**Figyelmes érdeklődés – a kommunikáció alapja**

A figyelmes érdeklődés azt jelenti, hogy megengedem a partneremnek, hogy kifejtse a mondanivalóját. Nem vágok közbe, testbeszéddel sem jelzem neki, hogy legszívesebben közbe vágnék. A partner megbecsüli azokat, akik végig hallgatják. A hallgatásnak az a jutalma, hogy miután meghallgattam őt, én is kifejthetem a mondanivalómat. A partnerek nagy része nincs is ehhez hozzászokva, folyamatosan beszél, mindent elmond többször is, és szinte várja, hogy mikor vágok már közbe. Elmondja a mondanivalóját, majd azt gondolnám, hogy rendben van, most én következem, erre kiderül, hogy csak lélegzetvételnyi szünet volt, mert utána elmeséli ugyanazt, csak más szavakkal. Van, amikor még eztán sincs vége, lélegzetvételnyi szünet után harmadszor is végig kell hallgatni a témát. A válaszadás előtt meg kell győződni arról, hogy mindketten, a beszélő és a hallgató is ugyanazt értik az elmondottakon. Van úgy, hogy a hallgató, ha nem érti, amit hallott, nem kérdez vissza, hanem már tovább is lép a következő témára. A meg nem értés elutasítást vagy cinizmust eredményez, mindkettőt kerülni kell, mert a nem várt irányba tereli a megbeszélést. A cinizmus kifejezetten veszélyes paradigma váltás esetén. Az emberek között van, aki nem érti meg, hogy itt most rendszerváltozás zajlik, nem tud alkalmazkodni, és ellenállását cinizmussal juttatja érvényre. A figyelmes érdeklődés hiánya, valamint a cinizmus megjelenése a kommunikációban azt jelzi, hogy magyarázatra, vagy még inkább tréningre van szükség ahhoz, hogy a munkatársak megértsék, miről is van szó, és a cinizmust felválthassa az együttműködés vagy az elválás.

Amikor az a cél, hogy az igen tisztelt vevővel megértessük, hogy egyedüli helyes választása csak a mi termékünk lehet, elő kell vennünk ékesszólásunk legvégső tartalékait. Az értékesítési menedzserek mondabeli példaképe a róka, aki, miután rábeszélte a hollót, az ellágyult, és kiejtette a szájából a sajtot. Könnyen lehet, hogy csak sportból csinálta az egészet, mivel a sajt nem is kedvenc étele a rókának. A kommunikáció nem a jó termék, nem a jó koncepció helyett van, kommunikációval csak akkor lehet a vevőt meggyőzni, ha az ajánlatunk valóban közel áll ahhoz, amit a vevő problémája tökéletes megoldásának képzel. A vevői igényt tehát vegyük figyelembe, mielőtt teret engedünk a kommunikációnak. Ha már mindent megtettünk a sikeres termék érdekében, akkor jöhet a szöveg.

Az üzletféllel, különösen a vevővel, olyan tisztelettel, úgy kell beszélni, mint amikor valaki nagy szeretettel szólítja meg az édesanyját. Lehet ezt fokozni? …Mint amikor nagy szeretettel szólítja meg beteg édesanyját. A hangnem tekintetében talán ezt a tanácsot adhatnám a kezdő üzletembernek. Kezdjen ebben a hangnemben. A beszélgetés az üzleti viszonytól függően legtöbbször jó ismerősi kapcsolat felé mozdul el, és a két fél végül mindig megtalálja a közös hangot egymással. Nem minden ember képes arra, hogy megtalálja a hangot az üzleti partnerével. Van, akinek a neveltetése ezt nem teszi lehetővé, nem sikerül az elsőre, de nyugodjon meg, ez a készség is, mint majdnem minden az üzleti életben, ez is tanulható.