
- у відповідь на довіру суспільства здійснювати практичну діяльність так, щоб вона була найкориснішою для людей;
- ставити інтереси клієнтів вище своїх і служити їм чесно та компетентно;
- охороняти будь-яку інформацію, що стосується клієнта, і яка була отримана в процесі професійної діяльності;
- інформувати клієнтів щодо усіх своїх досягнень;
- не обслуговувати клієнта в умовах, які можуть вплинути на нашу об'єктивність, незалежність або чесність;
- підтримувати, піднімати і захищати стандарти та вимоги до обслуговування;
- постійно покращувати знання, майстерність, а також робити зрозумілими для клієнтів усі вигоди для нього від наших професійних досягнень;
- відчувати відповідальність перед усіма партнерами, з якими нам доводиться співпрацювати в процесі реалізації товарів;
- постійно оцінювати якість роботи, щоб бути впевненими, що всі завдання та угоди виконуються нами компетентно.

Використана література:

1. Яковенко Р. В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – 212 с.
2. Яковенко Р. В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник / Роман Яковенко. – [Вид. 2-ге, випр.]. – Кіровоград : видавець Лисенко В.Ф., 2015. – 130 с.
3. Яковенко Р. В. Основи теорії економіки для технічних спеціальностей : навч. посіб / Роман Яковенко. – Кіровоград : „Поліграф-Сервіс”, 2009. – 120 с. : іл.

Р. В. ЯКОВЕНКО,
к.е.н., доцент