

어떤 성격유형이 공감을 가장 잘하나요?

흔히 감정형이 공감을 더 잘하고, 사고형은 잘 못한다고 생각하더라.

상대의 마음을 이해하고 같이 느끼는 것만으로 공감이 끝나는 게 아니야. 내가 그 마음을 안다는 것을 상대방이 알게끔 말로 전달해야 해. 아이러니하게도 마음을 감지하는 건 감정형(F)이 잘하는데, 내용을 깔끔하게 전달하는 건 사고형(T)이 잘해. 그러니 감정형은 소통 연습을 더 해야 하고, 사고형은 상대의 마음 읽는 훈련을 더 해야겠지.

여기에 더 중요한 게 있어. 마케터가 ‘공감’하는 궁극적 이유는 상대방을 ‘동정’하는 게 아니라 현실이나 사실과 부드럽게 ‘직면(confront)’시키기 위해서라는 거야. 즉 공감이 공감으로만 끝나서는 안 되고, 궁극적으로 고객이 해결하려는 문제와 직면하게 만들어야 한다는 거지. 고객이 주장하는 대로만 해줄 수 없을 때가 많거든. 말하자면 공감은 직면을 위한 사전작업이라 볼 수 있어.

직면의 순간에는 심리적으로 불편해지기 마련이니 대단히 조심스레 접근해야 해. 무엇보다 상대방이 자연스럽게 받아들일 수 있는 상황인지 타이밍을 잘 맞춰야 하지. 조급하게 들이대거나 타이밍이 적절하지 않으면 상대방이 오히려 배신감을 느끼거나 힘들어해서 공감 노력이 수포가 될 수 있거든.

그러니 오직 상대방을 돕는다는 자세로 임하고, 내 입장을 내세우지는 말아야 해. 해결책을 제시하기보다 고객 스스로 해결책을 찾아가도록 도움을 주는 형식이 좋아. 또한 상대방의 행동이나 말에 대해서만 반응해야 하고, 그 사람의 성격이나 가치관을 언급하면 자칫 공격한다고 느낄 수 있으니까.