РЕФЕРАТ

по дисциплине "Менеджмент"

по теме: "Деловое общение с женщиной-кинестетиком"

## Введение

При установлении деловых контактов важно определить, к какому психологическому типу относится собеседник, и суметь подстроиться под него. Цель данной работы - описать алгоритм делового общения с женщиной, обладающей кинестетическим типом восприятия действительности. На основании вышеуказанной цели были поставлены следующие задачи:

описать психологические типы в зависимости от основных каналов восприятия информации;

определить основные признаки выявления женщин кинестетиков;

проанализировать способы конструктивного делового общения с кинестетиками в различных ситуациях.

## Деловое общение с женщиной-кинестетиком

Деловое общение, так же, как и любой вид общения, может быть эффективно только тогда, когда возможен разговор с собеседником на одном с ним языке и совпадение субъективных представлений о мире.

Субъективные представления человека формируются в процессе его жизненного опыта, который он получает за счет зрительных образов, звуков, телесных, вкусовых ощущений, запахов, чувств. То есть особенности восприятия мира во многом зависят от того, каким образом человек получает и перерабатывает информацию.

Большинство из нас обладают всеми пятью чувствами, но в основном мы опираемся на три главных канала получения информации: зрительное, кинестетическое (основанное на ощущениях тела) и слуховое восприятие. Естественно, что большинство людей используют все три канала, но один из них оказывается доминирующим над двумя другими. На основе преобладающего вида восприятия выстраиваются словарный состав речи, мимика, жесты, поведенческие реакции, организация межличностного пространства общения. По этим характеристикам и можно определить ведущий канал восприятия своего партнера по общению и сообщить нужную информацию на его "родном" языке.

В зависимости от "любимого" способа мышления происходит условное деление людей на визуалов (предпочитают думать с помощью картинок), аудиалов (основывают свой опыт на слуховых образах) и кинестетиков (людей "думающих" с помощью ощущений).

Какая система восприятия преобладает у того или иного человека, можно определить по внешним признакам. Так, визуалы, как правило, люди - резкие и порывистые. Их спина прямая, плечи расправлены, грудь - колесом. Дыхание осуществляют верхней частью грудной клетки. Разговаривая с собеседником, визуал смотрит ему в лицо или прямо в глаза, фиксирует все движения собеседника, его мимику, позы, жесты. Ему необходимо видеть собеседника, поэтому он обычно стремиться к такой дистанции между собой и другим человеком, которая позволяет ему видеть того хорошо. Речь визуала также отражает его ведущую систему восприятия. Он часто употребляет выражения: "я вижу", "видите ли", "посмотрите, что он натворил", "это выглядит ужасно" и др.

Аудиалы, в отличие от визуалов, чаще используют выражения типа: "послушайте, что скажу", "меня раздражает этот звук", "ваша идея звучит замечательно" и др. Разговаривая с собеседником, аудиал обычно наклоняет голову так, как будто бы прислушивается. Глаза он часто отводит в сторону или опускает вниз (смотрит в пол). Для него не представляется возможным смотреть прямо в глаза собеседника, его это отвлекает, мешает слушать и вызывает напряжение. Он часто, когда слушает кого-то или что-то, скрещивает руки на груди. Во время беседы аудиал обычно находится от собеседника довольно близко, потому что стремится услышать все, ничего не пропустить. У аудиалов, как правило, хорошо развитая грудная клетка, потому что они дышат полной грудью. Внешне они редко бывают тучными.

Опишем кинестетиков, а также женщин кинестетиков поподробнее.

Люди с кинестетической репрезентативной системой, в значительной степени полагаются на чувства, чтобы понять и осмыслить то, что происходит вокруг них. Наиболее вероятно, что они обязательно по возможности займут такое место, которое позволит им буквально дотронуться до людей, с которыми они разговаривают. В особенности это касается женщин кинестетиков.

Кинестетики - это люди действия. Им необходимо двигаться, бегать, раскручивать, трогать, пробовать и нюхать. Это их способ восприятия мира, они по-другому просто ничего не понимают. Это, правда, не означает, что кинестетики очень подвижные люди, просто их главный инструмент восприятия - тело, а способ - движение, действие. Даже если они читают инструкцию, им необходимо тут же попробовать то, что там написано, на практике, иначе они просто не воспримут текст.

Женщины кинестетики ценят удобство, комфорт и внимательно относятся к собственному телу.

Типичные "кинестетики" имеют более выдающиеся ребра по сравнению с другими категориями, обычно дышат нижней частью легких. Тональность "кинестетика" обобщенно может быть представлена, как мягкая и воздушная, также отмечается медленный темп, низкий тон и громкость. (Все это по сравнению с другими категориями).

Теперь рассмотрим наиболее конструктивные способы общения с женщинами кинестетиками в различных деловых ситуациях.

Рассмотрим вначале, как можно выявить кинестетика. При приветствии типичная женщина кинестетик может сказать "Рада вас обнять", "Рада вам пожать руку", "Как поживаете?" (что, собственно говоря, означает: "Как вы себя чувствуете?"). Если же ваш партнер просто скажет: "Здравствуйте!" или "Привет!", то распознать его "родной" язык можно в последующих фразах. Обычно кинестетик низким голосом выговаривает слова, обозначающие вкус, запах, движение, ощущение температуры. Например, чувствовать, держаться, контактировать, действовать, теплый, напряженный, давление и т.п.: "Это ускользнуло от моего внимания", "Я чувствую, что это правильно", "Ухватить смысл", "Давайте выложим все карты на стол", "Рука об руку". Но чаще кинестетик немногословен или говорит в очень медленном темпе, так как ему трудно подбирать точные слова, которыми он мог бы выразить свои чувства.

При выступлении перед большой аудиторией в которой, конечно же, присутствуют и визуалы, и кинестетики, и аудиалы, речь должна быть выстроена таким образом, чтобы информация прозвучала на "языке" каждого, чтобы люди увидели, услышали и почувствовали. Для визуалов, которых обычно в аудитории бывает больше всех, лучше применять наглядные материалы − слайды, таблицы, плакаты, буклеты и т.п. Для аудиалов важно использовать в своем докладе вопросительные предложения, вызывая тем самым их внутренние ответы: "Каким же образом мы можем решить высказанную мной проблему?". Чтобы кинестетики не были пассивными участниками в общей работе, надо проследить, чтобы у всех были листы бумаги и ручки, а произнося главные, основные мысли, активизировать аудиторию: "Прошу вас особо отметить данное предложение…". Таким образом, визуалы будут получать информацию из увиденного, аудиалы от услышанного, а кинестетики от ими же самими записанного. В этом случае необходимая информация будет понятна каждому.

Теперь рассмотрим, каким образом строить работу с кинестетиками в коллективе. При учете индивидуальных особенностей и правильном распределении обязанностей можно избежать недопонимания, конфликтных ситуаций и добиться большего от своих подчиненных или начальства. Для кинестетика характерно то, что он очень медленно говорит и медленно обрабатывает полученную информацию, но запоминает общее впечатление от происходящего; ему все равно, как что выглядит, главное − чтобы было удобно. При распределении обязанностей необходимо учесть, что кинестетик обладает сильной интуицией, но слаб в деталях.

Теперь выявим алгоритм успешных действий при продажах какого-либо товара женщинам кинестетикам.

Кинестетику важно, чтобы окружающая обстановка и вещь, которую он приобретает, были комфортны. Он может не заметить отсутствие идеального порядка в магазине, ему не очень важен внешний вид, он не гонится за модой, но если он приобретает товар, он должен испытывать полный комфорт от обслуживания. Его не должны раздражать недостаток света или отсутствие читаемых ценников, духота или неприятные запахи. Необходимо убедить такого покупателя в абсолютном качестве товара и в том, что без него он ну просто не может обойтись − так много комфорта дает эта вещь!

При продаже продукции кинестетику необходимо придерживаться примерно следующего порядка действий:

1. Полное сосредоточение на клиенте.

2. Установка психологического контакта.

3. Убеждение клиента в предоставлении качественного товара.

4. Работа с возражениями клиента.

5. Выработка мотивации у клиента, совершение продажи.

Рассмотрим пример продажи товара женщине кинестетику на примере продажи туристической путевки. По мнению Алины Слободовой − Председателя комиссии по организационному развитию и психологическому сопровождению бизнеса при Мэре и правительстве Москвы "…по вашему мнению, он кинестетик. Следующий ход: вы отодвигаете все происходящее вокруг на второй план и сосредотачиваетесь только на нем. Мира не существует, мир функционирует где-то в параллельном измерении, а Здесь и Сейчас есть только вы и он. Ну и еще, конечно, тур, куда же без него. Но клиент пока о нем не думает, а вы не напоминаете. Самое главное на данном этапе − выстроить контакт, выстроить общее поле общения. Как только вы это сделаете, как только преодолеете барьер между собой и собеседником, судьба тура практически решена. Если, допустим, до установления контакта для того, чтобы выяснить финансовые возможности покупателя, вам надо задавать наводящие вопросы, вроде "А кто вы по профессии?", то с появлением контакта становятся возможны даже и прямые вопросы. Клиент вам доверяет.

Теперь вы должны дать ему мотивацию. Вот тут-то и пригодится вам доскональное знание предмета, ибо пора переводить разговор из общей плоскости в плоскость туристическую, весьма конкретную. И если эта страна вам не чужая, то даже и от любимой собаки клиента Жучки можно перейти к какой-нибудь пиренейской горной собаке, которая, как известно, очень схожа с турецкой, или анатолийской собакой. Нет, не надо в экстазе метаться от стены к стене, надо собеседника заинтриговать, то есть мотивировать. Все это не имеет смысла лишь в одном случае: если клиент точно знает, чего хочет. Тогда его совершенно не интересует личность продавца, он пришел за конкретным товаром. У него уже есть мотивация."

## Заключение

На основании проведенной работы можно сделать следующие выводы.

Существуют три основных канала получения информации: зрительный, кинестетический и слуховой. Соответственно всех людей можно разделить условно на аудиалов, визуалов и кинестетиков.

Основной отличительной чертой кинестетиков является восприятие мира через ощущения тела, в движении. Женщины кинестетики ценят удобство, комфорт и внимательно относятся к собственному телу.

Кинестетика можно выявить по определенным фразам при установлении контакта ("Рада вас обнять", "Рада вам пожать руку", "Как поживаете?"), а также по определенной манере выговаривать слова, обозначающие вкус, запах, движение, ощущение температуры.

При публичном выступлении перед кинестетиками необходимо всячески стараться активизировать аудиторию и не исключать их из общей работы.

Для кинестетика характерно то, что он очень медленно обрабатывает полученную информацию, но запоминает общее впечатление от происходящего. Кинестетик имеет сильную интуицию, но слаб в деталях.

При продаже товара женщине кинестетику следует сделать основной упор на качество приобретаемой продукции.

## Список литературы

1. Дерябо С., Ясвин В. Гроссмейстер общения. М.: Смысл, 2000.
2. Лотоцкая Ю. Мы говорим на одном языке? // Люди дела. 2003-№7.
3. Тренев Н. Основы делового общения. // Менеджмент в России и за рубежом. 2000-№5.