

KOMUNICIRANJE S STRANKAMI



Živimo v času, ki predstavlja izziv za posameznike in tudi za podjetja.

Podjetja se na trgu srečujejo z izjemno konkurenco in nestabilnimi gospodarskimi razmerami.

Stranke so zahtevnejše kot kdajkoli prej, zato se podjetja prilagajajo in nenehno izboljšujejo svojo ponudbo.

Stranke, ki na trgu nastopajo kot potrošniki, imajo neprimerljivo večjo izbiro raznoraznih storitev in izdelkov in lahko zato precej lažje prehajajo od enega ponudnika k drugemu.

Zaradi tako velike izbire izdelkov in storitev si morajo podjetja hkrati prizadevati za ohranjanje obstoječih strank in pridobivanje novih.

»Komunikacija je izmenjava ali prenos informacij od ene osebe do druge«.

»Beseda komuniciranje izvira iz latinske besede *communicare*, kar pomeni posvetovati se, razpravljati o nečem, vprašati za nasvet«.



**Pomen izraza »komuniciranje«
opredeljuje tudi Slovar slovenskega
knjižnega jezika, in sicer kot »
izmenjevati, posredovati misli,
informacije, sporazumevati se«.**

Načini in oblike komuniciranja

BESEDNO KOMUNICIRANJE

govorno
pisno
elektronsko

NEBESEDNO KOMUNICIRANJE

drža telesa
usmeritev telesa
telesni gibi
telesne geste
obrazne geste
očesni gibi
dotikanje
glas
drugo



Načela neverbalnega komuniciranja:

- **Kakovost odnosov med osebami presojamo na podlagi neverbalnih ključev.**
- **Raziskave so pokazale, da prejemnik v primeru neskladnosti med besednim sporočilom in neverbalnimi ključi bolj verjame neverbalnim komunikacijam kot verbalnim.**
- **Bistven pomen ima percepcija.**
- **Pravila neverbalnega komuniciranja so zelo različna glede na starost, spol in kulturno pripadnost.**
- **Za razlago neverbalnega komuniciranja je bistveno, kje in v zvezi s kom se to pojavi.**
- **Ženske so na splošno bolj občutljive za neverbalne ključe in bolj natančne pri pošiljanju neverbalnih sporočil.**

- Čeprav se lahko naučimo razlagati neverbalne ključne drugih, pa bomo največ dosegli, če se bomo koncentrirali na lastno neverbalno sporočanje in dosegli, da bo skladno z našimi nameni.
- V celoti gledano organizacije nagrajujejo tiste posameznike, ki so svoje neverbalno vedenje prilagodili organizacijskim pričakovanjem, in kaznujejo one, ki ga niso prilagodili.
- Člani organizacije se intuitivno naučijo prilagajati svoje neverbalno vedenje potem, ko postanejo člani organizacije.
- V organizaciji je v neformalnih odnosih neverbalno komuniciranje pomembnejše kot verbalno.

Neverbalno komuniciranje se da vaditi in izboljšati, da vadimo tako, da:

- **uporabljamo miren, trden, iskren glas,**
- **poudarjamo ključne besede počasi,**
- **sogovornika gledamo v oči,**
- **dlani držimo razprte,**
- **delamo počasne in odločne gibe,**
- **sedimo ali vstanemo z vzravnano hrbtenico,**

- **dihamo pravilno,**
- **se držimo bistva,**
- **smo neposredni in prijazni,**
- **posredujemo informacije, vendar ne obsojamo,**
- **štejemo do pet, preden odgovorimo,**
- **predlagamo rešitve.**

Med drugim je pomembno, kako je prodajalec oblečen, koliko je oddaljen od svojega kupca, koliko časa mu posveti, kako hitro in glasno govori.

Če je prodajalec preveč oddaljen pri pogovoru s kupcem, lahko naredi vtis, da ni zainteresiran za pogovor, če pa je preblizu, lahko sogovorniku oziroma kupcu postane neprijetno.

Očesni stik je tudi zelo pomemben. Pomembno je smehljati se z očmi, vendar seveda brez pretiravanja. Nasmeh kaže, da je prodajalec prijazna, odkrita, dostopna oseba in da bo najverjetneje pošten poslovni partner.

Pravi prodajalec ni napadalno oblečen, ni preveč oddaljen od kupca, smehlja se, ne govori niti prehitro niti prepočasi, ne preglasno, ne pretiho in v ospredje postavlja kupca.

Vrhunski prodajalec na tak način hipnotizira svojega kupca in kupec iz trgovine odhaja zadovoljen in verjetno se bo spet vrnil, kar je cilj vsakega prodajalca posameznika in podjetja na splošno.

ZAKLJUČEK

Komuniciranje ima dve bistveni komponenti: verbalno (z njim sporočamo vsebino) in neverbalno (z njim sporočamo odnos do vsebine in sogovornika). Še prav posebej moramo biti pozorni, da sta verbalna in neverbalna komunikacija skladni. V nasprotnem primeru bo sogovornik zaznal, da nismo iskreni in nam ne bo zaupal.

Prav paradoksalno je, da smo v komunikaciji najbolj uspešni, če znamo dobro poslušati. Ni vseeno, kako poslušamo. Naučiti se moramo aktivno poslušati.

Tako v poslovnem kot zasebnem življenju se srečujemo s težavnimi sogovorniki in zaidemo v težavne situacije. Aktivno poslušanje, asertivno vedenje ter nekaj preizkušanih taktik vedenja nam pomagajo, da tudi v težavnih situacijah ohranimo mirno ki in dosežemo pozitivni rezultat.

