**ТЕХНИКИ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ**

(методический материал для проведения тренинга с подростками)

Цель тренинга: выработать навыки активного слушания и показать применимость в практической работе.

Время проведения: 1-1,5 часа.

Программа:

1. Вводная часть. Что такое активное слушание, что оно даёт в коммуникациях. Самопрезентация.
2. Открытые, закрытые, альтернативные вопросы. «Выбор без выбора».
3. Слушать и слышать.
4. Техника «парафраз».
5. Техники позитивного восприятия.
6. Конфликты и способы взаимодействия.
7. Я-высказывания в конфликтах.
8. Обратная связь, подведение итогов.

**1. Вводная часть. Что такое активное слушание, что оно даёт в коммуникациях. Самопрезентация.**

Сегодня мы поговорим о некоторых азах, об основных техниках активного слушания, а также постараемся вывести несколько правил, техник, которые необходимо научиться применять в переговорах с клиентами, вырабатывая полезный навык.

**Активное слушание** (**Эмпатическое слушание**) — техника, применяемая в практике социально-психологического тренинга, психологического консультирования и психотерапии, позволяющая точнее понимать психологические состояния, чувства, мысли собеседника с помощью особых приемов участия в беседе, подразумевающих активное выражение собственных переживаний и соображений.

Практически каждый человек использует те или иные техники эмпатического слушания, но чаще это происходит неосознанно.

Зная существующие техники активного слушания и умея их применять, мы практически гарантированно сможем правильно воспринимать собеседника, точно определять его мысли, чувства, стремления, выявлять его потребности. Сегодня не буду останавливаться на важности ведения разговора на «языке пользы», чтобы собеседник понимал, что получит от нас. Нужно говорить то, что от нас хотят услышать. Важно понять, что же именно человек хочет услышать от нас.

Для адекватного восприятия разговора с собеседником важно заручиться его вниманием, заработать авторитет, чтобы открыто высказывал свои мысли в процессе переговоров. Такого эффекта можно достичь, правильно проведя самопрезентацию.

Самопрезентация – это представление себя собеседникам или аудитории. Другой человек оценивает вашу внешность, настроение, тембр речи, смысл ваших слов и жесты. Есть несколько простых общих правил, которые позволяют создать о себе положительное впечатление.

**Правило № 1.** С кем бы вы не общались, ключом к сердцу и памяти собеседника будет имя. Начиная разговор всегда представляйтесь. Без имени вы – никто. Даже если на вас одет бейдж, произнесите свое имя. Безусловно, нужно узнать имя собеседника и периодически обращаться к нему по имени. Всем нравится, когда к ним обращаются по имени (но важно не переусердствовать и не начинать каждую фразу с имени клиента).

**Правило № 2.** Презентабельный внешний имидж, включая кинестетику (пластичность в движениях) и стиль в одежде. Будьте позитивны, демонстрируйте хорошее настроение, энергичность и желание вести продуктивные переговоры. Люди это чувствуют. Никому не нравятся понурые переговорщики.

**Правило № 3.**Тщательно продумывайте свою речь, необходимо выбросить все слова паразиты и сленг, а также узкоспециализированные термины. Ваша речь должна быть структурирована, проста и понятна. Тренируйте свою речь!

**Правило № 4.** Из речи надо убрать отрицательные слова и высказывания (вместо: «Вы меня неправильно поняли», нужно сказать: «Я, видимо, не совсем точно объяснил суть дела»).

**Правило № 5.** Используете в своей речи «Я – высказывания» («Я чувствую, что у Вас остались сомнения», «Я вижу, что результат (стоимость) Вас не совсем устраивает»).

**Правило № 6.** Неречевая коммуникация. Невербалика. Отзеркаливание позы собеседника. Ваши жесты должны быть сдержаны, но приятны и органичны, и они должны быть! Не будьте истуканами!

**Правило № 7.** У вас должна быть своя собственная «лифтовая речь».

Несколько слов о том, что такое «лифтовая речь» и для чего она нужна. Это понятие в продажах, как и многое другое, пришли к нам из страны «вероятного противника». Elevator Speech – короткая презентация информации, продукта или сервиса, которая может быть **полностью** рассказана за время поездки в лифте.

Известно, что человек в течение первых 30-ти секунд принимает для себя решение, нужно ли продолжать разговор, интересен ли он. Если по истечении этих 30 секунд человек не заинтересовался, дальше он как бы «выключается» и либо завершает разговор, либо пассивно слушает, практически ничего не воспринимая. Поэтому важно, особенно при первой встрече, при первом телефонном разговоре заинтересовать клиента. Вот тут то и нужно применять свою «лифтовую речь». В качестве бонуса вам достаётся 20-30 минут полного внимания клиента, и у вас появляется возможность полноценно рассказать о своём предложении.

Очевидно, что «с ходу» выдать потрясающую речь на 100-150 слов (в зависимости от темпа речи) не сможет никто, поэтому такую речь необходимо подготовить заранее. Она должна быть действительно увлекательной, передающей самую суть предложения, почему это должно быть интересно клиенту. Имеет смысл подготовить такую речь для нового клиента, потому что она будет достаточно универсальной. Идеально, если в запасе будет несколько типов «лифтовой речи» для каждого типичного случая.

**2. Открытые, закрытые, альтернативные вопросы. «Выбор без выбора».**

                Итак, переходим собственно к техникам. Одним из основных инструментов являются вопросы.

Существует 3 основных типа вопросов: открытые, закрытые и альтернативные. Существует множество классификаций вопросов, которые применимы в отдельных ситуациях, но сейчас мы не будем вдаваться так глубоко. Остановимся только на основных.

Нужно помнить, что умение правильно и вовремя задавать нужные вопросы – один из ключевых навыков успешности.

*Немецкий философ И. Кант писал: «Умение ставить разумные вопросы есть уже важный и необходимый признак ума или проницательности. Если вопрос сам по себе бессмыслен и требует бесполезных ответов, то, кроме стыда для вопрошающего, он имеет иногда еще тот недостаток, что побуждает неосмотрительного слушателя к нелепым ответам и создает смешное зрелище: один (по выражению древних) доит козла, а другой держит под ним решето».*

*А ещё есть древняя поговорка: «Почему у человека два уха, но всего один рот?» – «Чтобы человек больше слушал и меньше говорил».*

Вообще говоря, беседу ведёт тот, кто задаёт вопросы – он даёт направление коммуникации. Говоря о психике человека, можно с уверенностью утверждать, что когда человек осознанно говорит, он не способен думать о чём-либо другом. Замечали, что как только в разговоре вас что-то отвлекает, моментально появляется пауза?

А когда человек слушает, он может одновременно делать ещё несколько дел: запоминать, записывать, анализировать, размышлять.

Для убедительности проведём простой эксперимент.

*Любые два участника, каждый получает листок с простыми арифметическими задачами. Один рассказывает о себе (о новом фильме, любую историю, надо сказать, что это будет заранее, до начала рассказа) и решает задачи, а второй – слушает и решает те же задачи.*

Результат красноречив, верно? И все согласятся, что на переговорах нужно думать. Чем больше мы задаём вопросов и слушаем, тем больше можем думать и тем меньше оставляем пространства для раздумий и лишних сомнений клиенту. Человек, не успевая самостоятельно обдумать и проанализировать, склонен принять готовое мнение. Это тоже определённая особенность мышления, но сегодня мы не будем в это углубляться.

*Первый тип вопросов – открытые* – это вопросы, на которые сложно ответить «да» или «нет», т.е. возможен только более или менее развёрнутый ответ. Используются вопросительные слова «как», «когда», «сколько», «почему», «зачем», «каким образом» и т.д. Такие вопросы правильно задавать, когда мы выявляем потребности, когда нужно получить максимум информации. Таким образом, в переговорах открытые вопросы почти всегда задаются в начале разговора. И чем больше их удастся задать, тем больше информации вы получите, тем точнее сможете сделать предложение, тем проще будет работать с возражениями. Это основные вопросы для продавца. Можно вывести простое правило: хочешь узнать что-то новое – задай открытый вопрос!

*Закрытые вопросы* – вопросы, на которые можно однозначно ответить «да» или «нет». Закрытые вопросы неизбежны, без них полноценно заключить сделку не получится. У них есть свои плюсы, но не следует злоупотреблять закрытыми вопросами, т.к. при большом количестве они создают дискомфорт и атмосферу допроса.  Такие вопросы следует применять, когда нам необходимо получить однозначный ответ. Например: «Вы установили образцы ручек в свой салон?»; «У вас завершилась реконструкция выставки?»; «Вам удалось обсудить с руководителем моё предложение?» и т.д. Закрытые вопросы необходимо использовать при завершении сделки.

Следующий *тип вопросов – Альтернативные вопросы,* первая часть вопроса – открытый вопрос, но в конце собеседнику предлагаются варианты ответа. «Вы где будете проводить презентацию: в школе, в ДК или в администрации сельского поселения?».

Существует способ некоторой манипуляции по незначительным вопросам. Например, договариваясь о дате и времени получения ответа на коммерческое предложение, можно задать вопрос: «Я позвоню узнать решение по этому предложению в четверг, когда будет удобно: утром или после обеда?». То есть предполагается, что у собеседника есть выбор (утро или вечер), но на самом деле выбора нет: при любом ответе он обязуется сообщить решение в четверг. Важно понимать, что этим следует пользоваться осторожно и только по не принципиально значимым вопросам. В этом случае такие вопросы могут принести пользу. Если клиент явно почувствует манипуляцию, то вы потеряете его доверие, возможно навсегда.

**3. Слушать и слышать.**

Безусловно, в процессе общения с собеседником важно не только **слушать**, но и **слышать**. То есть действительно осознавать, что говорит клиент и запоминать важное. Многие думают, что это очень просто и уверены, что делают так постоянно. Однако в реальной жизни всё немного по-другому.

Для проверки, как же обстоят дела, проведём ещё один эксперимент.

*Сочиняем сказку, которая начинается со слов «Давным-давно жил-был дедушка». Первый повторяет начало и придумывает продолжение сказки одной фразой, следующий повторяет всё дословно с начала и добавляет свою фразу, следующий снова повторяет всё с самого начала и добавляет своё и так по кругу. Достаточно 7-10 фраз.*

Все почувствовали, что внимательное восприятие даже самой простой информации требует определённого усилия? ***Пример!*** И поняли, что можно пропустить даже важную информацию. А ведь сейчас мы пробовали повторить всего дюжину фраз. В обычном разговоре их, согласитесь, больше. Но, возможно, вы заметили, что после нескольких повторений всё становится несколько проще.

Проверить себя, насколько вы полно слышите человека, можно очень просто: повторите про себя, что именно сказал собеседник. Не общий смысл, а полный смысл. Ещё лучше какое-то время записывать разговоры на диктофон, тогда будет соблюдена чистота эксперимента.

Слышать человека не так сложно после определённой тренировки. Это просто навык. Очень полезный, но хитрого или сложного в нём ничего нет. Только внимательно слушая можно услышать его желания и возможности. Поэтому помним и стараемся.

**4. Техника «парафраз».**

Если просто, парафраз – это пересказ, переформулирование своими словами. Этот приём очень часто используется психиатрами и нашёл своё место и в договоренностях, где очень востребованы работающие технологии эффективных коммуникаций. Обычно этот приём используется при работе с возражениями.

Самый простой пример – зеркальное повторение сказанного клиентом. «Эти ручки такие дорогие!» — «Да, действительно, эти ручки дорогие, но (это эксклюзивное предложение, самый актуальный дизайн с гарантированным качеством и т.д.)». Мы показываем клиенту, что мы его действительно слышим и соглашаемся с его мнением.

Более сложное использование техники парафраз, когда вы в общих чертах повторяете слова клиента, но придаёте им несколько иной смысл за счёт использования других выражений. Например: «Эта антивирусная программа очень дорогая!» — «Да, действительно, это система премиум класса, поэтому стоит дороже, чем более простые системы». «Здесь такой сложный монтаж!».

**5. Техники позитивного восприятия.**

Следующая техника, которая перекликается с техникой «парафраз» — техника «позитивного восприятия».

Мозг человека имеет определённые особенности восприятия. Во-первых, даже позитивный факт, высказанный с использованием частицы «не», эмоционально воспринимается как негативный. Во-вторых, люди склонны эмоционально и бессознательно «не слышать» частички «не», воспринимая только смысловую часть, стоящую после. Слыша «не дорого» – воспринимаем «дорого»; «не плохо» – «плохо»; «не отниму (время)» – «отниму»; «не придётся» – «придётся» и т.д. Повторюсь, что всё это происходит на уровне подсознания и работает одинаково у всех.

Важно всю информацию озвучивать собеседнику в позитивном варианте. Тогда вас поймут правильно и останется положительное впечатление. В противном случае собеседник будет чувствовать неуверенность; хоть и услышал уверения, но сомнения всё равно остались. Ко всему прочему приятнее общаться с позитивными людьми, нежели с депрессивными.

Приведем несколько примеров, как негативное высказывание можно обернуть в «позитивный фантик».

|  |  |
| --- | --- |
| **Негативный способ построения фразы** | **Позитивный способ построения фразы** |
| Вы ещё не решили? | Что Вы решили относительно…? Какое Ваше решение по поводу…? |
| Я не знаю | Я сейчас уточню |
| Если Вы будете закупать… | Когда Вы будете осуществлять закупки… |
| Вы должны это сделать быстро | Я смогу это сделать, если решение будет принято оперативно |
| У нас нет такого товара | В нашем ассортименте представлены несколько иные решения |
| Я не смогу это сделать | Я смогу решить этот вопрос следующим образом |
| Вы не так поняли | Я попробую по-другому сформулировать свою мысль |
| Это могло бы Вас заинтересовать | Это Вас заинтересует, я вышлю действительно стоящее предложение |
| Я надеюсь, Вы будете довольны | Вы будете довольны |
| Разрешите, я отниму у Вас немного времени | У Вас найдётся несколько минут? |

В принципе, любую фразу можно сказать другими, «позитивными» словами. Хотя формально меняем только слова, сохраняя суть, различия в восприятии кардинальны.

Попробуем потренироваться и найти позитивный вариант следующих утверждений *(записываем варианты на флипчарте)*:

Этого товара у нас сейчас нет.

Я не смогу дать такую цену.

Это невозможно.

Мы не успеем.

Если Вас заинтересует.

Навык позитивной передачи информации сформируется после некоторой тренировки. Попробуйте в течение нескольких дней, особенно при общении с друзьями, обращать на это внимание и стараться ЛЮБУЮ фразу переводить в «положительный» вариант. Применяя эту технику постоянно и системно, скоро вы заметите, что изменилась не только реакция товарища на ваши слова, но и ваше восприятие окружающего мира. Схоже с попыткой найти хоть что-то хорошее в любом факте. На первый взгляд может показаться даже нелепым, но – работает!

Сегодня холодно – сегодня не слишком тепло, я устал – я хочу отдохнуть, не получается – в следующий раз получится (должно получится), не важно – важно другое и т.д.

**6. Конфликты и способы взаимодействия.**

Немного поговорим о конфликтах. Вообще это очень большая, глобальная тема, сегодня мы остановимся только на общих вопросах.

В любых переговорах возникают конфликтные ситуации, когда интересы сторон не совпадают.

В конфликтной ситуации возможны следующие варианты поведения:

1. Соперничество: стремление добиться своих интересов в ущерб другому.

2. Приспособление: в противоположность соперничеству принесение в жертву собственных интересов ради интереса другого человека.

3. Компромисс – учитываются интересы обеих сторон, но «наполовину».

4. Избегание – не выигрывает ни одна из сторон. Уход от конфликта.

5. Сотрудничество – учитываются интересы обеих сторон.

**7. Я-высказывания в конфликтах.**

В конфликтных ситуация важно уметь управлять развитием ситуации, не позволять эмоция брать верх. Профессионал отличается умением не реагировать (обычно основываясь на эмоции), а действовать (что предполагает предварительный мыслительный процесс).

Есть два варианты выражения мнения в конфликте: *Вы*-высказывания и *Я*-высказывания. Первый несёт в себе обвинение и, как следствие, «повышение градуса» конфликта, второй предполагает открытость и отсутствие оценки действий второй стороны, только констатация своего отношения к ситуации. Важность *Я*-высказываний отметили ещё в начале прошлого века психологи.

Используя «Я-высказывание» вы даёте возможность собеседнику посмотреть на ситуацию с вашей стороны, увидеть возникшие сложности и вместе прийти к лучшему решению. То есть вы ведёте конструктивные переговоры о том, как разрешить ситуацию, а не спорите и ругаетесь для нахождения причин проблемы и виновных в её возникновении.

**8. Обратная связь, подведение итогов.**

Подведение итогов носит характер обобщения основных этапов работы. Развитие навыков активного слушания, умения предоставлять обратную связь способствуют установлению взаимопонимания и построению прочных долгосрочных деловых (и личных) взаимоотношений при условии, что они основаны на доверии, как ключевой ценности. Участники тренинга возвращаются к тому, насколько им удалось достичь желаемого результата – попасть в ту точку на шкале, которая была обозначена ими в качестве цели.

Рефлексия занятия происходит при выполнении **упражнения «Карусель»:**

*Участники тренинга становятся в круг, положив руки или на плече, или на пояс соседей.*

*Все маленькими шагами движутся вправо, пока кто-нибудь не скажет «Стоп!» Этот игрок говорит несколько положительных фраз о занятии, которое завершилось. Он может называть действия, которые ему понравились, выделить положительные качества всей группы или отдельных учащихся, свой собственный успех.*

Затем группа продолжает шагать слева, пока следующий игрок не скажет «Стоп!»

Варианты:

В качестве помощи ведущий может предложить учащимся ответить на следующие вопросы:

Что узнали нового?

Чему вы научились на занятии?

За что вы благодарны игрокам и ведущему?

Что вам мешало?

**Домашнее задание:** тренировка навыков активного слушания при общении со сверстниками в учебной группе, с членами семьи в домашней обстановке с предоставлением краткого отчета на 1 страничку с описанием своих выводов, наблюдений, открытий.

Ссылка: <http://www.prostoprodavai.ru/?page_id=5>