



THE LEADERSHIP CORP

PERSOONLIJKE COMMUNICATIE

Een manier om klantgerichtheid te vergroten en zo de betrokkenheid die de klant ervaart te verhogen, is door het toepassen van een goede persoonlijke communicatie. Nu vraag je je misschien af wat goede persoonlijke communicatie precies inhoudt, want zul je terecht opmerken, dat verschilt toch van mens tot mens. Hoe kun je dan toch zorgen dat iedere communicatie precies aansluit bij je gesprekspartner. Om dat voor elkaar te krijgen moet je 'rapport maken'.

WAT IS RAPPORT?

Rapport is de optimale afstemming van jouw manier van communiceren op de manier van communiceren van je gesprekspartner.

Als je rapport met iemand hebt, dan 'klikt' het tussen jou en de ander. Het gesprek lijkt 'als vanzelf' te lopen, de sfeer is vertrouwd, en de ander voelt zich duidelijk bij je op zijn gemak. Een eerste gevolg hiervan is dat de ander sterk geneigd is datgene wat je zegt te accepteren. Dat betekent, dat als je in staat bent rapport te maken, je adviezen, tips, raad en voorstellen door de klant graag ter harte worden genomen. Tevens zal hij de relatie met de organisatie waarvoor je werkt en jou als vertegenwoordiger daarvan als uitermate prettig ervaren. Hij zal zich met andere woorden thuis voelen bij jou en de organisatie. Op dat moment wordt de klant iemand die met mond-tot-mondreclame nieuwe klanten werft en nieuwe projecten aandraagt.

DE GRENZEN

Je zou jezelf de vraag kunnen stellen of het wel verantwoord is om gebruik te maken van de technieken van rapport maken. Immers, het voorgaande suggereert dat je je gesprekspartner kunt manipuleren. Daarbij moet ik wel twee kanttekeningen maken.

1. Op de eerste plaats is het zo dat ieder mens, dus ook degene met wie je rapport hebt, bepaalde grenzen heeft. Als de ander iets echt niet wil of kan, dan zal hij het niet doen, ook al heb je rapport.
2. Op de tweede plaats is er je eigen geweten, dat je vertelt wanneer je het belang van de klant nog wel dient en wanneer niet meer. Uiteindelijk draag je een persoonlijke verantwoordelijkheid voor de relatie met de klant.

HET MAKEN VAN RAPPORT

Er zijn verschillende manieren om rapport op te bouwen. De basis hiervan ligt telkens in het 'kopiëren' van elementen uit de verbale of non-verbale communicatie van de ander. Dit kopiëren kan betrekking hebben op:

- de lichaamshouding;
- het stemgebruik;
- de ademhaling;
- de handen;
- de ogen.

DE LICHAAMSHOUDING

Het eerste dat je van iemand ziet is zijn lichaamshouding. Staat hij in elkaar gedoken of met de borst vooruit? Heeft hij zijn armen over elkaar of niet, hoe is de stand van zijn hoofd, staat hij 'met beide benen op de grond' of wiebelt hij van de ene voet op de andere, enzovoorts.



THE LEADERSHIP CORP

Hoe meer jij jouw lichaamshouding afstemt op die van de ander, hoe sneller hij zich op zijn gemak voelt. Dit komt misschien wat ongeloofwaardig over, maar loop dan gewoon een kroeg binnen en kijk eens een tijdje naar mensen die gezellig met elkaar zitten te praten. Het zal je verbazen hoe hun gedrag – onder andere hun lichaamshouding – met elkaar overeenstemt. Ze ‘spiegelen’ elkaar. Als jij het gedrag van de klant spiegelt, maak je bewust gebruik van die natuurlijke neiging tot overeenstemming. Je draait het nu alleen om; normaal imiteer je het gedrag van elkaar omdat het gezellig is, nu wordt het gezellig omdat je het gedrag van de klant imiteert.

DE STEM

Wat voor de lichaamshouding geldt, geldt ook voor de stem. Iemand die van nature zachtjes praat, voelt zich waarschijnlijk weinig op zijn gemak bij iemand met een stem als een scheepstoeter. Andersom is dat natuurlijk hetzelfde geval. Ook hier is het dus weer zaak flexibel in te springen op de ander en een stuk in zijn richting te bewegen. Daarbij zijn er meer zaken dan alleen het stemvolume waar je op kan letten. Praat hij snel of langzaam? Binnensmonds of juist niet? Gebruikt hij lange of korte zinnen? Heeft hij misschien een dialect of accent, dat jij kent? Elke aanpassing kan winst opleveren.

HANDEN

Veel mensen ondersteunen datgene wat ze zeggen met hun handen. Dat doen ze over het algemeen in een bepaald patroon: de een wappert veel met de handen, de ander maakt rustige gebaren en de derde houdt ze in de zak of slaat de armen over elkaar. Ook dit is weer iets waar wij het gebruik van onze eigen handen op kunnen laten aansluiten.



THE LEADERSHIP CORP

OGEN

Ogen zijn heel belangrijk in de communicatie. Ze laten bijvoorbeeld veel zien over de achterliggende gedachten van de klant, ze drukken zijn emotie uit en ze zoeken bevestiging over het contact dat hij met je heeft. Net als het gebruik van de handen kent het aankijken en wegstaren met de ogen een vast patroon. Het loont zich hier wederom om op dit patroon in te spelen. Iemand die van nature veel wegstare kan erg nerveus worden van iemand die hem strak aankijkt. Andersom kan iemand die je veel aankijkt geërgerd raken als jij weigert oogcontact te maken. Aansluiting maken is ook hier dus belangrijk.

HET RESULTAAT

Resultaat van de hierboven beschreven manieren van aansluiting maken en vinden is dat de klant zich bij jou op zijn gemak gaat voelen. Dat geeft jou de gelegenheid om op een vriendelijke manier de leiding te nemen over het gesprek, wat betekent dat hij sneller jouw deskundige oordeel en voorstellen accepteert en dat je hem tevreden achterlaat.

TIPS BIJ HET MAKEN VAN RAPPORT

- Oefen eerst eens met onbekenden in een café. Begin met het spiegelen van één van de genoemde onderdelen van het gedrag. Let op het resultaat dat je hiermee bereikt.
- Wees niet te bang dat het spiegelen snel opvalt, het is immers een natuurlijk verschijnsel waar mensen zich over het algemeen niet bewust van zijn.
- Ga aan de andere kant niet forceren. Aap iemand niet letterlijk na en ga ook geen dingen doen die absoluut tegen je gevoel indruisen.
- Spiegel met verstand, dus bijvoorbeeld een stotteraar niet imiteren.
- Imiteer een accent of een dialect alleen als je het echt kunt, want anders kan de ander snel de indruk krijgen dat je hem voor de gek houdt.