

## למד כל העת את הצד שכנגד – ותרואיח תמיד

"סימה רנטגן" – כך קראו לסימה ממחלקת שחרור רכבים. היא עבדה במחלקת שירות בחברה גדולה ליבוא מכוניות ונחשבה לנכס אמיתי. ההערכה אליה הייתה גבוהה, מפני שידעה "לקרוא" את הלקוחות, כשם שמכונת רנטגן יוצר שיקוף של גוף האדם. בתחילה לעגו כולם למומחיות זו של סימה. היא הייתה מתבוננת בפניו של הלקוח ובגופו, שמה לב לאופן דיבורו, ואז הייתה פוסקת בנחרצות, למשל: "לקוח לא אמין, לא הייתי נותנת לו תשלומים בצ'קים, מפני שאי-אפשר לסמוך עליו". איש לא התייחס אז ברצינות ל"השערות" מהסוג הזה, שכן לחברה הייתה מדיניות ברורה: למי כן נותנים אשראי, ולמי לא. אבל סימה בשלה: חורצת פה, פוסקת שם, והנה – הפלא ופלא: נבואותיה התקיימו כמעט כולן אחת לאחת, כלומר: לקוחות שסימה הגדירה כבעייתיים אכן התגלו ככאלו. כששמע מנהל שירות הלקוחות על סימה זו, קרא לה למשרדו וביקש כי תסביר לו את פשר העניין. התברר לו כי סימה עבדה כאחות בחדר מיון במשך שנים רבות, וכך למדה "לאבחן" אנשים במהירות. "לא יכולתי להצליח בדרך אחרת", היא הוסיפה. למזלה של החברה היה מנהל השירות איש עם "ראש פתוח". הוא דווקא הבין מה התועלת שעשויה לצמוח לכל הצדדים, אם יפעל נכון. לכן שאל את סימה אם תרצה לעבור למחלקת המכירות של החברה, ושמח לשמוע את תשובתה החיובית. סימה עברה למחלקת המכירות, המשיכה להשתמש ביכולותיה המיוחדות לזהות את הלקוחות השונים. כיום, שלוש שנים לאחר תחילת עבודתה שם, שומרת סימה על שיא המכירות החודשי בחברה.

## ויש גם מסקנות

זכרו: לקוחות מפזרים כל העת "רמזים", המאפשרים להבין את הכוונות האמיתיים שלהם.

ניתן לאסוף מידע על לקוח מרמזים סביבתיים, כמו אופן דיבור, צורת לבוש וצורת ישיבה; ומעשרות רמזים סביבתיים נוספים.

התאמנו לזהות רמזים נוספים, הקיימים בכל דיאלוג מול לקוחות, כמו: שפת הגוף, מימיקה (הבעות הפנים של הלקוח), אינטונציה (אופן הטעמת הדיבור) ורמזים אחרים.

ניתן לפתח את היכולות לזהות לקוח, כשם שמפתחים יכולות אחרות.