



Pharmasco®

ЛАБОРАТОРІЯ В КИШЕНІ

з 2002 року

Ефективна комунікація з
партнерами

Тренер
Гриценко Павло

Цілі тренінгу

Навчитися

- Прийомів поведінки, необхідні ефективного спілкування
- Слухати та чути опонента
- Професійно працювати із запитами партнерів.
- Чути заперечення партнерів, розуміти справжні причини їхнього виникнення.
- Визначати тип реакції партнера та способи роботи із ним.
- Пом'якшувати емоційні реакції партнерів.



Pharmasco[®]

Програма тренінгу:

1. Ефективна комунікація у діловій взаємодії:

Хто такий «ефективний комунікатор»?

Яку комунікацію можна вважати ефективною?

Як передається інформація?

Які причини втрат та спотворень інформації у комунікаційному процесі?

Які правила та принципи ефективних комунікацій?

2. Типи особистості та їх психологічні особливості

Робота із різними типами партнерів.

Робота із експресивним партнером.

Робота із вимогливим партнером.

Робота із пасивним партнером.

Робота з балакучим партнером.

Маркери готовності до комунікації

3. Прояснення побажань партнера:

Встановлення контакту із партнером.

Активне слухання

Невербальні техніки

Вербальні техніки

Типи запитань та їх використання.

Воронка запитань, Що? Як? Навіщо?

Створення та підтримання психологічного комфорту.

Pharmasco[®]



Яку комунікацію можна вважати ефективною?

В результаті якої буде змінено поведінку партнера – збільшиться рекомендація наших препаратів





Теодор Рузвельт
25 президент США

- «Сама головна формула успіху-знання, як спілкуватися з людьми, розуміти що їм потрібно в кожній ситуації і дати їм розуміти, що це у них буде. Також за допомогою спілкування людина розвивається та вдосконалюється, реалізує свій потенціал.»

Pharmasco®

Як передається інформація?

Знання

Образ, Асоціація

Мова, візуалізація


Звукові та світлові хвилі

Звук, зображення

Образ, Асоціація

Знання





Вставити практику з турботою з особистіснимизапереченнями. Як залишитися корисним, отримавши позитивний осад після себе.

Pharmasco®

Які причини втрат та спотворень інформації у комунікаційному процесі?

Круги Ейлера



Картасвіту

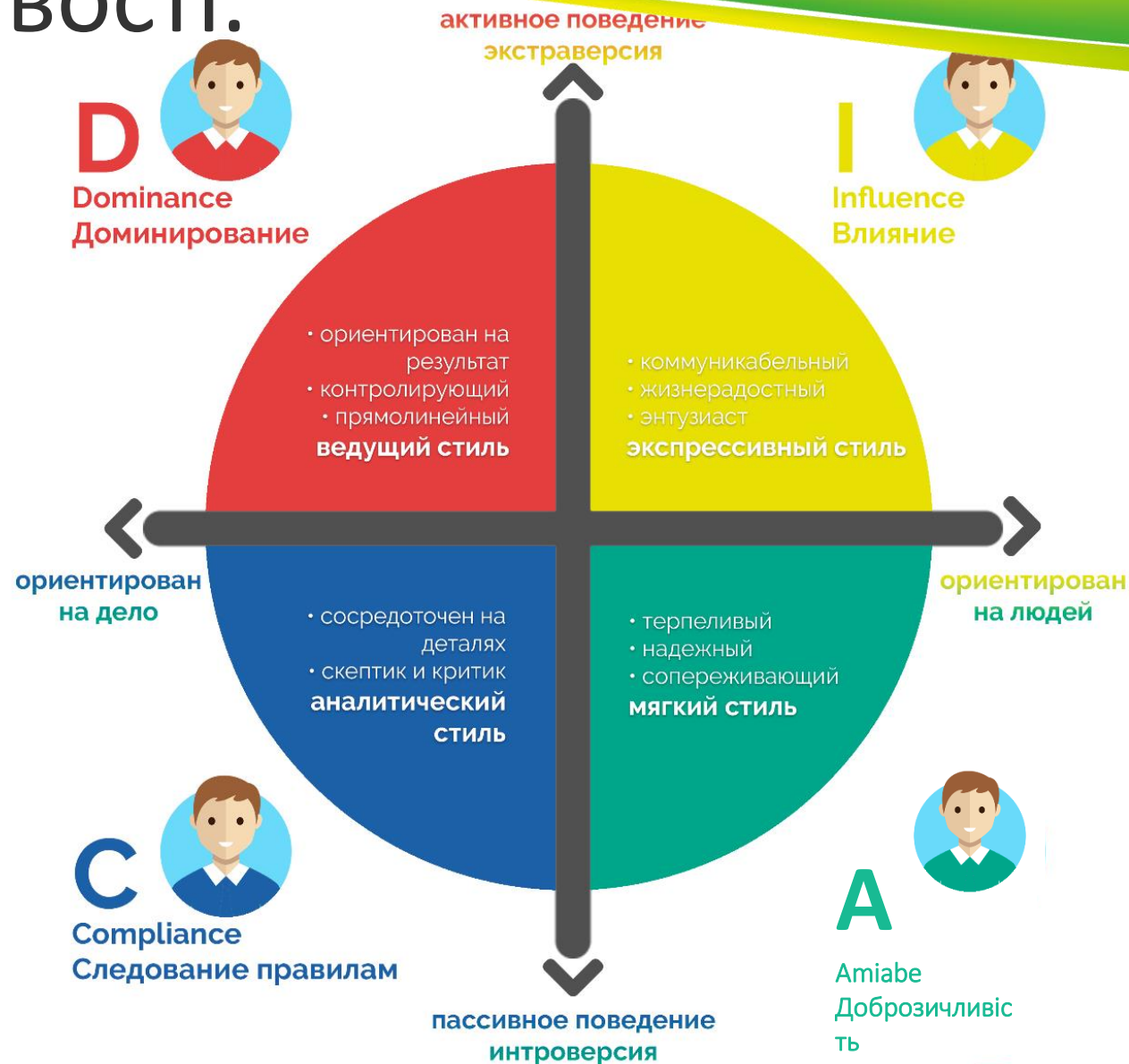
- У різних життєвих ситуаціях люди сприймають інформацію ззовні та за допомогою процесів узагальнення, недогляду та спотворення створюють своє власне унікальне уявлення про світ, яке можна назвати картою світу чи моделлю реальності



Які правила та принципи ефективних комунікацій?

- Облік єдності **раціонального** і **емоційного** поведінці людини.
- Принцип **ситуативності**.
- Підвищення рівня **об'єктивності** уявлень про партнера.
- **Гуманізму** побудові комунікацій.
- Орієнтація на **довгострокове** співробітництво.
- Облік **розвитку** партнера та динаміки його психічних процесів та станів.
- Наявність **різноманітних** чинників поведінки (потреб, намірів, мотивів, уміслів...).
- **Науковість**.
- **Законність**.

Типи особистості та його психологічні особливості.



Експресивний тип



- Їхній мотиватор — визнання, нові можливості. Найбільше неприємно їм байдужість до себе. «Експресивихаризматичні, з ними цікаво, вони заряджають своїм ентузіазмом та оптимізмом. Їм важливо бути серед людей, оточувати себе увагою інших людей.

Провідний тип

- Їхній мотиватор — перемога. Такі люди бояться поразки. Вони у всьому намагаються бути першими. Нагороду за друге місце вони віддадуть перевагу сховати, але з гордістю розмістять на самому видному місці грамоту/медаль/кубок за перше. Азарт і конкуренція – їхня стихія.



- орієнтован на результат
 - контролюючий
 - прямолинейний
- ведущий стиль**



Аналітичний тип

- Їхній мотиватор — бути завжди правим, також дуже важлива системність у всьому. Найстрашніше для них — припуститися помилки. Не люблять невизначеності. «Аналітики» не люблять висловлювати свої емоції, «ділитися потаємним», вони досить потайливі та замкнуті люди. Їх не можна назвати командними гравцями. Люблять самотність.

- сосредоточен на деталях
 - скептик и критик
- аналитический
стиль**



C

Compliance

Следование правилам

Pharmasco[®]

М'який тип

- терпеливий
 - надежный
 - сопереживающий
- мягкий стиль**

A



Amiabe
Доброзичливість

- Головний мотиватор — стабільність та добрі взаємини. Ось чого вони не люблять, то це змін. «Дружелюби»- Природжені психологи. Якщо вам потрібно, щоб вас вислухали, поспівчували, сміливо звертайтеся до них. Для них дуже важливо, щоб і в сім'ї, і зі знайомими, друзями, колегами у них були добрі стосунки.

Pharmasco[®]

Рольова гра

- Визначте свій тип особистості.
- Визначте тип особи свого партнера.

Pharmasco®

Робота з експресивним партнером. (Жовтий)

- Не забувайте про мету зустрічі. Адже у спілкуванні з ними дуже легко піддатися їхній чарівності. Контролюйте таймінг розмови, спрямовуйте розмову в потрібне русло. Для «жовтих» важлива увага до себе. У презентації наголосіть на ексклюзивності пропозиції. Монотонна або тривала репліка в промові їм швидко набридне, і в результаті ви втратите партнера.



Робота звимогливим партнером. Драйвер (Червоний)

- важливо не дати їм можливість перехопити ініціативу, не піддатися їхньому тиску, розмовляти впевнено, показати свій професіоналізм та компетентність у питанні. Для Драйверів важливим є статус. Покажіть сильні сторони вашої продукції. Також велике значення мають конкретні вигоди, наголосіть на цьому.



Pharmasco[®]

Робота із пасивним партнером. Аналітик (Синій)

- З «Аналітиками» важливо зайво не виявляти емоції, це насторожує їх. У розмові краще використовувати факти, статистику, цифри, структурувати інформацію, говорити безпосередньо, «без води». Будьте готові до того, що партнер буде в різні моменти вашої розмови, сперечатися чи уточнювати отриману від Вас інформацію, можливо навіть записувати собі в блокнот.



Робота з говірким партнером. Дружелюб. (Зелений)

- З «Дружелюбами» дуже важливо створити теплу атмосферу. Впевніться, що партнеру комфортно. У презентації зробіть акцент на описності для пацієнтів та емоційних вигод: дружні стосунки з пацієнтами, підтримка на роботі, взагалі – сприятливий соціально-психологічний клімат.



Pharmasco[®]

Рольова гра

Де продавцем допущено
помилки.

Pharmasco[®]

Встановлення контакту із партнером.

- Чесність
- Допомога
- Час
- Зайняти авторитет
- **Загальні теми**
- **Показати експертність**



Маркери готовності до комунікації.

1. Клієнт позитивно налаштований (усмішка, невимушена розмова, відкрита поза, середня гучність та швидкість мови...)
2. Клієнт говорить більше ніж ви (тривалість реплік партнера в діалозі перевищує тривалість ваших реплік, а так само діалог не містить пауз, що затягнулися)
3. Клієнт охоче відповідає на запитання (Відповіді партнера не односкладові, швидше схожі на розповідь про щось, Клієнт відмовився від спроб ставити запитання Вам.



Відкриття візиту

- Привітання, уявлення себе та компанії
- Декларація теми візиту
- Розмова на загальні теми (Small talk)



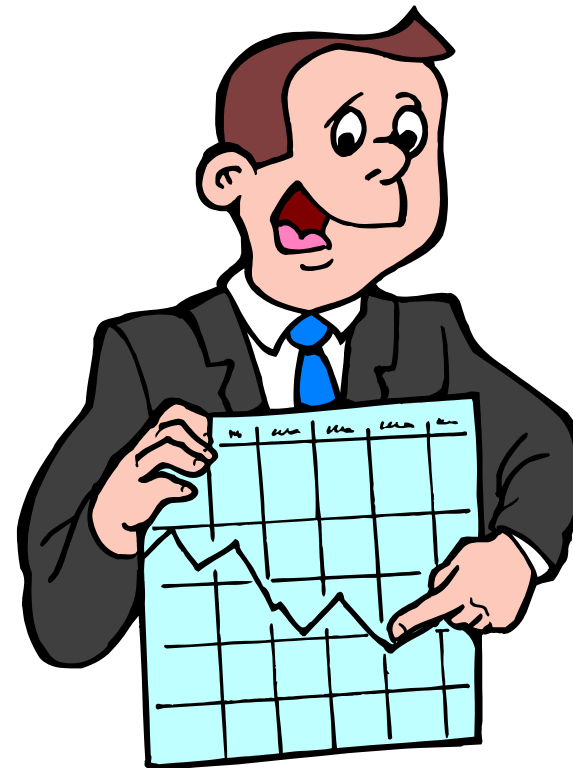
**Повинна апелювати до
можливих потреб
партнера!**

*Формулювання мети
повинно **не** суперечити
стратегії компанії*



Декларована мета

- *Бути пов'язана із справжньою метою (портрет пацієнта)*
- *Цікавою*
- *Короткою (1 фраза)*
- *Не утримувати маркерів «продавця»*



Декларована мета

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
											Ніша
Хочу сьогодні	Обговорити з Вами	про	Нових	Можливостях	в	лікування	В якому портреті пацієнта дуже важливо для партнера те, що ви розповісте	у	дорослих	з	частими рецидивами
	Обговорити		Останніх	тенденціях		Терапії			дітей		гострими симптомами
	Поговорити		сучасних	підходах		Профілактика			пацієнтів		у складних ситуаціях
	Поговорити		Важливих	проблемах		Рекомендації			партнерів		алергічним анамнезом
			Цінних	Особливостях		Добір терапії			покупців		обмеженим бюджетом...
			Ключових...	Принципах...		Ведення...	мед проблема				Збігається зі смарт метою

Правила мети:

- 1. Показує портрет пацієнта із справжньої мети (ГРВІ у дітей-алергіків).
- 2. Не озвучуємо назву препарату
- 3. Схема: Один візит – одна ідея.
- 4. Не знецінюємо партнера



Рольова гра

Декларація теми візиту

Pharmasco[®]

Small talk

Часті теми:

- Комплімент
- Погода
- Здоров'я
- Відпочинок
- Резонансна подія
- Загальні інтереси
- Діти

Слід уникати

- небезпечні соціальні теми
- Зарплата
- Політика
- Секс
- Релігія





Рольова гра

Встановлення довірчих відносин

Pharmasco[®]



Як зіпсувати все з самого початку

Де продавцем допущено помилок.

Pharmasco[®]

Активне (емпатичне) слухання

— метод, застосовуваний у практиці соціально-психологічного тренінгу, психологічного консультування і психотерапії, що дозволяє точніше розуміти психологічні стани, почуття, думки співрозмовника з допомогою спеціальних прийомів участі у розмові, які мають на увазі активне вираження власних переживань і міркувань. Активне слухання – спосіб продовжувати діалог із партнером стільки, скільки Вам потрібно.



Pharmasco[®]



```
graph TD; A[Техніки активного слухання] --> B[Невербальні]; A --> C[Вербальні]
```

Техніки активного слухання

Невербальні

Вербальні

Невербальні техніки



Pharmasco[®]

Невербальні техніки

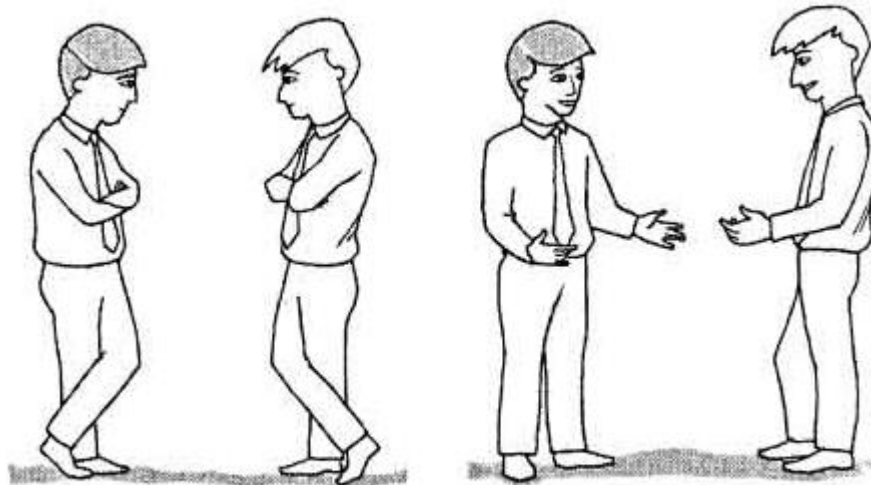
- **Зовнішній вигляд**(Неакуратний, або, навпаки, неадекватно формальний зовнішній вигляд може бути сприйнятий як вияв неповаги до співрозмовника)



Pharmasco®

Невербальні техніки

- **Поза** - Візьміть відкриту позу. Відкрита поза, коли руки та ноги не схрещені, говорить про відкритість та доброзичливість. Слухаючи співрозмовника слід трохи нахилити голову в його бік. Ви можете зрідка кивати, що означає не тільки згоду, скільки увагу та прийняття.



Закрытая поза

1. Неуверенность друг в друге

Открытая поза

2. Открытость и дружелюбие

Невербальні техніки

- **Жестикуляція та міміка**- копіювання жестів та міміки співрозмовника сприяють встановленню довірчих відносин. Таке копіювання створює відчуття дзеркала, і ваш співрозмовник почуватиметься максимально комфортно. Але копіювання має проводитися обережно, щоб співрозмовник не відчув, що його пародують.



Невербальні техніки

- **Темп та гучність мови, дикція**– Не забувайте робити паузи. Зверніть увагу, чи вас чує співрозмовник. Оптимальний темп промови – близько 100 -120 слів за хвилину.



Невербальні техніки

- **Пауза**- Це просто пауза. Вона дає співрозмовнику можливість подумати. Після паузи співрозмовник може сказати ще щось, про що промовчав би без неї. Пауза також дає самому слухачеві можливість усунути себе (своїх думок, оцінок, почуттів) і зосередитися на співрозмовнику. Уміння відсторонюватися від себе і перемикатися на внутрішній процес співрозмовника — одна з головних та важких умов активного слухання, що створює між співрозмовниками довірчий контакт.



Pharmasco[®]

Вербальні техніки



Pharmasco[®]

Вербальні техніки

- **Уточнення**— це прохання уточнити чи пояснити щось із сказаного. У звичайному спілкуванні дрібні недомовленості та неточності додумуються співрозмовниками один за одного. Але коли обговорюються складні, емоційно значущі теми, співрозмовники часто мимоволі уникають явно порушувати болючі питання. Уточнення дозволяє зберігати розуміння почуттів та думок співрозмовника у такій ситуації.



Вербальні техніки

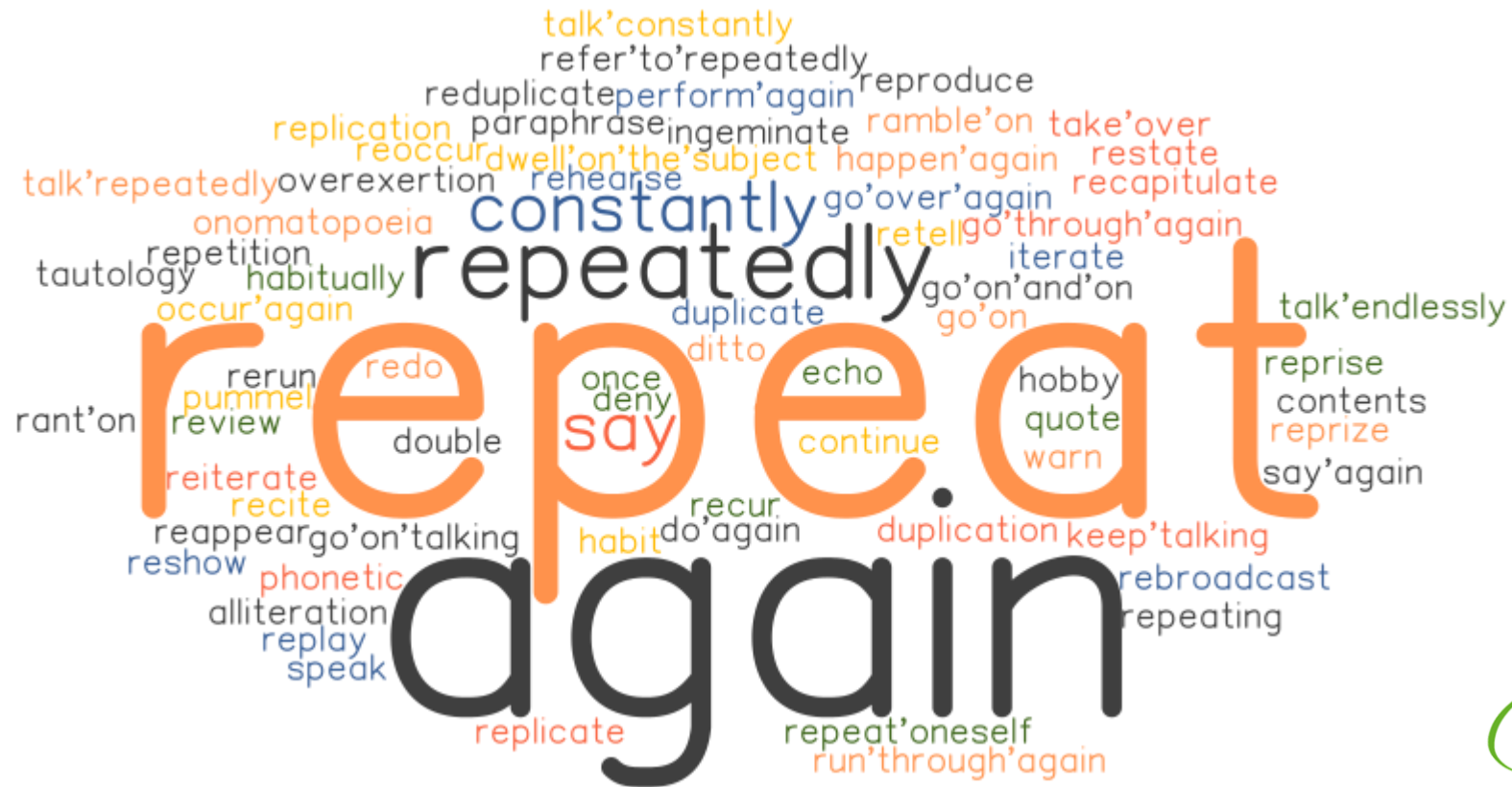
- **Переказ**— це спроба слухача коротко і своїми словами повторити викладене співрозмовником щойно. При цьому слухач повинен намагатися виділяти та підкреслювати головні на його погляд ідеї та акценти. Переказ дає співрозмовнику зворотний зв'язок, дає можливість зрозуміти, як його слова звучать із боку. В результаті співрозмовник або отримує підтвердження того, що він був зрозумілий, або отримує можливість скоригувати свої слова. Крім того, переказ може використовуватися як спосіб підбиття підсумків, у тому числі проміжних.



Pharmasco[®]

Вербальні техніки

- **Повторення (відлуння)**- Дослівне повторення того, що сказав співрозмовник. Повторюючи слово в слово, слухач дає зрозуміти, що дуже уважний до того, що йому сказали.



Вербальні техніки

- **Розвиток думки**- Спроба слухача підхопити і просунути далі хід основної думки співрозмовника.



Вербальні техніки

- **Повідомлення про сприйняття**— слухач повідомляє співрозмовнику своє враження від співрозмовника, яке сформувалося під час спілкування. Наприклад, «Я бачу, що ця тема є дуже важливою для вас». Або про зміни у своєму власному стані внаслідок слухання. Наприклад, "Мені дуже приємно це чути".



Вербальні техніки

- **Зауваження про перебіг розмови**— спроба слухача повідомити, як, з його погляд, можна осмислити розмову загалом. Наприклад, "Схоже, ми досягли загального розуміння проблеми".





EDIA



Pharmasco®

Рольова гра

Запитай у ШІ



Типи питань та їх використання.

- Загальне питання
- Відкрите питання
- Закрите питання
- Напівзакрите питання
- Уточнююче питання
- Контрольне питання
- Альтернативне питання
- Проективне питання
- Контактне питання
- Пробне питання
- Риторичне питання
- Спірний
- Філософський



Pharmasco[®]

Вирва питань, Що? Як? Навіщо?



- **ЩО**– техніка аналізу потреб, що є послідовністю заданих партнеру **питань**
- **ЯК**- структуровану за принципом від загального до приватного.
- **Навіщо**-Є центральною частиною етапу аналізу потреб та однією з найефективніших технік у продажах.



Рольова гра

Цінна покупка з'ясування потреб

Pharmasco[®]

Дякую за
увагу, та
бажаю
ефективних
комунікацій!

Pharmasco[®]