

# Waarom is aandacht geven zo moeilijk?

AANDACHT: WAAROM MAKKELIJK TE ONTVANGEN EN ZO MOEILIK TE GEVEN? HET LIJKT ZO VANZELFSPREKEND. U BENT MET UW KLANT IN GESPREK EN LUISTERT OPRECHT NAAR ZIJN VERHAAL, ZIJN WENSEN, ZIJN PROBLEMEN... OF BENT U WELLICHT TOCH MEER MET UW EIGEN ZAKEN BEZIG? LEES HOE AANDACHT HET VERSCHIL KAN MAKEN IN IEDERE VORM VAN COMMUNICATIE.

Tekst **BART STERK** Redactie **JAN-WILLEM SEIP**

Als je mensen vraagt: 'Wie is het belangrijkste in je leven?' krijg je vaak antwoorden als: mijn partner, mijn kinderen, mijn familie... Naar mijn mening zijn we echter zélf het belangrijkste! We hebben de plicht naar onszelf, ons gelukkig en gezond te houden. Een mens heeft tenslotte een oerinstinct naar lijfsbehoud.

## DIE 7 PROCENT

Na dit aspect echter, komt persoonlijk contact op een prominente plek in de piramide van Maslow. Niets is zo erg voor een mens als buitengesloten worden. Opmerkelijk is het dan ook te constateren, dat dit voor ons — wellicht — een van de moeilijkste zaken betreft. Misopvatting en onbegrip van de ander behoren tot de belangrijkste oorzaken van verdriet. Bijna alle oorlogen kwamen en komen hieruit voort. We zeggen het een en bedoelen soms het ander. Onze communicatie bestaat voor 55% uit non-verbale uitingen, voor 37% uit ons stemgedrag en slechts voor 7% uit woorden. En wellicht hebben we met deze zeven procent nog wel de meeste moeite. Kennen we de betekenis van woorden?

## Door het geven van aandacht creëert u vertrouwen

### WAT BETEKENT HET?

Ik heb eens opgezocht, wat van Dale's woordenboek schrijft over het woord 'aandacht'. Er staat: 'oplettendheid' en 'belangstelling'. Op zich al vaak niet makkelijk voor ons. Op Google heb ik nog eens wat verder gezocht op de woorden 'aandacht en luisteren'. Daar kwam ik de volgende quote tegen: "...*Echt luisteren, betekent dat we niet met onze eigen gedachten en behoeften bezig zijn, maar volledige aandacht hebben voor de gedachten en behoeften van de ander. Goed luisteren, betekent dat we zodanig geïnteresseerd zijn in de ander, dat we ons inleven in zijn denk- en ervaringswereld,*

*zonder oordeel. Echt luisteren, betekent de ander niet 'gebruiken' om onszelf te positioneren, maar juist om die ander de ruimte te geven. En dat is geen gemakkelijke opgave die ons van nature goed afgaat...*"

### WAT LUISTEREN DOET

Ik heb de quote een paar maal gelezen en realiseerde me, hoe weinig we dit doen. Hoe vaak hebben we een luisterend oor voor de ander? Waarom kunnen we vaak zo slecht datgene opbrengen, dat we als zo vanzelfsprekend van een ander vragen: oprechte interesse. We horen vaak wel, maar luisteren...? Er zijn zelfs hele beroepsgroepen die hun brood verdienen met luisteren. Als we iemand ontmoeten die — naar ons idee — naar ons luistert, zeggen we na afloop: 'Ik heb zo fijn met die persoon gepraat.' *Aandacht: waarom makkelijk te ontvangen en zo moeilijk te geven!?*

### INTERESSE?

Ik vraag wel aan toehoorders of trainingsdeelnemers of er een verschil is tussen 'oprechte interesse' en 'interesse'. Steevast krijg ik het antwoord, dat dit zo is. In mijn optiek zit hier absoluut geen verschil tussen; men is geïnteresseerd of men is het niet. Dit geeft echter wellicht wel aan dat we soms interesse veinzen. Wat gebeurt er bij ons als we dit voelen bij de ander? We haken dan vaak af; vinden dit vervelend; we zijn teleurgesteld.

### IK-GERICHT DENKEN

Er is een periode geweest, dat productgericht verkopen geen probleem was; in een tijdperk van grote groei en meer dan voldoende vraag. Deze situatie heeft zich gekeerd en in bijna alle markten is tegenwoordig sprake van meer aanbod dan vraag. Daarbij komt, dat veel producten en diensten steeds meer op elkaar zijn gaan lijken — in de ogen van de markt. Verkopers zullen dan ook de transitie dienen te maken naar klantgericht verkopen in denken en handelen.

Het blijkt dat deze manier van verkopen — verkopen



Bij oprechte interesse draait het om volledige aandacht voor uw gesprekspartner; dus mobieltjes uit.

door het creëren van toegevoegde waarde voor de ander – voor zo'n 80% van de verkopers een buitengewoon lastige zaak is. Zeker indien dit voort dient te komen uit de problematiek van de ander. Sales moet compleet gericht te zijn op de ander, en het eigen product of de eigen dienst op het tweede plan zetten. Ga er maar aanstaan, want er moet wel verkocht worden. Het 'Ik-gerichte' denken, drijft ons steeds weer in tegengestelde richting. Zeker indien de klant ons hiertoe aanzet. Hij of zij is daarnaast vaak niet eens anders gewend dan vanuit zijn 'Ik' te denken.

### **DIEPER IN JE ZIEL**

Stel dat het ons wel zou lukken om ons compleet op de ander te richten. We merken dan vaak direct sympathie bij de ander. Hij of zij is dan zelfs genegen ons dieper in de ziel te laten kijken, te onthullen wat hem of haar werkelijk bezighoudt. Dit komt door een vorm van 'persoonlijk vertrouwen' dat schijnt te ontstaan. 'Het voelt goed', zeggen we. Andersom blijkt dit ook bij ons zo te werken. We praten makkelijker en hebben het idee en gevoel dat we serieus worden genomen. Als we in een winkel komen waar de producten ons prima lijken, maar het personeel is niet klantgericht, gaan we er niet meer heen. Voor veel zaken hebben we zo onze 'adresjes', zeggen we. Het blijkt significant vaak zo te liggen, dat we éérst de contactpersoon aardig vinden, en daarna zijn zakelijke kwalificatie om te eindigen bij het bedrijf. Het is zelden andersom.

### **VERTROUWEN EN GUNNEN?**

Je zou denken dat elke accountmanager deze gevoelde ervaring dan direct 1-op-1 doortrekt naar het eigen werk en

handelen. Wonderbaarlijk genoeg is dit niet zo. Men komt wel op de woorden 'persoonlijk vertrouwen' en ook op het woord 'gunning'. Daarna zijn de meesten in staat ook uit te leggen wat men hier zelf bij ervaart. Men kan het vervolgens echter geen handen en voeten geven in de eigen communicatie met de ander.

In ons contact met een ander laten we ons immers vaak leiden door onze zintuigen, waarbij onze ogen wellicht de belangrijkste zijn. In een paar seconden hebben we iemand 'gescand' en vervolgens wordt deze persoon in een door ons gemaakt hokje gezet. De communicatie – en laat staan het echte, onbevooroordeeld luisteren – leggen we zo op voorhand al zowat 'dood'.

Aan de andere kant is leven met ons buikgevoel en op basis hiervan beslissingen nemen ook weer heel moeilijk. Dat heeft dan vaak weer te maken met onze comfortzone: we corrigeren ons weer met ons hoofd. Dit maakt ons mensen tot zeer complexe, maar interessante wezens!

### **BESEF**

Laten we de quote van het luisteren nog eens lezen en ons beseffen, hoe aangenaam het voelt als iemand echt naar je luistert. Het blijkt uit ervaring, dat bij eigen gedragshouding-aanpassing in communiceren en het echt gericht zijn op de ander, het communiceren veel plezieriger en makkelijker wordt. Voor de ander én uzelf! Onnodig te zeggen, dat dit ook voor zakelijk communiceren opgaat. Daarbij denken we uiteraard aan het gewenste commerciële resultaat. Succes met het praktiseren. ●

**BART STERK**

is trainer en coach bij SIS Training, en spreker

**Laat u niet leiden  
door vooroordelen**