



SVG. Водитель как объект имиджа, часть III

Успешная коммуникация с клиентами и госучреждениями

Новость: теперь наши буклеты доступны также на шести иностранных языках, см. информацию на обороте

Издатель



SVG Bundes-Zentralgenossenschaft
Straßenverkehr eG
Breitenbachstraße 1
60487 Frankfurt am Main
www.svg.de

Текст

Михаэль Хес (Michael Heß)

Дизайн

VKM • Verkehrssicherheit Konzept & Media GmbH
www.vkm-dvr.de

Консультационная поддержка

Андреас Куфель (Andreas Kuffel), Ули Лёп (Uli Löhr)

Иллюстрации

Хусто Гарсия Пулидо (Justo Garcia Pulido)

Фотографии, рисунки, графики

DVR, Fotolia, Мартин Мориц (Martin Moritz), Александр Нёпель (Alexander Nöpel, SVG), Scania CV AB, VKM, Герхард Цербес (Gerhard Zerbes)

Франкфурт, 2019 г.
Версия 1-2019

Имидж водителя	4
Коммуникация, такая сложная и интересная	5
Отношение к собеседнику	8
Больше спрашивайте, меньше говорите	10
Язык тела не менее важен, чем речь	12
Одежда делает человека	14
Моя машина принадлежит мне	15
Нарушители спокойствия в коммуникации	16
Успешное ведение переговоров	17
Вежливость за рубежом	18
Водитель как объект имиджа	19

Имидж водителя

Спросите трех людей, что они думают о водителях грузовиков и автобусов, и вы услышите три разных мнения. Родственник или друг водителя-ворчуна может сказать, например, что видит в нем свободолюбивого человека и настоящего мужчину. Водители спортивных автомобилей, которые могут доехать от Гамбурга до Мюнхена по полосе обгона, скажут, что водители грузовиков — дорожные хулиганы, которым чужда вежливость. Поклонники рок-исполнителей будут утверждать, что все водители грузовиков слушают кантри и не имеют представления о хорошей музыке. То же самое скажут и о водителях автобусов: будто они постоянно блокируют полосу обгона на трассе и переутомляются, отправляясь в дальние рейсы на автобусах, которые для этого не годятся. Какими бы разными ни были эти оценки, каждый человек считает, что знает, какие водители грузовиков и автобусов в действительности.

Имидж совокупности людей одной профессии складывается из мнений и предрассудков, формирующихся на основе собственного опыта, рассказов и репортажей в СМИ. Эти образы относительно устойчивы, как можно судить по общественному мнению о других профессиях: врачи кажутся людям заносчивыми, профессора рассеянными, а госслужащие ленивыми. И хотя такие характеристики справедливы далеко не всегда, каждый человек полагает, что знает как минимум один хороший пример, подтверждающий сложившийся стереотип.

У компаний тоже есть имидж. Он складывается из ее достижений, качества продуктов, поведения и внешнего вида сотрудников.

На имидж также влияют такие аспекты, как вежливость или грубость, соблюдение или несоблюдение правил предприятия, требований относительно использования защитной одежды и обеспечения безопасности машины. Стилль вождения тоже важен, потому что на грузовиках и автобусах, как правило, присутствует логотип компании. Если в определенном регионе станет известно, что водители одной транспортно-экспедиционной компании ездят слишком быстро, тем самым создавая опасность для переходящих дорогу школьников, а на автомагистралях часто движутся со скоростью 95 км/ч по полосе обгона, это может нанести ущерб компании. Из-за этого некоторые люди могут потерять работу.

Таким образом, вы как водитель грузового автомобиля несете частичку ответственности за имидж людей своей профессии в целом. А ваша доля ответственности за имидж компании, в которой вы работаете, несоизмеримо выше. Вы можете поддерживать имидж своей компании и профессии как человек, личность и индивидуум. Но как?

Коммуникация, такая сложная и интересная



Представьте себе такую ситуацию: простояв долгое время в пробке на автомагистрали, вы подъезжаете к платформе для разгрузки на предприятии клиента. Заведующий складом подходит к вам и говорит:

**Я жду вас
уже полчаса!**

Как бы вы отреагировали? Выберите один ответ:

- ☐ «Верно, я опоздал на 30 минут».
- ☐ «Быстрее не получилось».
- ☐ «А сейчас разгрузить машину вы уже не можете?»
- ☐ «Обычно я всегда приезжаю вовремя».
- ☐ «Делайте свою работу и позвольте мне делать мою».
- ☐ «В следующий раз я перезвоню вам, если попаду в пробку».

Вы нашли подходящий ответ? Или вы считаете, что нельзя использовать один и тот же ответ независимо от ситуации?

Верно. Нужно знать больше, чтобы лучше понять ситуацию. Как обратился к вам заведующий складом? Он накричал на вас? Он был недоволен, очень зол или спокоен? В его взгляде чувствовалась угроза или он улыбался? Он подошел к вам вплотную и при этом размахивал руками? Его слова прозвучали иронично или искренне? Это все, что касается заведующего складом.

Но ваша роль не менее важна. Вы очень пунктуальный водитель, и этот вопрос показался вам несправедливым? Вы спокойно реагируете на сложившуюся ситуацию или раздражены и недовольны тем, как все сложилось? Заведующий складом симпатичен вам, потому что всегда был порядочным, или вам совершенно не нравится его поведение? Вы скорее мирный человек или склонны к открытому разрешению конфликтов?

Все это важные и иногда решающие аспекты, которые могут повлиять на коммуникацию, то есть на то, как люди понимают друг друга.

Модель коммуникации несколько проясняет ситуацию. В соответствии с ней каждая форма коммуникации содержит четыре разных сообщения:

Предметное высказывание:

говорящий сообщает информацию, факты, данные или числа, которые для него важны. В нашем примере: **«Вы опоздали на 30 минут».**

Я-высказывание:

говорящий сообщает что-то о самом себе. Таковы мои ощущения, так я думаю. В нашем примере: **«Я рассержен»** или **«Я уже не могу принять товар».**



Высказывание-призыв:

говорящий хочет оказать влияние на собеседника явно или неявно: делай то или это, не делай этого! В нашем случае: **«В следующий раз будьте пунктуальными!»** или **«В следующий раз позвоните!»**

Ты-высказывание, или высказывание, выражающее отношение:

говорящий дает понять, что он думает о своем собеседнике, какими он видит отношения между собой и собеседником. В нашем примере: **«Вы ненадежный человек».**

Каждое высказывание содержит эти четыре сообщения. В большинстве случаев можно понять, какое из сообщений является наиболее важным для говорящего. Как вы считаете, что было важнее всего для заведующего складом из нашего примера? Он действительно хотел обратить ваше внимание на то, что вы опоздали на 30 минут? Вряд ли. Может, он хотел выпустить пар и дать вам понять: он рассержен из-за того, что уже не может принять груз. Или хотел тем самым попросить вас в дальнейшем приезжать вовремя и звонить, если доставку не получается выполнить в срок. Или

сказать на уровне отношений, что считает вас ненадежным (ленивым, непунктуальным, невежливым).

Люди всегда говорят, используя «четыре рта», а мы слушаем «четырьмя ушами». Из-за этого процесс межличностного общения очень чувствителен к любым помехам и богат недоразумениями, но в то же время очень увлекателен и интересен.

Итак, каким «ухом» вы услышали сказанные слова и какой ответ вы выбрали (стр. 5)?

Предметный уровень:
«Верно, я опоздал на 30 минут».

Уровень «Я»:
«А сейчас разгрузить машину вы уже не можете?»

Уровень призыва:
«В следующий раз я перезвоню вам, если попаду в пробку».



Уровень «Ты», или уровень отношения:
«Быстрее не получилось».
«Обычно я всегда приезжаю вовремя».
«Делайте свою работу и позвольте мне делать мою».

Отношение к собеседнику

То, что обычно осложняет общение, меньше относится к предметному уровню. Если кто-то опаздывает на 30 или 25 минут, ссориться по этому поводу нет смысла. Ситуация становится более проблематичной, когда один человек вызывает у другого ощущение, что тот недостаточно хорошо выполняет свою работу или даже унижает его как личность.

Когда люди дружелюбны и вежливы либо агрессивны и грубы, это часто выражает их

отношение друг к другу. Чтобы лучше объяснить такое отношение, прекрасно подойдет изображение айсберга. Лишь около десятой части от общей массы льда находится над поверхностью воды. Это и есть **предметный уровень**. Отправитель (А) должен говорить просто, чтобы его понимали. Получатель (В) должен прилагать усилия и слушать, чтобы понимать собеседника. Он должен задавать вопросы, если чего-то не улавливает.



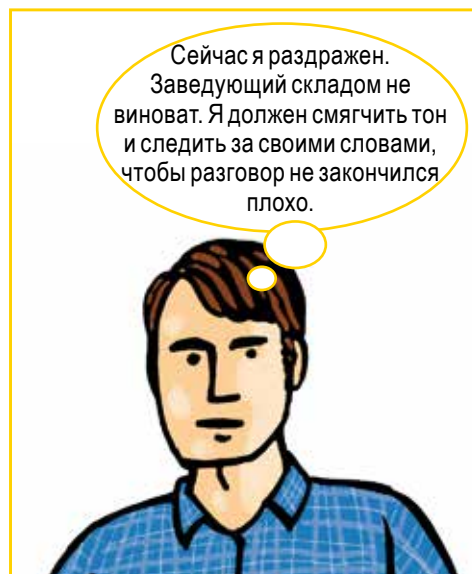
С сообщениями, смысл которых не очевиден, ситуация сложнее. Они скрыты под поверхностью воды, но дают такой же эффект, как предметные. Тут речь идет о нашем **отношении** друг к другу.

По **языку тела** мы часто определяем, как кто-то относится к нам. Жесты и мимика очень тесно связаны с нашими чувствами. Независимо от того, осознанно мы их воспринимаем или нет, когда мы обмениваемся высказываниями, они всегда содержат информацию об отношении. Говорящий может относиться к собеседнику вежливо и дружелюбно или грубо, пытаясь унижить его. Это отражается в сказанном, в тоне и в языке тела. Но результат разговора также отчасти зависит от того, кто слушает. Он может поддерживать зрительный контакт, вести себя спокойно и уверенно, улыбаться или кивать, чтобы показать, что слушает, и т. д. Он может попытаться поставить себя на место собеседника и понять, как тот себя чувствует: расстроен, обижен, разозлен или растерян. Человек, умеющий слушать, не игнорирует эти сигналы и пытается прояснить ситуацию на правильном уровне: то на предметном, задавая вопросы, то на уровне отношения, показывая отправителю сообщения, что он понимает его чувства.

Наши **чувства** играют в коммуникации важную роль. Давайте продолжим рассматривать пример с заведующим складом и вашим опозданием. Представьте себе, что у вас и вашей семьи дела идут хорошо, ваша любимая футбольная команда выиграла матч и приближаются выходные. И тут к вам подходит заведующий складом и выражает свое недовольство вашим опозданием. Наверное, для вас это не было бы проблемой, правда?

А теперь подумайте, как бы вы отреагировали, если бы кто-то из ваших близких был болен, если бы вы были сильно рассержены на своего начальника и полны гнева в момент разговора, да еще и терпеть не могли заведующего складом много лет? Тогда все сложнее. Тогда от вас зависит, будет ли разговор дружелюбным и откровенным.

И это обязательно получится, если вы сможете подумать о самом себе, например:



Больше спрашивайте, меньше говорите

Иногда полезнее спрашивать, чем говорить. С помощью вопросов вы можете определить, что на самом деле важно для собеседника, в чем именно состоит проблема и, возможно, как ее можно решить. Однако большинство людей не спрашивают, а охотнее говорят.

Почему же вопросы так важны?

- Каждый адекватный вопрос показывает ваше уважение к собеседнику: он чувствует, что вы серьезно относитесь к его словам.
- Позиция говорящего определяется не сразу: он может принять во внимание чувства собеседника, понять, к чему тот восприимчив, и избежать возникновения ситуации, в которой собеседник занимает оборонительную позицию.
- Так можно избежать создания напряженной атмосферы (обмена колкостями).

Продолжим работать над нашим примером. Используя так называемый открытый вопрос (начинающийся с вопросительного слова), вы можете узнать, почему заведующий складом обратил ваше внимание на опоздание: «Вы недовольны. **Как** мне поступать в будущем, если я попаду в пробку и не смогу доставить груз вовремя?» или (если осмелитесь): «**Почему** вы недовольны?». Открытый вопрос не принуждает заведующего складом к определенному ответу и оставляет ему свободу выбора. Можно получить относительно много информации.

Разумеется, тогда заведующий складом может выплеснуть весь свой гнев, однако он скажет правду и не станет ходить вокруг да около, указывая на опоздание в полчаса. Возможно, он объяснит свое недовольство тем, что разгрузить товар не получится. Или считает вас ненадежным и непунктуальным. Тогда вы узнаете, в чем дело.

Закрытые вопросы могут начинаться со слов «Вы не будете против...?», «Вы считаете...?» и т. п., например: «Вы не будете против, если я буду звонить вам, если попаду в пробку?». Такие вопросы делают разговор коротким и натянутым. Можно получить меньше информации, и ответ часто может состоять из одного слова: да или нет.

Однако есть и вопросы, которые неуместны. Например, такие, которые выводят собеседника из равновесия и звучат унижительно:

- «У вас не все в порядке с головой?»
- «Вы считаете, что я волшебник?»
- «Мне что, на крыльях надо было прилететь?»
- «Вы это серьезно?»



Two 3D white figures are standing on a light gray shadowed ground. The figure on the left is facing the figure on the right, with its arms slightly outstretched. The figure on the right is facing the figure on the left, with its right hand raised to its forehead in a thinking pose. Above the left figure is a yellow speech bubble containing Russian text. Above the right figure is a yellow thought bubble containing Russian text.

Как? Что?
Почему? Кто?
Где?

Хороший
вопрос

Язык тела не менее важен, чем речь

Когда люди встречаются, у каждого из них моментально складывается впечатление друг о друге. Предположим, новый клиент предъявляет претензии относительно полученного груза. Это ваша первая беседа с ним. Вы обращаете внимание:

- на его позу (когда он идет и стоит, он выглядит уверенным в себе или неуверенным?);
- на его мимику (он смотрит на вас недовольно или дружелюбно?);
- на его жесты (он размахивает руками или держит их в карманах брюк?);
- на его одежду (на нем пиджак и галстук или грязная спецовка?);
- на его внешний вид (у него модная или скорее обычная прическа? У него есть татуировки или пирсинг? У него есть украшения или борода?).

Когда клиент говорит, вы замечаете темп и громкость его речи, тембр голоса, обращаете внимание на чистоту речи или диалектизмы, замечаете, что он говорит серьезно, а что с иронией.

Когда он говорит «Не хватает половины от всего объема!», у вас уже сложился его образ на уров-

не отношений: на основе наблюдений за языком его тела.

Тот, кто воспринимает и понимает такие сигналы, лучше понимает ситуацию со стороны собеседника.

Но будьте осторожны! Подобные сигналы часто неоднозначны, и их можно интерпретировать неправильно. Стеснительных людей часто воспринимают как заносчивых. Улыбка может быть высокомерной или застенчивой. Ладонь, сжатая в кулак, может означать не только агрессию, но и напряжение. Нет законов, определяющих язык тела, есть лишь определенные закономерности.

Однако некоторые принципы действуют всегда. Оживленное, искреннее выражение лица позволяет установить положительные отношения с собеседником. Неподвижное, бесстрастное лицо вызывает недоверие и заставляет проявлять сдержанность. Если человек поддерживает зрительный контакт с вами или утверждающе кивает головой, то он слушает вас внимательно. А тот, кто стоит на месте спокойно и уверенно, подает собеседнику сигнал: «Я знаю, чего хочу, и готов защищать свои интересы».





Одежда делает человека



Когда у нас формируется первое впечатление о человеке и его образ, мы также обращаем внимание на его одежду. Если на нем майка или грязная футболка, то он получает плохую оценку, не сказав ни единого слова. Поэтому если вам приходится выполнять работу, от которой вы сильно потеете, стоит возить с собой сменную одежду. Защитная обувь позволяет избежать травм и ушибов; носящий ее человек выглядит более благонадежным. Правильно подобранные перчатки также защищают от травм, в них удобнее переносить товары и работать с инструментами.



На многих предприятиях есть четкие требования относительно одежды водителей. Они обусловлены желанием создать определенный имидж. Поэтому вы должны соблюдать эти требования и подбирать одежду, не только отвечающую требованиям, но и соответствующую времени года. Но даже если на вашем предприятии нет таких требований, помните, что, в частности, у людей старшего возраста опрятность и аккуратность ассоциируются с серьезностью и благонадежностью.

Моя машина принадлежит мне



Внешний вид вашего автомобиля также создает у людей впечатление. Важно все: соответствует ли автомобиль требованиям законодательства, чистый он или грязный, опрятно ли выглядит кабина, правильно ли закреплен груз, есть ли на ветровом стекле в поле зрения украшения, которые только усложняют обзор проезжей части.

Наряду с языком тела и одеждой автомобиль часто может сказать о водителе больше, чем он сам.

Автомобиль — это визитная карточка компании. В ухоженном и чистом автобусе пассажиры чувствуют, что о них заботятся. Как водитель вы можете поспособствовать тому, чтобы это впечатление сохранялось. Следите, чтобы пассажиры бросали мусор только в предусмотренные для этого урны, и помните, что урны нужно своевременно опорожнять. Поддерживайте порядок на месте водителя и храните личные вещи в соответствующих вещевых отделениях. Сообщайте ответственным сотрудникам о выходе оборудования из строя или об актах вандализма, чтобы можно было устранить последствия как можно скорее.



Нарушители спокойствия в коммуникации

Общение проходит лучше, если между собеседниками налаживаются хорошие отношения, их будто связывает невидимая нить. Нарушения коммуникации могут быть обусловлены следующими аспектами (в таком случае решение часто состоит в том, чтобы восстановить нарушенные отношения, прежде чем продолжать работу на предметном уровне):

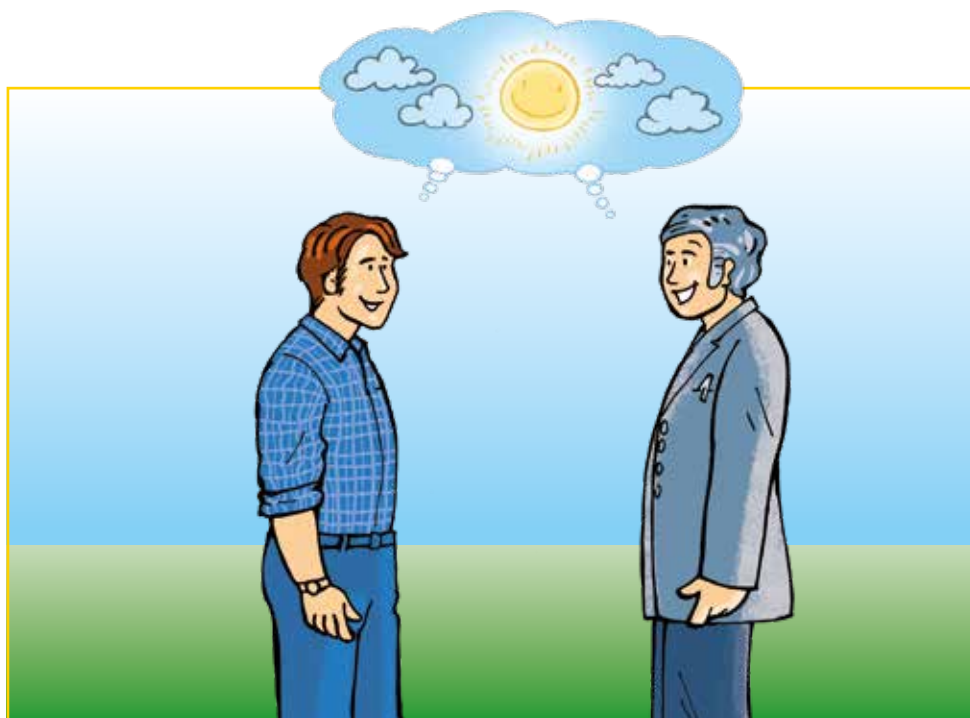
- Собеседник невнимателен, не сконцентрирован, отвлечен из-за шума, стресса или угнетающих его эмоций.
- У него есть заранее составленное мнение и предрассудки.

- Не получается найти общий язык из-за разницы в возрасте, отличий в менталитете и характере, разного образования, образа жизни и несовпадающих представлений о ценностях.
- Во время разговора у вас складывается впечатление, что вы безразличны собеседнику. То, что вы говорите, его не интересует.
- Собеседник не может поставить себя на ваше место и не умеет слушать.
- Собеседник смотрит на других сверху вниз, он заносчив, ведет себя холодно и отталкивающе.



Успешное ведение переговоров

- 1__ Будьте хорошим слушателем. Устанавливайте зрительный контакт. Сконцентрируйтесь на собеседнике. Показывайте, что вы внимательно слушаете: кивайте и улыбайтесь. Спокойно выдерживайте паузы. Слушая, старайтесь как можно лучше понять говорящего.
- 2__ Будьте открыты к новым точкам зрения.
- 3__ Показывайте, что понимаете чувства вашего собеседника, не игнорируйте их.
- 4__ Выясняйте суть проблемы на предметном уровне. В случае неясностей задавайте вопросы.
Если вы не уверены, что все поняли правильно, сформулируйте мысль своими словами. При необходимости подводите итоги.
- 5__ Выясняйте суть проблемы на уровне отношений. Обращайте внимание на жесты и мимику собеседника. Задавайте собеседнику вопросы, касающиеся его эмоций, если чувствуете, что эти эмоции каким-то образом затрудняют разговор.



Вежливость за рубежом

Никому не хочется попасть в неловкую ситуацию. За рубежом такое возможно на каждом шагу. Поэтому стоит заранее узнать об обычаях страны и уже по месту внимательно наблюдать за поведением других людей и их реакцией на ваше поведение. Приводим небольшую подборку таких нюансов.

Страны Бенилюкса и Великобритания. Тут люди не придают особого значения телесному контакту, поэтому собеседники обычно становятся на расстоянии минимум в один метр друг от друга.

Франция. В приветствие тут всегда включают слова «мадам», «месье» или «мадемуазель», а также по возможности добавляют имя человека, которого приветствуют.

Греция. Во время разговора особенно важен зрительный контакт. Греки часто кивают, отрицая что-либо, и покачивают головой, давая утвердительный ответ. В знак приветствия подаю руку. Но также могут дружелюбно похлопать собеседника по плечу.

Италия. Итальянцы активно жестикулируют во время разговора и говорят громко. Это не следует воспринимать как проявление агрессии. Паузы в разговоре итальянцам скорее неприятны. При встрече принято пожимать друг другу руки. Хорошо знакомого человека могут поцеловать в щеку или обнять.

Португалия. Во время приветствия часто говорят: «Добрый день. Как дела?» В качестве ответа достаточно сказать: «Спасибо, хорошо». Больше ничего не нужно.

Россия. Хозяин может обидеться, если отказаться от его гостеприимного предложения. Вежливая форма — «вы», а не «ты». Поскольку улыбка воспринимается как проявление легкомысленности, во время переговоров в России улыбаются редко, что не является признаком проявления недружелюбия.

Скандинавские страны. Небольшие паузы в разговорах воспринимаются нормально. Собеседники пользуются ими, чтобы подумать. В странах Скандинавии от собеседника нужно стоять как минимум на расстоянии вытянутой руки.

Испания. Испанцы активно жестикулируют во время разговора. Пунктуальность считается необязательной, когда речь идет о приватном приглашении. Чрезмерная пунктуальность может даже смутить хозяина.

Турция. В качестве приветствия принято рукопожатие, однако по возможности не следует смотреть женщинам в глаза. Любого другого контакта следует избегать. Когда кто-то входит в помещение, следует вставать. Если вы не будете поддерживать зрительный контакт с собеседником, он посчитает это невежливым. Критичные замечания делать скорее не принято. Спешка и нетерпение считаются бестактностью. Резкий ответ «НЕТ» на пожелание считается невежливым. Ответ «НЕТ» принято заменять вежливыми отговорками. Прежде чем сделать фото, особенно в сельской местности, нужно обязательно спросить разрешения у людей, которые будут на снимке.

Водитель как объект имиджа

Как минимум сейчас вы, возможно, подумаете, что вам нужно кардинально изменить свою жизнь, говорить иначе, следить за языком своего тела или стать другим, лучшим человеком. В этом нет необходимости. Однако все же стоит немного подумать о себе и задать такие вопросы:

- Как я действую на собеседников? Положительно? Нервирую их? Создаю проблемы?
- Как я реагирую в критичных ситуациях? Я напряжен и агрессивен? Или дружелюбен и вежлив?
- Как я справляюсь с мучающими меня чувствами? Могу ли я совладать с собой, когда расстроен или рассержен?
- Какое впечатление у собеседников создают моя одежда и мой автомобиль?

Тот, кто может думать о себе в таком ключе, уже сделал первый и самый важный шаг к тому, чтобы адекватно реагировать в сложных ситуациях. Положительный подход обязательно положительно скажется на вашем имидже как водителя, на имидже вашего предприятия и имидже всей отрасли. В конце концов, это также принесет пользу вашим отношениям с друзьями, коллегами, начальством, клиентами и семьей.

Желаем вам успехов!



Региональные центры — сеть по всей стране



- Румынский
- Польский
- Турецкий
- Болгарский
- Русский
- Чешский