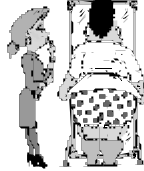


MÜÜK JA TEENINDAMINE

- * Müümine
- * Teenindamine

Eeldused:

- müüja ja/ või teenindaja isiksuse omadusi
- kliendi isiksuse tajut
- keskkond
- töövahendid / abivahendid



Gallupi uuring Soomes - kliendi hinnangud:

- | | |
|---------------------------------|-----|
| • hea klienditeenindus | 59% |
| • sobivad hinnad | 23% |
| • erinevad tooted/sordid/kaubad | 22% |
| • kauba kvaliteet | 20% |
| • omanäoline reklaam | 10% |
| • professionaalne personal | 7% |
| • oma imago | 7% |

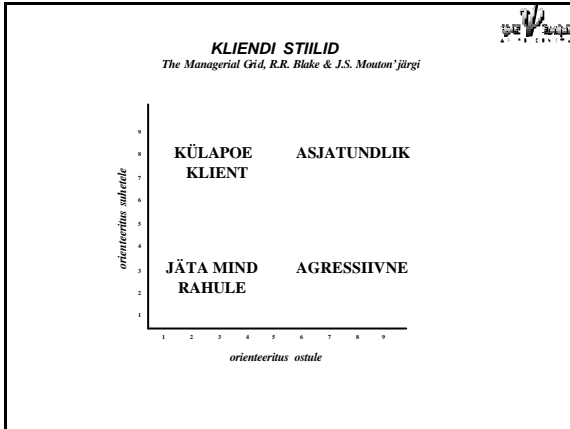
EENENDAJA PROFESSIONAALSUSE

O KÄSKU

- Klient ei häiri mitte kunagi Sinu tööd
- Alusta iga kontakti hea tuju ja sõbraliku naeratusega
- Kasuta kliendi nime
- Pea meeles, et Sina oledki kliendi jaoks
- Ära vaidle kliendigi



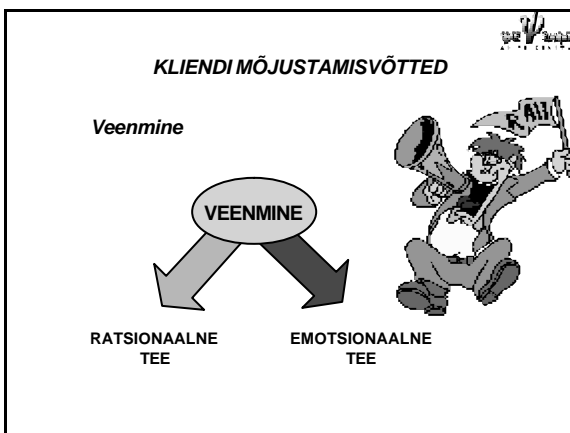
Ära iitke mitte kunagi "Ma ei tea!"




"RASKE" KLIENT
(USA Psühhiaatrite Assotsiatsiooni isiksuse klassifikatsioonist)

1. Hüsteeriline isiksus
2. Sotsiopaat
3. Tsüklotüümne isiksus
4. Ärev isiksus
5. Skisoidne isiksus

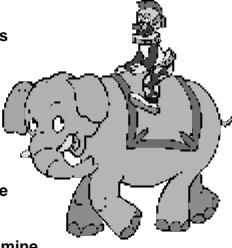







Nipid, trikid

- Kliendi häälestamine positiivses suunas
- Esitluse/suhtlemise muutmine isiklikumaks
- Usaldusväarsuse tähtsustamine
- Positiivsete argumentide kordamine

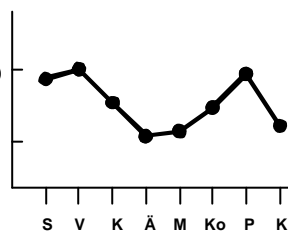





Manipuleerimine

Kõrgemad riigiametnikud Eestis:
alluvate mõjustamise stiil
(Managers Manipulation Style Test)


- 😊 Sõbralikkus (S)
- 😊 Veenmine (V)
- 😊 Sundimine, kehtestamine (K)
- 😊 Ähvardamine (Ä)
- 😊 Meelitamine (M)
- 😊 Koalitsioon (Ko)
- 😊 Põhjemine (P)
- 😊 Kauplemine (K)






Sisendamine

- Autoriteedile toetuv ettepanek
- Ootuste võimendamine
- Prestiizi rõhutamine
- Vajaduste võimendamine



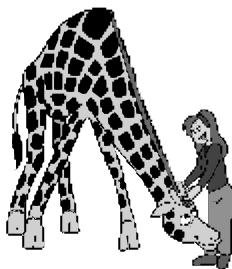
Sundimine

- Demagoogia
- Ähvardamine
- Segadusse ajamine, hämamine



**UUDISKÜNNIS
lobisemine**


- ☺ Sündmuse värskus
- ☺ Geograafiline lähedus
- ☺ Sündmuse mõjukus
- ☺ Osalejate prominentsus
- ☺ Sündmuse konfliktus
- ☺ Sündmuse erakordsus
- ☺ Sündmuse päevakajalisus



KONFLIKTIDE ENNETAMINE

Tunnused:

- ☹ Koostöö ei laabu
- ☹ Ei jõuta ka lihtsates asjades kokkuleppele
- ☹ Öeldakse teravusi
- ☹ Kontrollimatu (emotsionaalne) käitumine
- ☹ Probleemi arutelu kasvab üle vastastikuseks süüdistamiseks
- ☹ Teisele kahju tekitamine on muutunud omaette eesmärgiks
- ☹ Püütakse leida liitlasi
- ☹ Kaebamine, ässitamine, laimamine
- ☹ Vastase kohalolek mõjub ärritavalt
- ☹ Boikott, ignoreerimine



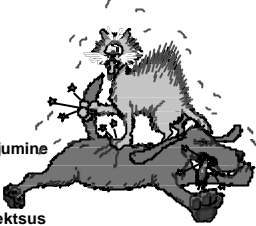
KONFLIKTIDE LAHENDAMINE
Võit-kaotus


Käitumine

- Agressiivne
- Vastasseis
- Võit iga hinna eest

Kasutaja õigustus

- Probleemsest situatsioonist väljumine
- Enesekehtestamine
- Saab jamast lahti
- Eetiline ja professionaalne korrektsus






Kompromiss


Käitumine

- Oluline, et kõik osapooled jõuaksid eesmärkideni
- Head suhted olulised
- Agressiivne, kuid koopereeruv

Kasutaja õigustus

- Mitte üks inimene ega idee ei ole ideaalne
- Iga asja tegemiseks on mitu võimalust ja teed
- Selleks, et saada, tuleb anda






Probleemi lahendamine


Käitumine

- Mõlema poole vajadusi, huve jne peetakse õigeks ja oluliseks
- Kooskõlastav
- Koopereeruv

Kasutaja õigustus

- Kui pooled räägivad avameelselt oma vajadustest, probleemidest jne, siis leitakse rahuldav lahendus enamuse jaoks






Ignoreerimine


Käitumine

- Mitte vastasseisu tekitav
- Ignoreerib või jätab tähelepanuta teravused, pinget tekitavad probleemid, teemad
- Väldib erimeelsusi


Kasutaja õigustus

- Erinevused on liiga suured
- Erinevused on liiga väikesed
- Erinevused on ebaolulised
- Rünnak võib kahjustada olulisi suhteid
- Oma seisukohtade esitamine võib tekitada uusi probleeme või võimendada juba tekkinud konflikte





Nõustumine




Käitumine


- Nõustuv, mitte kooskõlastav
- Koopereerumine isiklikest eesmärkidest loobumise hinnaga

Kasutaja õigustus

- Ei ole midagi halvemat kui risk rikkuda suhteid
- Üldise harmoonia säilitamine iga hinna eest
- Suhted ääretult olulised


TEENINDAJA PROFESSIONAALSUS






ERIALANE
KOMPETENTSUS

+



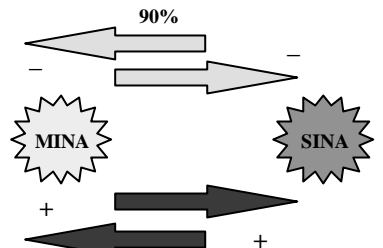
SUHTLEMISALANE
KOMPETENTSUS



KLIENDI TEENINDAMINE

1. SUHTUMINE

90%



MINA


SINA

2. KÄITUMINE

- sõbralikkus
- tähelepanelikkus
- abivalmidus

3. AKTIIVSUS

- kliendi probleemide lahendamine
- kliendi nõustamine
- kliendi aitamine
- kaupade/teenuste pakkumine




4. EMPAATIA

Ei salli erinevusi

Kannatab erinevused välja

Suhtub erinevustesse heatahtlikult

Arvestab erinevusi



5. ASJATUNDLIKKUS

Asjatundlikkus ilmneb oskusena anda nõu, soovitada toodet, kaupa, teenust.

Asjatundlikkus müüdava kauba/teenuse suhtes on teenindaja professionaalsuse vältimatu osa.

6. TEATE TAJUMINE

Oskus kuulata ja esitada küsimusi (aktiivne kuulamine).



7. ISIKUTAJU

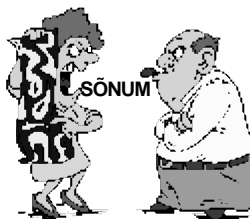


SUHTLEMISVAHENDID

Verbaalsed

Mitteverbaalsed

- 😊 Kes ?
- 😊 Kus ?
- 😊 Millal ?
- 😊 Miks



Sõnumi esitamise printsiibid:

- Üksikult üldisele
- Konkreetselt abstraktsele
- Lähedaselt kaugemale
- Tuntult tundmatule



Sõnumi keerukuse aste

Lihne _____ suuline
Keeruline _____ kirjalik

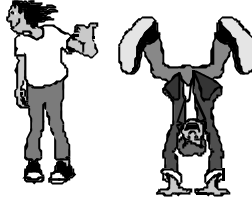
Sõnumi edastamise ajakava:

- Sissejuhatus = 25% planeeritud ajast
- Teema = 70% planeeritud ajast
- Kokkuvõte = 5% planeeritud ajast



SUHTLEMISE ELEMENDID

1. Silmside
2. Poos ja liikumine
3. Miimika ja žestid
4. Riietus
5. Hääld ja intonatsioon
6. Keel, kõne, pausid ja mitte-sõnad (hääliitsused)
7. Kuulaja huvi ja tähelepanu köitmine
8. Huumor
9. Isiksuse loomulikkus



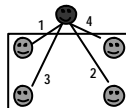
HÄÄL

- Hääle tugevuse vahetamine tekitab tahtmatut tähelepanu, peamiselt soovitatakse kasutada keskmise tugevusega häält
- 1-3 sekundiline paus enne olulise info esitamist tekitab tahtmatut tähelepanu, põnevust
- Vaheta tempot kõnelemisel
- Korda olulist
- Väldi kõhatusi, hääliitsusi
- Häälda sõnalõpud välja
- Väldi hääle tugevnemist argumenteerimisel




SILMSIDE

- Vaata kõiki kui hakkad rääkima, pööra pilk kordamööda igale kuulajale



- Hoia iga kuulajaga silmsidet (3-6 sekundit mõjub normaalselt), hoia tähelepanu
- Katsu silmside abil saada tagasisidet
- Ära vaata:
 - a) aknast välja
 - b) oma kingi
 - c) klassi nurka
 - d) lakke
- Suuna pilguga iga lause mõnele kuulajale


NÕUSTAMINE



1. SÕNAD 10%
2. HÄÄL 40%
3. VÄLIMUS, MIIMIKA, POOS, ZESTID 50%

Stereotüüpiseerimine- tendents jaotada inimesi gruppidesse, tüüpidesse, klassidesse, mille tunnused on tüüpilised (kas kujutletavad või reaalsed).

Näiteks: elukutse järgi - õpetaja, pankur, sekretär
rahvuse järgi - venelane, prantslane, soomlane, lätlane, setu




KLIENDI OOTUSED

KVALITEET	↑
HIND	↓
TEENINDAMISE AEG	↓
PAINDLIKKUS	↑
VARIERUVUS	↓
TEENINDUS	↑

AS PE Konsult

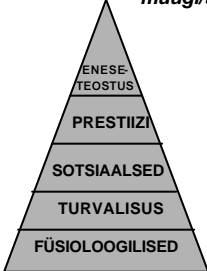

KLIENDI RISKID

- Kauba risk
- Majanduslik risk
- Füüsiline risk
- Psühholoogiline risk
- Sotsiaalne risk
- Ajakulu risk



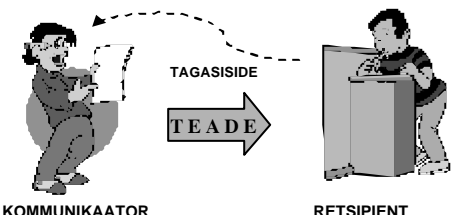
AS PE Konsult

KLIENDI VAJADUSED müügi/teeninduse argumendid


AS PE Konsult

KOMMUNIKATSIOON ... ehk teabevahetus



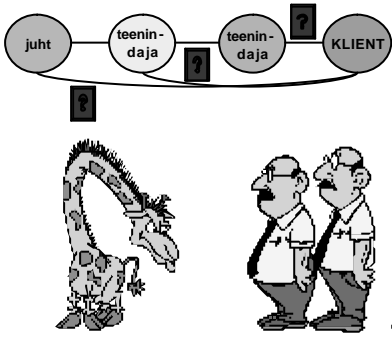
Kommunikator Retseptient

KOMMUNIKATSIOON



JUHT – TEENINDAJA – TEENINDAJA - KLIENT
Telefonimäng: A — B — C — D


SUHTLEMINE KLIENDIGA



KOMMUNIKATSIOON, MIDA KLIENDID OOTAVAD

Kiitus ja tunnustus

- Teenindaja komplimendid valiku kohta
- Teenindaja kommentaarid ostu kohta
- Teenindaja kiitus
- Teenindajapoolne soosing ja tunnustus



Konstruktivne kriitika ja tagasiside

- Taktitudeline kriitika ja vigadele tähelepanu juhtimine

Huvi väljendamine õpilase töö ja isiksuse suhtes

- Huvi kliendi plaanide ja arengu suhtes
- Abi osutamine parema tulemuse saavutamisel
- Abi osutamine kliendi edukuse loomisel
- Huvi väljendamine vestluse vältel
- Nõustamine isiklikes küsimustes



Informatsioon

- Tunda huvi kliendi arvamuse vastu
- Informatsioon kliendi edusammudest
- Informatsioon, mis muudab kliendi "oluliseks ja tähtsaks"
- Informatsioon, mis puudutab teenindamisel toimuvaid protsesse ja muudatusi
- Informatsioon, mis kinnitab ja kujundab firma väärtusi ja kultuuri



TEENINDAJA ROLL KLIENDIGA SUHTLEMISEL

- Selgita arusaadavalt
- Veendu kliendi kaasahaaratuses
- Kirjelda oodatavat tulemust
- Näita üles usaldust
- Ära häbista
- Sisesta eneseusaldust
- Toeta
- Ole stabiilne
- Tunne oma kliente



AKTIIVNE KUULAMINE

Eesmärk

1. Mõista kedagi
2. Nautida kellegi seltskonda
3. Saada midagi teada
4. Pakkuda abi või lohutust

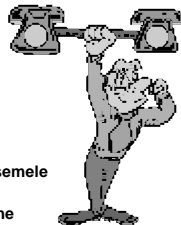


AKTIIVNE KUULAMINE

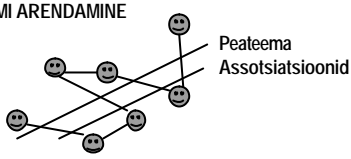
- Ümbersõnastamine – korrata oma sõnadega partneri mõtet
 - a) Inimesed hindavad kõrgelt neid, kes oskavad neid ära kuulata
 - b) Ümbersõnastamine ei lase vihal kasvada ning aitab "jahutada" konflikti
 - c) Hoiab ära möödarääkimise
 - d) Aitab öeldut meelde jätta
 - e) Aitab kuulamistõkkeid vältida
- 2. Selgitamine – esitada täpsustavaid küsimusi, uurite tausta, küsite infot juurde, kuni saate öeldust selgema pildi
- 3. Tagasiside

SÕNUM EI JÕUA KOHALE

- aja kokkuhoid
- aja raiskamine
- informatsiooni üliküllus
- informatsiooni puudujääk
- liiga formaalne
- sõnumi suunamine valele tasemele
- erialaste terminite kasutamine



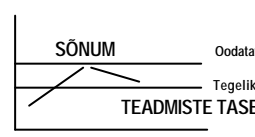
SÕNUMI ARENDAMINE



Peateema
Assotsiatsioonid

SAGEDASED VEAD

● Sõnumi suunamine oodatud, mitte tegelikule tasemele



SÕNUM Oodatav
Tegelik
TEADMISTE TASE

PROBLEEMIDE, SÕNUMI, KÜSIMUSTE FORMULEERIMINE

Definitsiooni reeglid

1. Definitsioon peab olema adekvaatne
2. Definitsioon ei tohi teha ringi
3. Definitsioon peab olema selge, täpne, ilma kahemõtteliste metafoorideta
4. Definitsioon ei tohi olla eitav

