



امروزه یکی از باورهای رایج در میان فروشندگان و نمایندگان بیمه این است که برای فروختن بیمه‌نامه باید تا جایی که ممکن است با مشتری درباره ویژگی‌ها و پوشش‌های بیمه‌نامه مربوطه حرف بزنند؛ به عبارت دیگر، باور به اینکه فروختن مساوی است با حرف زدن.

اما حتی اگر هر یک کلمه‌ای که بر زبان می‌آوردید برای مشتری شما حاوی اطلاعات بسیار ارزشمندی درباره بیمه‌نامه و پوشش‌های آن باشد، اما باید این را بدانید که هر انسانی دارای یک ظرفیت و آستانه‌ی مشخصی از نظر میزان و مقدار اطلاعاتی است که می‌تواند در یک جلسه ملاقات، درک کند و به یاد بیاورد.

به محض اینکه نماینده یا فروشنده‌ی بیمه، از مرز آن آستانه، تجاوز می‌کند مشتری به شکل تصاعدی، خسته و خسته‌تر می‌شود. به همین دلیل، اغلب مردم به رسم ادب، صرفاً وانمود می‌کنند که به صحبت‌های شما درباره‌ی بیمه‌نامه پیشنهادی‌تان علاقه‌مند هستند و دارند گوش می‌کنند. ولی در نهایت و به احتمالی خیلی زیاد، این دسته از مشتریان، با همه‌ی آمیدی که برای متقاعد نمودن آنها دارید، دست شما را در پوست گردو گذاشته و به محض پایان آن جلسه ملاقات، فرار را بر قرار ترجیح می‌دهند.

حالا سؤال این است که:

چه چیزی باعث می‌شود مشتری دست از تظاهر کردن به گوش دادن بردارد و فرار را بر قرار ترجیح ندهد؟!

و پاسخ این است:

«حس شنیده شدن و درک شدن»

این همان دلیلی است که به ما می‌گوید چرا گوش کردن (گوش کردن فعال و واکنشی)، یک مهارت فوق العاده حیاتی و مهم است که هر نماینده یا فروشنده‌ای در بیمه باید آن را به بهترین نحو ممکن یاد بگیرد.

من امروز و در این مقاله قصد دارم به جای اینکه مطالعه‌ی یک مقاله یا کتاب دیگر درباره‌ی اهمیت گوش کردن در فروشندگی بیمه را به شما پیشنهاد نمایم، یک کار بهتر برای شما انجام بدهم. در این مقاله سه تمرین در اختیارتان می‌گذارم که انجام و تکرار آنها از هر نماینده و فروشنده‌ای در صنعت بیمه این کشور، یک شنونده حرفه‌ای و بهتر می‌سازد؛ تمرین‌هایی که هر یک به نوبه‌ی خود، مهارت شما در بستن فروش را به طرز چشمگیری ارتقاء می‌دهند.

البته بر خلاف سایر آموزش‌هایی که تا به حال شخصاً در زمینه مهارت‌های خوب گوش کردن در فروشندگی مشاهده کرده‌ام، تمرین‌های خوب گوش کردن حتماً نیاز به یک انسان زنده دارند. بنابراین، در انجام و اجرای این تمرین‌های سه‌گانه به یک همکار یا دوست نیاز دارید که به شما کمک کند.

تمرین شماره 1: تمرین بازگو کردن و دوباره نقل قول کردن

از همکاران بخواهید به اندازه‌ی سه یا چهار پاراگراف (در حدود 10 تا 12 جمله‌ی یک سطر) درباره‌ی یک موضوع دلخواه، با صدای بلند صحبت کند. البته همکاران هر موضوعی را می‌تواند انتخاب کند اما توجه داشته باشید که آن موضوع باید درباره‌ی یک چیز خاص باشد و در خودش تعدادی نکته نیز داشته باشد. مثلاً همکاران می‌تواند درباره‌ی رستوران مورد علاقه‌اش و یا برنامه‌ی تلویزیونی محبوبش در حد سه چهار پاراگراف صحبت کند. به هر حال، هر موضوعی که باشد، شما نباید از قبل چیزی درباره آن بدانید.

حال بعد از اینکه همکاران، صحبتش تمام شد، کار شما این است که تمام آن چیزهایی که شنیدید را این بار با کلماتی متفاوت نسبت به گوینده و صرفاً با ادبیات و زبان خودتان بازگو کنید. یعنی از صفت‌ها، جمله‌بندی‌ها، اسم‌ها و فعل‌های متفاوتی نسبت به آنچه همکاران گفته است استفاده کنید ولی همان داستان یا موضوع را مجدداً نقل کنید.

شما باید بیشترین تلاش خود را به منظور تعریف مجدد جملات و نقل قول‌ها به خرج دهید تا یک نسخه‌ی هم معنی اما کاملاً اوریجینال و مختص به خودتان را نسبت به آنچه همکاران گفته است بازگو کنید.

زمانی که کار جمله‌بندی و نقل قول خودتان را تمام کردید از همکاران بخواهید تا به شما از 1 تا 10 امتیاز بدهد. اساس و معیار این امتیازدهی باید بر مبنای حفظ پیام اصلی موضوع و همچنین استفاده از کلمات و جمله‌بندی‌های متفاوت نسبت به نسخه‌ی همکاران باشد. یعنی اصل موضوع و پیام مندرج در آن، کاملاً حفظ شود و دست نخورده بماند اما شیوه‌ی بیان و کلماتی که برای بازگو نمودن آن موضوع استفاده کرده‌اید کاملاً متفاوت با همکاران باشد.

تمرین شماره 2: تمرین تکرار کردن طوطی وار و کلمه به کلمه

دقیقاً مشابه با تمرین قبلی، از همکارتان بخواهید درباره‌ی یک موضوع دلخواه، در حد 10 تا 12 جمله، با صدای بلند صحبت کند. اما این بار به جای جمله‌بندی متفاوت، کار شما این است که دقیقاً همان جملات و کلماتی که همکارتان بر زبان آورد را کلمه به کلمه مثل خودش تکرار کنید و حتی یک «واو» را پس و پیش نکنید. اما اگر بعد از حداکثر 10 بار تلاش، موفق به انجام بی نقص این کار نشدید، از همکارتان بخواهید جملات و پاراگراف‌ها را کوتاه‌تر انتخاب کند.

در ابتدا باید سطح و میزان مهارت خود در انجام این مهارت را مشخص کنید و بعد به تدریج که پیش می‌روید از همکارتان بخواهید که بر طول جملات بیفزاید. همچنین اگر همکارتان، جملات را جایی مکتوب کند، کمک بزرگی خواهد بود تا متوجه شوید دقیقاً چه کلماتی را درست و کدام‌ها را نادرست تکرار کرده‌اید.

تمرین شماره 3: تمرین شناسایی احساسات

این تمرین، در واقع سخت‌ترین تمرین در بین این تمرین‌های سه‌گانه قلمداد می‌شود. البته اگر شما در برقراری ارتباطات غیر کلامی، فرد ماهری باشید این تمرین، آسان‌ترین تمرین خواهد بود. روش کار این است که دقیقاً روبروی همکارتان بنشینید یا بایستید. حالا از وی بخواهید تعدادی جمله درباره‌ی یک موضوع بسیار پر احساس و پر شور و هیجان را بیان کند.

1. اولین کار شما، خوب گوش کردن و خوب درک کردن تمام آن جملات است.
2. کار دوم شما تشخیص دادن احساساتی است که در پی هر کدام از جملات می‌آید. (نکته: توجه زیادی به ارتباطات غیر کلامی که همکارتان برقرار می‌کند نشان دهید؛ به طور مثال: حرکات دست‌ها، زبان صورت و بدن و... به علاوه‌ی تَن صدا و سرعت حرف زدن و امثال اینها)

3. کار سومی که باید انجام بدهید این است که بعد از پایان صحبت‌های همکاران، این بازخوردها را به وی بدهید:

او چه گفت؟!

معنای حرف‌هایش چه بود؟!

چه احساسی هنگام ادای آن جملات داشت؟!

خیلی مهم است که این کارها را فقط با زبان، کلمات و ادبیات مخصوص به خودتان انجام داده و بیان کنید. حالا از همکاران بخواهید که درباره‌ی اینکه تا چه حد، در زمینه‌ی درک و فهم پیام جملات و احساسات نهفته در پس آنها موفق بوده‌اید به شما بازخورد بدهد.

نکته‌ی بسیار مهم درباره‌ی این سه تمرین (مخصوصاً تمرین سوم)، افزایش سطح مهارت‌های شما در زمینه‌ی «گوش کردن واکنشی» به طرف مقابل و مخصوصاً به مشتری است. یک شنونده‌ی واکنشی بودن، بدین معناست که صحبت‌های گوینده را به طور واضح و کامل، فهمیده باشید. البته فهمیدن و درک کردن مشتری، فقط به این هدف نیست که مشتری احساس ارزشمندتر بودن بکند، بلکه باعث می‌شود که شما نیز به اطلاعاتی مجهز شوید که به واسطه‌ی آن، بتوانید بیمه‌ی پیشنهادی خود را با شرایط و نیازهای خاص و منحصر به فرد هر مشتری، بهتر منطبق کنید. انجام موفقیت‌آمیز این کار، یک موقعیت بُرد-بُرد هم برای شما و هم برای مشتریان شما قلمداد می‌شود.

بیمه‌گر و توانگر باشید...

حامد عسگری

[لینک منبع مقاله](#)