**Luisteren en spreken**

*Horen* is een passieve bezigheid. Je vangt automatisch geluiden op, maar interpreteert deze geluiden niet. Je hoort de docent allerlei woorden en zinnen uitspreken, maar je vertaalt deze niet naar je hersencellen.

*Luisteren* is een actieve bezigheid. Je ontvangt een boodschap, je interpreteert deze en je formuleert een reactie. Als je actief naar de docent zit te luisteren, dan kun je een antwoord op een vraag geven.

Als je luistert, dan let je op wat iemand zegt. Je luistert naar de *verbale uitdrukking*. Maar je kijkt ook naar de houding van de spreker, de *non-verbale uitdrukking* en zaken die de spreker niet zegt, maar wel bedoelt.

In een gesprek is het belangrijk dat de ander aandacht krijgt. Die ander zal het direct merken als jij je aandacht er niet helemaal bij hebt. Oogcontact is hierbij een belangrijk middel.

Je kijkt de ander recht in de ogen zonder hem of haar in verlegenheid te brengen.

De ander moet ook voldoende gelegenheid krijgen om zijn mening te verwoorden.

Hij moet na afloop niet het gevoel hebben dat hij niet voldoende ruimte en tijd heeft gekregen. Reageer tijdens het luisteren met non-verbale uitdrukkingen om aan te geven dat je ook echt luistert.

Neem tijdens een gesprek een neutrale en *objectieve luisterhouding* aan. Daarmee geef je aan dat de boodschap niet vanuit een vooroordeel wordt beoordeeld, maar vanuit de inhoud van de informatie die je op dat moment met elkaar uitwisselt.

Als verkoopmedewerker moet je in een verkoopgesprek zo veel mogelijk informatie

wensen en behoeften van de klant zien te krijgen. Je moet daarom een *stimulerende luisterhouding* aannemen. Een houding die de klant uitnodigt om duidelijkheid te geven over zijn wensen en behoeften.

Een stimulerende luisterhouding krijg je door open vragen te stellen en korte opmerkingen te maken waardoor je de klant aanmoedigt om verder te vertellen. Knikken en glimlachen kunnen hierbij stimulerend werken. Door een stilte in het gesprek te laten vallen, zal de klant de behoefte krijgen deze stilte te doorbreken. Hij zal op dat moment nog meer vertellen over zijn wensen ten aanzien van het artikel.

Door aandachtig te luisteren kun je op de juiste manier reageren op wat de klant zegt.

Met een gesprek streef je een bepaald doel na. Om dat doel te bereiken moet je de boodschap op een bewuste manier moeten overbrengen.

Met bewust spreken bedoelen we niet alleen dat je op de inhoud van het gesprek let en op de zaken die worden gevraagd en verteld. Je moet je ook bewust zijn van de vorm van het gesprek.

Een goede verkoopmedewerker vraagt zich steeds af:

Wat is de behoefte van déze klant en op welke wijze kan ik het beste mijn boodschap op die klant, met zijn specifieke behoeften, overbrengen.

De woorden en zinnen die je gebruikt moeten door de klant worden herkend, begrepen en verwerkt.

Voorkom lange zinnen of ingewikkelde zinsconstructies.

Gebruik korte, heldere zinnen die aansluiten op het woordgebruik van de klant.

Clichés, modewoorden, vreemde woorden, boekentaal en slang (codetaal) moet je zien te vermijden.

Door langzaam en bedachtzaam te spreken kun je veel overtollige woorden die een negatieve uitwerking op de klant kunnen hebben, weglaten.

Je moet ervoor zorgen dat je van het begin tot het eind verstaanbaar spreekt.

Veel mensen hebben de gewoonte om aan het eind van een zin of verhaal zachter of onduidelijker te gaan spreken. Ze gaan er dan van uit dat de luisteraar de rest zelf wel kan invullen. Maar op deze manier wek je de indruk dat wat je zegt niet zo belangrijk is.

In een verkoopgesprek moet je altijd duidelijk en hoorbaar praten. Verstaanbaar spreken bereik je door voor in de mond te spreken, goed te articuleren (de lippen goed te bewegen) en door de klemtonen, zowel in woorden als in zinnen, goed te leggen.

Duidelijk hoorbaar spreken heeft niets te maken met heel hard praten of schreeuwen.

Om het voor de klant aantrekkelijker te maken om naar jou te blijven luisteren, moet je ook een bepaalde *intonatie* in je zinnen leggen. Dit wil zeggen dat je regelmatig je stem buigt en verschillen aanbrengt in toonhoogten. Hierdoor hou je de aandacht van de klant vast.

Door middel van intonatie kun je jouw enthousiasme, meelevendheid, bedachtzaamheid of teleurstelling beter tot uitdrukking brengen.

Naast goed articuleren en een vlotte intonatie is ook het zogenaamde gesticuleren van belang. Hiermee bedoelen we het maken van de juiste gebaren op de juiste momenten.

  