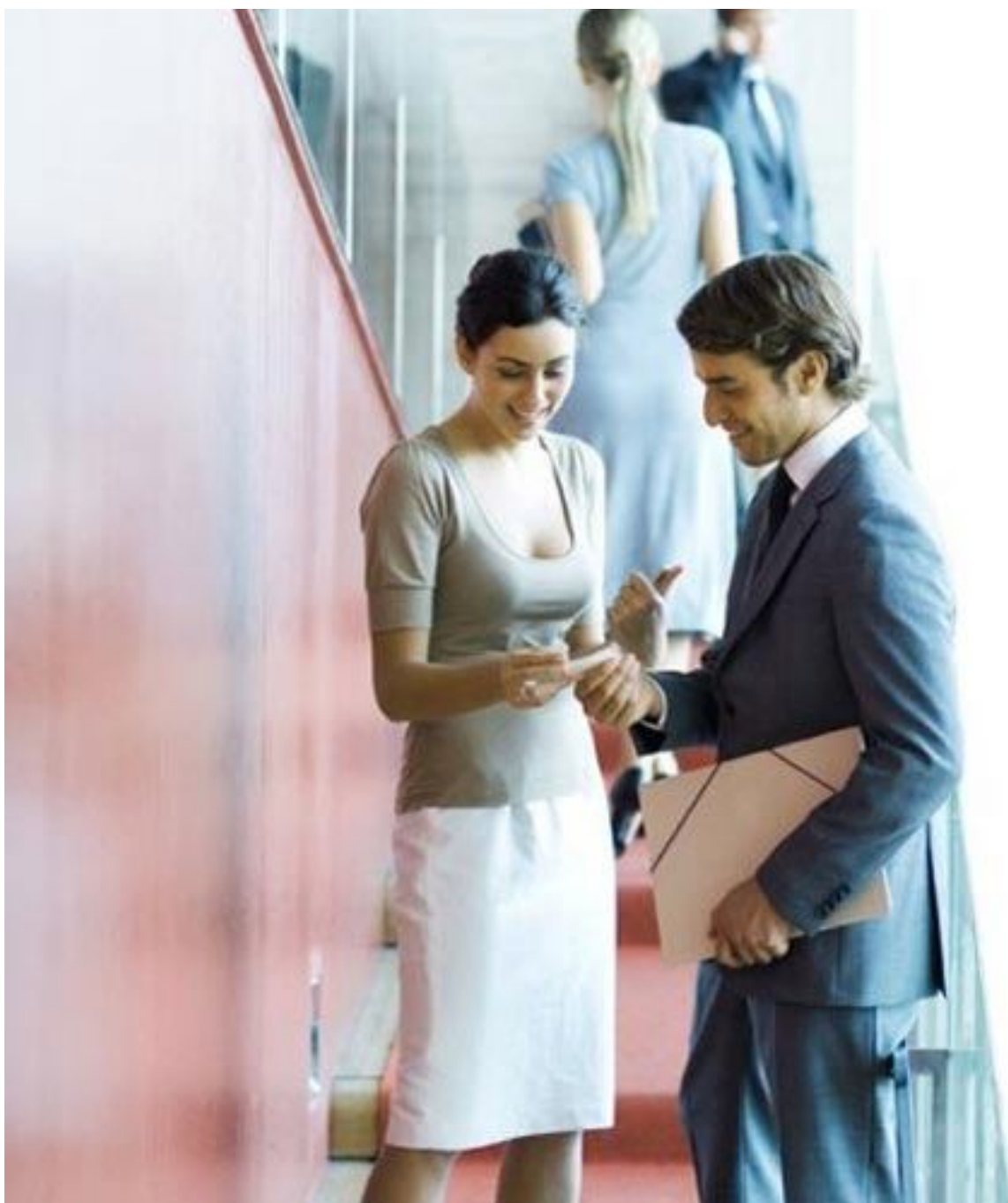


# **Những yếu tố phi ngôn ngữ trong giao tiếp với khách hàng**



Trong quá trình giao tiếp với khách hàng, ngoài lời nói ra còn yêu cầu phải sử dụng một số yếu tố ngoài ngôn ngữ để tác động tới sự giao lưu với khách hàng. Trong lúc giao lưu với khách hàng, những yếu tố này cần phải chú ý những lễ nghi gì, xin xem chi tiết sau đây.

Những hình thức của yếu tố ngoài ngôn ngữ trong giao tiếp chủ yếu bao gồm: Thái độ và tư thế, ra hiệu bằng tay, tầm nhìn, nét mặt và vị trí, cự ly giữa hai bên..v..v.Những hình thức biểu đạt này trong giao tiếp đều cần phải chú ý. Việc sử dụng ngôn ngữ không lời có khi có thể biểu đạt những ý muốn nói mà lời nói không thể tả hết được. Do đó, cũng có thể dễ hiểu hơn và mang lại hiệu quả bất ngờ hơn trong dịch vụ khách hàng.

### **Thái độ và tư thế**

Trong bất kì trường hợp nào, nhân viên marketing đều phải tỏ rõ thái độ thành thật, nhiệt tình, ung dung, đây là cơ sở để giao tiếp tốt với khách hàng, là tiền đề cơ bản để thể hiện sự tôn trọng khách hàng. Phải chú ý tránh 4 thái độ sau đây:

- Thái độ ngạo mạn, như thế sẽ làm tổn thương đến lòng tự trọng của khách hàng.
- Thái độ lúng túng sẽ làm cho khách hàng không dám tin tưởng.
- Thái độ lạnh lùng, sẽ làm cho khách hàng cảm thấy không thân thiện.
- Thái độ tùy tiện sẽ làm cho khách hàng không tôn trọng bạn.

Nhưng nếu chỉ có thái độ chính xác thôi vẫn chưa đầy đủ, nhân viên marketing còn phải luôn luôn chú ý đến cách ăn nói của mình, tiếp tục tạo ấn tượng tốt cho khách hàng để giúp bạn đạt được mục đích marketing.

Nhân viên marketing trong quá trình giao tiếp với khách hàng cũng nên đặc biệt chú ý tránh những tư thế sau đây:

- Không nên nhìn đi nơi khác, nhấp nhòm, đứng ngồi không yên, nhìn ngang nhìn dọc, tư tưởng không tập trung.

- Không nên ngáp ngắn ngáp dài.

- Không được gãi đầu gãi tai, bẻ ngón chân, tay.

- Không nên ngửa mặt lên trời, vênh vênh váo váo, không nhìn chăm chăm vào khách hàng, không nên nhìn vào khách hàng từ đầu tới chân.

Tuỳ theo khách hàng và từng trường hợp khác nhau, nhân viên marketing nên áp dụng những tư thế khác nhau. Nếu đối tượng là người có thanh thế, để tỏ rõ sự tôn trọng, nhân viên marketing nên ngồi thẳng và cúi người về phía trước một chút. Nếu khách hàng là người cùng lứa tuổi và có kinh nghiệm tương đương với bạn, bạn có thể ngồi thoải mái hơn để tạo cảm giác gần gũi với khách hàng. Nếu đối tượng đi cùng với vợ hoặc chồng, tốt nhất bạn nên lịch sự một chút để tỏ thái độ tôn trọng họ.

Với những trường hợp bình thường, trong giao tiếp với khách hàng, tư thế cần chính xác của nhân viên marketing là: tự nhiên, ung dung, ân cần, mắt nhìn thẳng vào khách hàng, hơi cúi người một chút và chủ động chào hỏi khách hàng. Trong thời gian giao tiếp, nếu có người mời thuốc, mời nước, nên đứng lên hoặc cúi người một chút nhận lấy để tỏ lòng cảm ơn.

**Tay**

Dùng tay ra hiệu là một động tác sử dụng nhiều nhất trong giao tiếp với khách hàng, nếu sử dụng thích đáng, sẽ làm cho những thông tin mà bạn muốn truyền đạt ra càng rõ ràng hơn. Ra hiệu bằng tay một cách thích đáng, sẽ có tác dụng nhấn mạnh về những nội dung mà bạn đang nói. Nhưng cũng cần chú ý không nên sử dụng quá nhiều sẽ tạo cảm giác khó chịu đối với khách hàng.

Sử dụng động tác ra hiệu bằng tay ít, nhiều và ý nghĩa kèm theo của nó tùy thuộc vào từng quốc gia khác nhau, dân tộc khác nhau và những khu vực khác nhau. Cho nên, trong quá trình khai thác thị trường marketing ở các nước khác nhau, các nơi khác nhau, biết ra hiệu bằng tay một cách thích đáng là một kỹ năng không thể thiếu của một nhân viên marketing.

### **Nét mặt**

Nét mặt bao gồm ánh mắt trong quá trình truyền đạt thông tin có tác dụng rất quan trọng. Đặc biệt là trong những cuộc giao lưu bằng tình cảm, tác dụng của nét mặt chiếm tỷ lệ rất lớn. Các nhà tâm lý phát hiện ra rằng, trong những cuộc giao lưu bằng tình cảm, truyền đạt thông tin cần có 12% ngôn ngữ cộng thêm 38% giọng nói và thêm 50% nét mặt, như vậy có thể thấy rõ được tính quan trọng của nét mặt. Cho nên, một nhân viên marketing nếu muốn truyền đạt tốt hơn những tư tưởng của mình, có thể sử dụng hợp lý các cử chỉ như đôi mắt, lông mày và đôi môi để giúp bạn đạt được mục đích.

Trong giao tiếp với khách hàng, thông thường việc sử dụng nhiều nhất và hiệu quả nhất là nét mặt tươi cười. Việc muốn cười hay không, biết cười hay không, là thể hiện năng lực của nhân viên marketing. Trong giao tiếp, cười và biết cười một cách thích đáng là biểu hiện của sự hài hước. Trong cuộc gặp lần đầu, nếu nhân viên marketing có những câu hài hước làm cho khách hàng vui vẻ, sẽ làm cho khách hàng thấy bạn dễ gần hơn. Đặc biệt là trong hoàn cảnh khó khăn, nếu bạn biết tự nói ra những câu nói hài hước, bạn sẽ có thể thoát khỏi hoàn cảnh

khó khăn một cách dễ dàng hơn. Nếu trường hợp khách hàng có sai lầm gì, một nụ cười, một câu nói hài hước cũng có thể giúp họ tránh khỏi sự bối rối.

### **Ánh mắt**

Trong lúc nói chuyện với khách hàng, ánh mắt chủ yếu có tác dụng tỏ ý tôn trọng, hữu hảo, quan tâm và tập trung.v..Trình hướng quan trọng, ánh mắt có thể làm nổi bật điểm quan trọng, đó cũng là biện pháp điều chỉnh khoảng cách tâm lý với khách hàng.

Trong giao tiếp với khách hàng, phải nhìn thẳng vào khách hàng, nếu không, người khác sẽ không cảm nhận được tính lịch sự của bạn, ánh mắt nhìn vào người khác phải tỏ rõ thiện ý, phải biết cách nhìn, nhìn vào chỗ nào cũng là điều cần lưu ý. Thông thường là nhìn vào đầu, chủ yếu là đôi mắt, phần giữa của cơ thể thông thường không nên nhìn, mà đặc biệt là phần dưới, bất kì là nam hay nữ, già hay trẻ, với người trên hoặc khách hàng, ánh mắt không nên nhún cúi xuống, nên nhìn thẳng thậm chí có lúc cần ngửa lên. Thời gian nhìn sang đối tượng cũng phải chú ý, theo một cách nói chuyên nghiệp, trong những cuộc giao lưu, thời gian nhìn vào khách hàng là khoảng 1/3 của tổngtg gặp gỡ khách hàng, lúc chào hỏi, nói chuyện và lúc chào tạm biệt đều phải nhìn vào khách hàng, còn những thời gian khác có thể tùy theo tình hình.

### **Im lặng**

Có khi sự im lặng mang tính chất tích cực, có khi sự im lặng còn hơn hẳn lời nói, nhưng có những sự im lặng mang tính chất tiêu cực, nó có thể tạo cho mọi người một bầu không khí khó chịu. Sự im lặng cũng là một công cụ có sức mạnh trong giao tiếp, cho nên, chúng ta cần phải hiểu biết về sự im lặng một cách chính xác và sử dụng nó một cách thoả đáng. Khi khách hàng phàn nàn về điều gì đó, sự im lặng không chỉ có thể cho họ biết rằng bạn đang lắng nghe, đồng thời trong khoảng thời gian đó, bạn cũng có thể suy nghĩ về cách giải quyết vấn đề.

Nếu khách hàng nói sản phẩm của đối thủ cạnh tranh tốt hơn mà bạn không chấp nhận thì bạn không nên phản đối ngay lời nói của khách hàng lúc này và cũng không nên nói xấu về đối thủ. Làm như vậy sẽ gây tổn thương tới tình cảm của khách hàng, đồng thời, làm xấu đi hình ảnh của bạn. Tốt nhất, bạn có thể giữ im lặng để bảo lưu ý kiến của mình.

Sự im lặng có ý nghĩa là tán đồng, lắng nghe và suy nghĩ; cũng có ý nghĩa là phản đối, mất hứng thú và không muốn nói, vì vậy, có lúc giữ im lặng là một hành động sáng suốt, nhưng cũng có thể là một hành vi tiêu cực, nó sẽ trở thành một trở ngại không thể vượt qua được. Vì vậy, người ta mới nói, trong giao tiếp với khách hàng, phải biết sử dụng sự im lặng một cách linh hoạt và thận trọng.

Trong giao tiếp với khách hàng, cần tránh 4 thái độ nào?

- Thái độ ngạo mạn, như thế sẽ làm tổn thương đến lòng tự trọng của khách hàng.
- Thái độ lúng túng, sẽ làm cho khách hàng cảm thấy bạn không đáng tin cậy.
- Thái độ lạnh lùng, sẽ làm cho khách hàng cảm thấy không thân thiện.
- Thái độ tùy tiện, sẽ làm cho khách hàng không tôn trọng bạn.