

후에 두세 번 확인전화를 합니다만.”

NF형 고객들은 일의 의미와 가치가 중요해. 세세한 항목보다는 전반적인 조화에 관심을 갖고 미래의 가능성과 이상을 추구하는 사람들이거든. 그러니 이렇게 하면 좋아.

① 고객의 가치를 반영하는 단어를 가지고 말해봐. “아까 함께 둘러보았을 때 손님은 가격만이 아니라 재미도 중요하게 생각하신다는 걸 알았습니다.”

② 조화에 신경쓴다는 점을 알려야 해. “집 입구에 있는 장식품을 더 큰 것으로 바꾸고 싶으신데 좀 염려되시는가 보군요. 어떤 점이 마음에 걸리세요?”

③ 고객의 개인적인 가능성을 염두에 두렴. “선생님의 사업이 분명히 성장하리라는 것을 알기 때문에 우리가 전에 얘기한 사무실 면적뿐 아니라 임차 가능성까지 고려해 보았습니다. 그 결과…”

④ 연관되는 생각들을 주의 깊게 따라가 봐. “우리는 오늘 벽의 페인트에 대해 이야기하기로 했는데, 손님은 의자 카탈로그를 보고 계시더군요. 의자에 더 관심 있으신가 보죠? 하하, 그럼 의자부터 시작해볼까요?”

NT형 고객들은 논리적이며 사고력이 뛰어나 추상적인 대화로 흘러가기 일쑤야. 새로운 변화를 즐기지만, 사고나 행동이 독자적인 경우가 많아 어떨 땐 냉정하게 느껴지기도 해. 이들에게는 이렇게 하면 좋아.

① 자신의 독특함이 존중받는 걸 좋아해. “손님의 안목을 만족시킬 카탈로그를 몇 개 가져왔습니다. 여기서 손님만의 유니크한 조합을 찾을 수 있을 것으로 생각합니다.”

② 미래를 투사해봐. “손님이 옳습니다. 미래를 알기란 어렵죠. 그러나 몇 가지 요인들이 새로운 사업을 구축하려는 이 도시에 활력을 주고 있습니다. 예컨대 시의회가 승인한 주택건설 계획과 교통망은 현재 인구의 3배를 감당하도록 설계되어 있습니다.”

③ 장단점을 모두 얘기하렴. “사실 대부분의 제품이 약점이 있지요. 이 브랜드도 튼튼하다고는 하지만…”