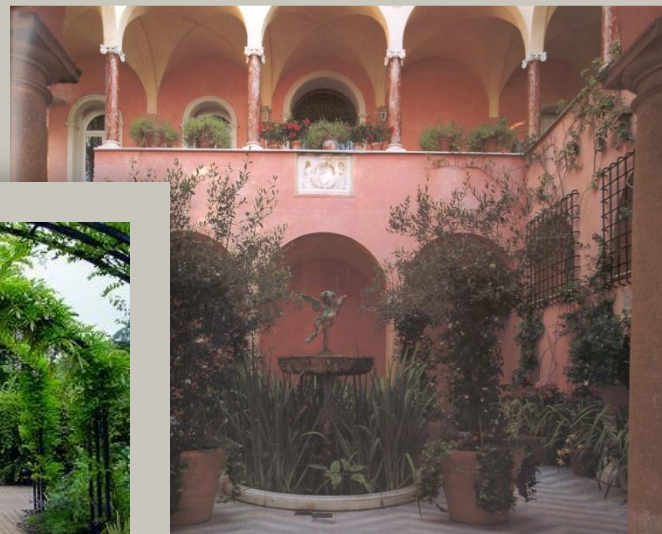


Этика отношений с заказчиками. Доверие.



Науменко Оксана,
Ландшафтный дизайнер
2-й международный форум ландшафтников-практиков, Ялта,
2009

- Цель нашей работы – создание красивого, практичного пространства, которое будет выполнено профессионально, удовлетворяло бы амбиции ЛД, проявляло знания, позволило бы реализовать способности, и в тоже время было бы гармоничным в контексте цепочки «Человек-Природа».
- Очень важно изначально создать доверительные отношения между ландшафтным дизайнером и Заказчиком. Для этого можно использовать личный опыт, опыт коллег и наработки психологии. Вот некоторые выдержки из тренинга «Эффективные техники работы с клиентом». (компания VTG, Киев).



Психологические приемы создания доверия

- Раппорт – состояние, возникающее при коммуникации, при котором увеличивается согласованность, повышается взаимопонимание и появляется глубокое доверие друг к другу.
- Раппорт зависит от ваших способностей подключиться к другому человеку. Подключение является основой раппорта и означает думать, поступать, обрабатывать информацию также как другой человек
- Отражая систему ценностей другого человека, его манеру говорить, позу, манеру движения и даже дыхание, Вы подключаетесь и т.о. создаете основу раппорта.
- Фазы раппорта - присоединение и ведение. Сильный раппорт можно установить меньше, чем за 3 мин. Зависит от контекста

Импlications подключения:

- Я тебя признаю => Я тебя понимаю => Я тебя принимаю
- Ты мне нравишься => Я тебя уважаю => Я тебе доверяю => Я похож на тебя. Мы похожи

Каждый раз, когда Вам кто-то говорит: «Ты знаешь, ты и я мы так похожи», это означает, что Вы получили самый большой комплимент за свои способности установить раппорт.



Способы подключения:

- К содержанию разговора (о чем хочет говорить Заказчик, поиск специфических моментов, нахождение общих интересов, искренняя заинтересованность в Заказчике),
- к ценностям (не нападать на чужие ценности, создание зоны согласия, концентрировать внимание на словах, выражающих ценности),
- к голосовой тональности и темпу (не то, ЧТО вы говорите, а то, КАК вы говорите. Имитировать акцент запрещено),
- к позе (принимать такую же позу, но в меру. Иногда достаточно просто копировать наклон спины),
- к культурной среде (к бизнес-среде, к стилю одежды),
- эмоциональное подключение (встретить в том же эмоциональном состоянии, что и Заказчик - деловое, формальное, подавленное),
- к языку жестов (незаметно повторять основной рисунок движений: 50-80%; важно не пытаться понять, а просто подключиться),
- к речи,
- к дыханию (лицом или сзади Заказчика, косвенное подключение),
- к согласию (закон 7 «да», «Вы пройдете со мной в кино, да?»)
- подключение к репрезентативным системам (визуальные, аудиальные, кинестетические, обонятельные и вкусовые). Маркеры типажа – скорость речи, ритм речи, жесты, их широта и ритм, слова

Практика: советы и рекомендации

- Первый контакт по телефону – выявить, какой настрой у заказчика, какие цели, пожелания. Правильная постановка целей перед встречей. Согласование оплаты первого визита и срока составления предварительной сметы. Дать адрес своего сайта или компании для просмотра работ. Для себя уяснить, КАК и ЧЕМ Вы можете заинтересовать заказчика.
- Первое знакомство. Никогда не бывает второго шанса произвести первое впечатление. Первое впечатление – 7 % - слова, 38 % - интонация, 55% - невербальные методы общения (жесты, мимика)
- На участке:

Прийти вовремя (предупредить об опоздании)

С собой иметь все необходимые материалы, опросный лист и т.д.

Предоставление своего портфолио

Речь: вежливая, без жаргонизмов, острот. Главное - УСЛЫШАТЬ и правильно ПОНЯТЬ. Фиксация в блокноте, диктофон. Услышав, настройтесь на диалог "вопрос-ответ-реплика-вопрос" ПО ДЕЛУ, а не показывайте, какой Вы дизайнер, какие у Вас часы. и т.п. Не заискивайте перед Заказчиком и не давите «знаниями». Не обещайте на участке ничего из того, чего не сможете выполнить. Старайтесь меньше говорить, а больше слушать. Не стоит говорить неправду или пытаться выглядеть всезнайкой. Если возникают сложные вопросы, на них есть хороший ответ: «Сейчас я не готов ответить на этот вопрос, но обязательно уточню и скажу Вам в ближайшее время», «Дайте время подумать».

Практика: советы и рекомендации

- Ваш образ: дружелюбная улыбка и открытый взгляд, опрятный вид и искренний интерес к заказчику. Вопрос в том, хватит ли сил поддерживать такое хорошее впечатление! Вам ведь долгое время предстоит общаться с заказчиком. И слишком хорошее первое впечатление будет скорее мешать, чем помогать в работе. Соответствующий внешний вид. Не вычурный, но и не убогий, не «пляжная гавайка с шортами». Просто комфортная одежда.
- Спокойствие - это может быть трудно поначалу, при виде шикарного особняка, охраны. При первой встрече Вы еще никому ничего не обязаны.
- Отключайте сотовый или ставьте в беззвучный режим. Никаких вредных привычек на участке. Не устраивайте с заказчиком "чаепития с плюшками". Предложенная чашка чаю (кофе) - да, на остальное - вежливое "нет, спасибо".
- Позвольте Заказчику самому распоряжаться своими финансами. (Фразы «у нас очень дорого»). Не стоит просто так демпинговать на первой встрече, если Вы знаете себе цену, как дизайнеру. Если Вы один раз это сделаете, то придется это делать в течение всей работы с данным Заказчиком. Лучше сделать скидки и льготные условия при более конкретном обсуждении смет.
- Минимум комментариев (дом, интерьер, собака хозяина, стройка, забор, коммуникации) и не давать оценок строительным работам, подрядчикам. Вы же не знаете, с кем конкретно будете работать.
- В конце разговора поблагодарите Заказчика за встречу кратко и без излишеств. Не оставляйте ничего, кроме визитки(альбомы, портфолио, литература)

Работа с Заказчиком

- Заполнение опросного листа очень облегчает жизнь и бережет время и нервы Дизайнера и Заказчика. Подпись Заказчика желательна. В случае изменений в ходе работ обязательно это фиксировать (электронная почта, новый опросный лист).
- Заранее предупреждать о сроках, которые вы не сможете зафиксировать (субподрядчики) либо подверженные сезонным изменениям.
- Убедить Заказчика, что лучше не торопить Вас с первыми эскизами («Люди творческие, должно прийти вдохновение»). Естественно, сроки нужно оговаривать, даже приблизительные



Проблемные ситуации в работе с Заказчиком:

Проблемы в отношениях Заказчик –Дизайнер:

- Многие клиенты хотят получить "райский сад" за 2 - 4 недели и при этом не всегда понимают, что скорость исполнения часто идет в ущерб качеству. В итоге они получают желаемую картинку в лучшем случае на один сезон, а в дальнейшем - одни разочарования.
- «Деревня Переделкино». Очень много раз приходится переделывать участки после самих Заказчиков либо других компаний (часто брошенных на полпути к реализации). Сразу взвешивайте свои реальные возможности.
- «Синдром колхозника» у Заказчика. (Не могу пройти мимо понравившегося растения - покупаю, присаживаю, а потом думаю, куда посадить).

Отказ от Заказчика

- Конечно, все ЛД стараются максимально удовлетворить запросы Заказчика, но бывают случаи у всех, когда Вы вынуждены по своей инициативе отказаться от Заказчика.
- Очень важно понять, что перед Вами - «Ваш Заказчик». Это подскажет Ваша интуиция и опыт. Отказ нужно объяснить в первую очередь директору компании: «Заказчик сам не знает, чего хочет- это потеря нашего времени и денег». Объяснение для Заказчика: «У нас сейчас много крупных объектов, мы не сможем уделить Вам должное внимание и выполнить в сроки», «Мы участвуем в тендере».
- Возможно, есть «трудные клиенты» (пример - один клиент перебрал всех дизайнеров в компании, но так и не выбрал никого, участок не пошел в работу) и для особо тяжелых случаев придется составить т.н. черный список Заказчиков. Либо появится новая категория ЛД-бронбойных, которые смогут договориться и с такими клиентами.

Выводы

- 1. Мы можем применять психологические приемы построения доверия между Заказчиком и Дизайнером.
- 2. Важно помнить и соблюдать простые правила поведения при первой встрече на участке. Нет второго шанса для первого впечатления.
- 3. При возникновении проблематичных ситуаций в работе - сразу же решать, фиксировать все изменения в пожеланиях.
- 4. Для эффективного общения и обоюдного согласия следует самим ЛД постепенно «растить» новое поколение Заказчиков, для которых будет важен конечный результат гармоничного Пространства, качественно выполненного и с соблюдением всех технологий.

Удачи нам всем! 😊

