

④ 문제해결에 고객을 포함시켜. “이 대안을 선택하는 데 그다지 중요하지 않다고 생각되는 세 가지 요인은 고려하지 않았습니다. 하지만 그 요인들이 중요하다고 생각된다면 언제든지 말씀해 주십시오.”

판매를 마무리하는 3단계에는 고객과 판매원의 행동양식(J 또는 P)이 가장 큰 영향을 미칠 거야. 판단형은 ‘끝맺음의 즐거움’을 추구하거든. 책임소재, 서비스 일정 등 판매 조건이 명확하고, 깔끔하게 마무리되길 원하지.

반면 인식형은 ‘과정의 즐거움’을 추구하는 편이야. 마지막 순간이 되어도 뚜렷한 의사를 밝히지 않을 때도 있고, 예기치 않은 이슈를 갑자기 끄집어내기도 한단다.

그러니 판매원은 다음과 같은 잘못을 범하지 않도록 유념해야 해.

판단형(J)의 판매원이 판단형(J)의 고객과 상호작용할 때는 ① 얼른 마무리하려고 서두르느라 다른 대안을 충분히 검토하지 않고 배제할 수 있어. ② 고객과 서로 주도권을 쥐려 할 수도 있고, ③ 고객과 자신이 실제보다 더 비슷하다고 지레짐작하는 바람에 실수할 위험도 있어.

판단형(J)의 판매원이 인식형(P)의 고객을 대할 때는 ① 고객이 충분히 소통에 참여하지 않는다고 생각해 좌절할 수도 있고, ② 고객은 성급한 판매원이 자신을 몰아붙인다고 느낄 수 있어. ③ 고객이 마지막 순간에 새로운 이슈를 떠올릴 수도 있는데, 그것이 판매원의 짜증을 유발하기도 하지.

인식형(P)의 판매원이 판단형(J)의 고객을 대할 때 ① 고객은 이미 결정했는데, 판매원이 머뭇거릴 수 있어. ② 관심 없는 정보를 판매원이 계속 추가하는 바람에 고객이 선택을 망설일 수도 있고, ③ 고객의 눈에 판매원이 명쾌하지 못하고 프로답지 않거나 준비가 부족해 보일 수도 있지.

인식형(P)의 판매원이 인식형(P)의 고객과 마무리할 때는 ① 정보의 늪에서 둘 다 헤맬 수 있어. ② 대화하고 대안을 검토하는 데 재미 들려 목적을 잊기도 해. ③ 마무리에도 타이밍이 있어서 밀어붙일 땐 밀어붙여야 하는데, 그냥 다음으로 미루기도 하지.