

ПОЧЕМУ МЫ НЕ ПОНИМАЕМ ДРУГ ДРУГА ?

ИЛИ

Почему нам говорят **НЕТ**

Татьяна Горбунова
Лидер-директор компании
МейТан



Мужчине и женщине никогда
не понять друг-друга.
ведь они хотят совершенно разного... Мужчина -
женщину, женщина - мужчину!

Люди воспринимают мир по-разному.



КАК ВИДИТ
ПАПА



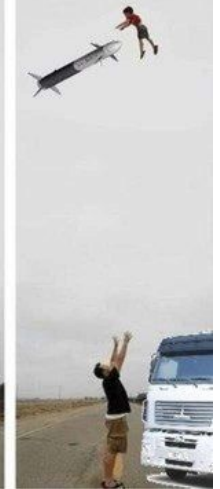
КАК ВИДИТ
РЕБЁНОК



КАК ВИДИТ
МАМА



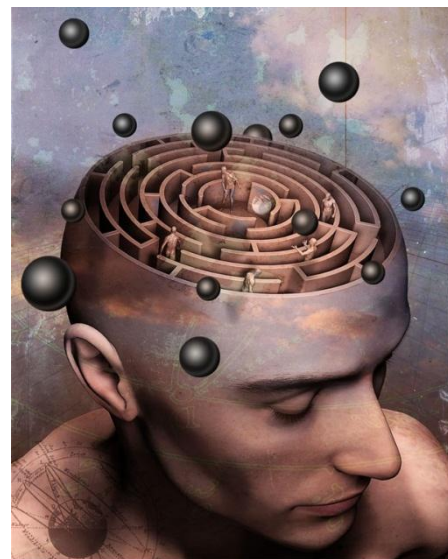
КАК ВИДИТ
БАБУШКА



У каждого в голове своя собачка

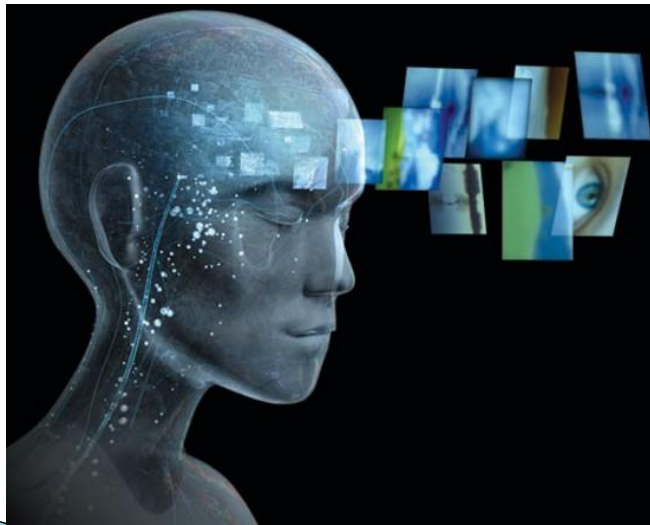


Как мы думаем?



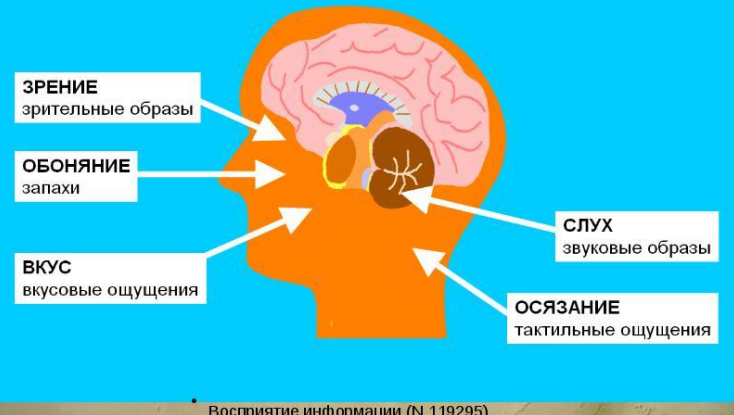
Люди думают

- ▣ Образами (картинками)
- ▣ Звуками
- ▣ Ощущениями
- ▣ (фильмами)



ВОСПРИЯТИЕ ИНФОРМАЦИИ

Человек воспринимает информацию из внешнего мира с помощью всех своих органов чувств, которые являются информационными каналами, связывающими человека с внешним миром.



А как мы общаемся?

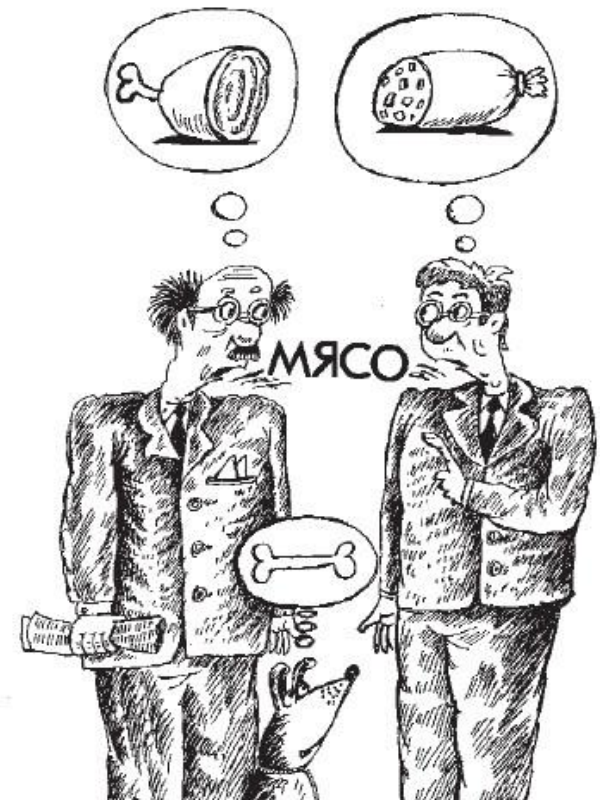
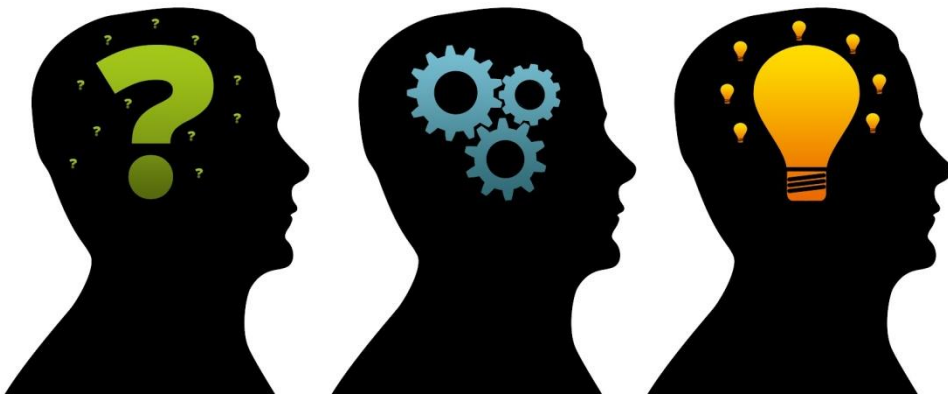
Как мы общаемся?

- ▣ Мы отличаемся от любого живого существа тем, что у нас есть **речь**.
- ▣ Мы общаемся **словами**.
- ▣ Если слово не связано с какой-либо картинкой, мы его не понимаем.



Вывод 1

- ▣ Люди думают **образами**
- ▣ Люди общаются **словами**
- ▣ Произнесённые **слова рождают образы** в голове другого человека.



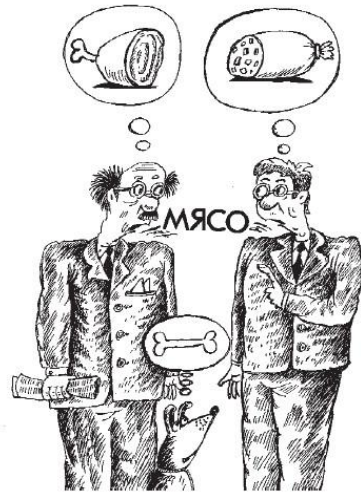
ГЛАВНОЕ

Одно и то же слово, если оно не уточнено, с большей долей вероятности вызывает разные образы у разных людей.



Три процесса создания субъективной карты реальности

- 1) обобщение;
- 2) упущение;
- 3) искажение.



Обобщение

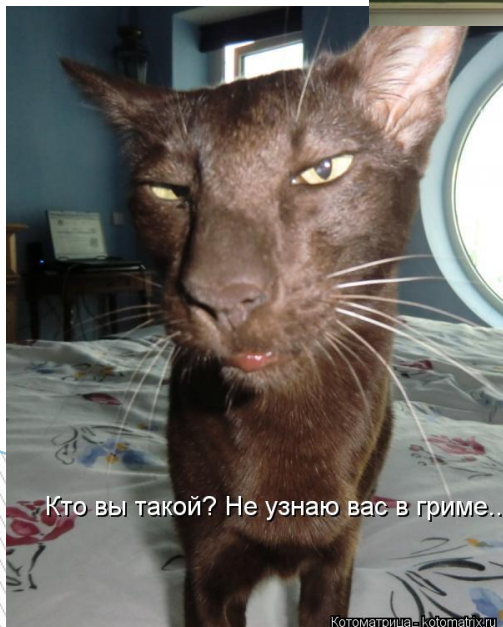


+ Обобщения помогают нам быстро учиться



- Обобщения могут ограничивать наш мир.

Почему у меня ничего не получается?



Кто вы такой? Не узнаю вас в гриме...

Котоматрица = kotomatrix.ru



ВСЕ ОНИ ТАКИЕ
но кого то нужно выбрать

bomz.org

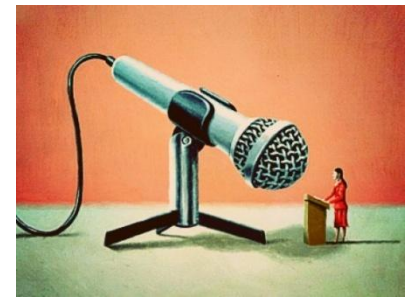


Упущение





Искажение



- ▣ Соблюдайте правила безопасности!
- ▣ Мечтайте осторожно, мечты сбываются!



Самые большие ошибки людей

- ▣ Люди часто думают, что другие думают точно так же, как они.
- ▣ Люди часто уверены, что в любой ситуации может быть только одно истинное восприятие и только одна трактовка событий – их трактовка.
- ▣ Люди часто считают, что при произнесении слова, например «собачка», другие люди подразумевают и видят то же самое, что и они.

Проведём эксперимент

- ▣ Я буду говорить слова.
- ▣ Ваша задача наблюдать за образами, которые рождаются в Вашей голове.
- ▣ **Капучино**

Проведём эксперимент

- ▣ Я буду говорить слова.
- ▣ Ваша задача наблюдать за образами, которые рождаются в Вашей голове.
- ▣ **Капучино в белой чашке**

Проведём эксперимент

- ▣ Я буду говорить слова.
- ▣ Ваша задача наблюдать за образами, которые рождаются в Вашей голове.
- ▣ **Капучино в белой чашке на асфальте**

Проведём эксперимент

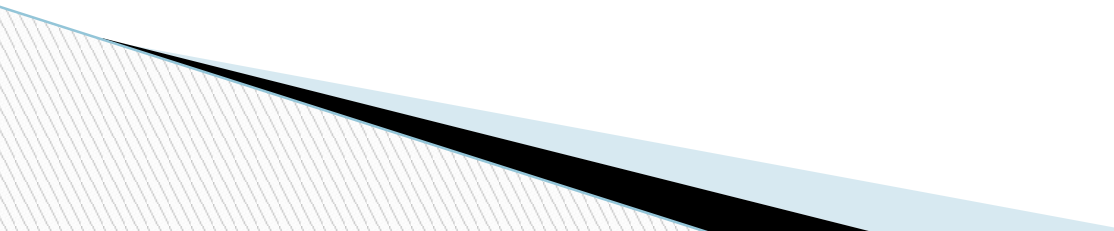
- ▣ Я буду говорить слова.
- ▣ Ваша задача наблюдать за образами, которые рождаются в Вашей голове.
- ▣ Капучино в белой чашке на асфальте рисует художник

Проведём эксперимент

- ▣ Я буду говорить слова.
- ▣ Ваша задача наблюдать за образами, которые рождаются в Вашей голове.
- ▣ **Капучино в белой чашке на асфальте рисует художник**



- ▣ **Произнесённые слова** создают в голове слушателей **картинки**
 - ▣ При произнесении **дополнительных слов** внутренняя картинка слушателя **меняется**
 - ▣ Ваша картинка **не равна** картинке, которую создаёт Ваш собеседник на основе Ваших слов.

 - ▣ **ПРОДОЛЖИМ ЭКСПЕРИМЕНТ**
- 

- ▣ **Произнесённые слова** создают в голове слушателей **картинки**
- ▣ При произнесении **дополнительных слов** внутренняя картинка слушателя **меняется**
- ▣ Ваша картинка **не равна** картинке, которую создаёт Ваш собеседник на основе Ваших слов.

▣ **ПРОДОЛЖИМ ЭКСПЕРИМЕНТ**

▣ **Дом**

- ▣ **Произнесённые слова** создают в голове слушателей **картинки**
- ▣ При произнесении **дополнительных слов** внутренняя картинка слушателя **меняется**
- ▣ Ваша картинка **не равна** картинке, которую создаёт Ваш собеседник на основе Ваших слов.

▣ **ПРОДОЛЖИМ ЭКСПЕРИМЕНТ**

▣ **Дом собака**

- ▣ **Произнесённые слова** создают в голове слушателей **картинки**
- ▣ При произнесении **дополнительных слов** внутренняя картинка слушателя **меняется**
- ▣ Ваша картинка **не равна** картинке, которую создаёт Ваш собеседник на основе Ваших слов.

- ▣ **ПРОДОЛЖИМ ЭКСПЕРИМЕНТ**
- ▣ **Дом собака**



▣ **Человек**

▣ **Человек на льдине**

▣ **Человек на льдине в воздухе**

▣ **Человек на льдине в воздухе над пропастью**

▣ **Человек на льдине в воздухе над пропастью**



Вывод 2

- ▣ Человек Вас **понимает** если только появившиеся в результате Ваших слов **картинки логично стыкуются** друг с другом и создают картину или фильм, **не противоречащий** прошлому опыту человека.

- ▣ GPU-блок
- ▣ Амфифильные молекулы
- ▣ Психические структуры
- ▣ Универсальное социальное достоинство



Вывод 3

- ▣ Человек нас **не понимает**, если наши слова вызывают у него **неоднозначные картинки**, или вообще **не вызывают никаких картинок**.
- ▣ **Поэтому** будьте осторожны! Подбирайте только те слова, которые могут быть поняты однозначно и вызвать те **картинки**, которые **нужны** именно **Вам**.
- ▣ **Иначе не обижайтесь!** **Если нас не понимают, то виноваты мы сами** - мы не смогли соединить картинки так, чтобы они совпали!

КАК ЖЕ БЫТЬ?

Людей условно можно объединить в три категории

- ▣ Визуалы – предпочитают получать информацию через визуальные (зрительные) каналы.
- ▣ Аудиалы - предпочитают получать информацию через аудиальный (слуховой) канал).
- ▣ Кинестетики - предпочитают получать информацию через ощущения (кинестетический канал).
- ▣ **Определить, кто перед вами, часто можно по словам, которые человек использует в общении.**

Ключевые слова

- ▣ (V) визуалы чаще всего употребляют слова типа: вижу, картина, ярко, блестяще, красиво, перспектива и т.п.
- ▣ (A) аудиалы употребляют слова: расскажите, объясните, обговорить, тишина, говорить, слышать, шум и т.п.
- ▣ (K) кинестетики пользуются словами типа: ощутить, почувствовать, тяжелый, легко, уютно и т.п.
- ▣ Послушав, что и как говорит ваш клиент, определите его тип и срочно переходите на его язык, т.е. **начните употреблять те же ключевые слова.**

Потенциальный партнер

- (V) **Напишите** мне эти предложения на бумаге. Я должен **посмотреть, почитать**. Только тогда я приму решение. (А на ваши попытки все же вкратце рассказать такой человек скажет: «Я ничего не понимаю. Мне нужно **прочитать**. Я на слух воспринимаю хуже. Когда я **увиджу**, какие выгоды сулит мне ваше предложение, я с вами свяжусь»).
- (A) Не нужна мне твоя бумага. **Расскажи** мне кратко, быстро и конкретно, что ты от меня хочешь. Я **задам тебе вопросы**, и мы обсудим твое предложение. Бумага все стерпит, а так мне понятнее.
- (K) С этой идеей нужно переспать. Мне нужно **привыкнуть, почувствовать**, обмозговать то, что ты предлагаешь. Я возьму твое предложение, еще с ним посижу, посчитаю выгоду.

Ваш клиент при продаже косметики

- **(V)** Я хочу **посмотреть** на все поближе. Мне нравится **дизайн** этой сыворотки. А как я буду **выглядеть** в этой помаде? У вас **красивые и насыщенные цвета** блесков для губ.
- **(A)** **Расскажите** мне, что входит в эту косметику, какие компоненты. Хотелось бы **услышать** отзывы других ваших клиенток. Может быть вы мне **подскажете** какая помада мне пойдет больше, и **объясните** преимущества вашей косметики
- **(K)** Я хочу, чтобы крем быстро впитывался и не оставлял **ощущения** стянутости кожи. Я бы хотела **попробовать на себе действие** этой маски. Мне важно **почувствовать**, подойдет ли она мне. Дайте **понюхать** этот крем. Если мне **запах понравится**, я его возьму. **Ощущение** на губах от вашей помады мне не нравятся.

Постарайтесь определить и учесть к какому типу людей относится данный человек

- Если перед вами
- а) визуал (V) — дайте ему все внимательно осмотреть;
- б) аудиал (A) — расскажите ему побольше о товаре (бизнесе) и предложите прислушаться к мнению профессионалов;
- в) кинестетик (K) — дайте ему все попробовать, пощупать и понюхать
- И не предлагайте визуалу «почувствовать», а аудиалу «посмотреть». Каждый из типов настроен на свою волну и чужую волну принимает с трудом. **Если вы говорите с человеком не на языке его типа, он может решить, что вы его не понимаете и ... уйти.**

Все мы пользуемся разными системами восприятия информации.

Поэтому **слушайте**, что говорит клиент. В какой-то момент времени и визуально ориентированный человек может спросить вас об удобстве вашего товара, а аудиал — о красоте. **Искусство продавца заключается в полном понимании и «слышании» того, что «просит» клиент и предоставления ему этого.** Научитесь говорить на языке клиента и Ваш бизнес будет процветать всегда!

Горбунова Татьяна (Петергоф)

Лидер-директор компании МейТан



У каждого в голове своя собачка



gorbunova.meitan@gmail.com

Успехов Вам и процветания!