



Jarco Penning

# Autobiografisch luisteren

**S**oms hoor je een term waar je grote herkenning in ervaart. Zo was ik onlangs uitgenodigd op een borrel en raakte ik in gesprek met een dame die actief is in training en development. We kwamen op het onderwerp luisteren. En hoe makkelijk dat ook lijkt, wij concludeerden dat er in de dagelijkse salespraktijk nog veel valt te winnen.

## L.S.D.

Een veelgebruikt model in sales- en communicatietraining is L.S.D., wat in bijna iedere groep wel zorgt voor wat rumoer onder de deelnemers. Dat geef ik dan wat ruimte, om vervolgens aan de communicatieve betekenis van de afkorting aandacht te schenken. Dus geen *Lysergsäure-diäthylamid* maar 'Luisteren, Samenvatten en Doorvragen'. Een heel eenvoudig en erg goed toepasbaar model.

Terug naar de borrel. De ene anekdote na de andere volgde over situaties waarin het begrip luisteren een bijzondere betekenis kreeg. Erg gelachen! Het meest opvallende voorbeeld was ongeveer dit: Stel, je bent gesprek met iemand en diegene stelt een vraag over een specifiek onderwerp. Bijvoorbeeld: "Wat doe je precies voor werk?"

## Ego centraal

Je voelt je gezien en gehoord! Want er wordt een vraag aan je gesteld. Wat een prettige gesprekspartner, voel je. Punten scoren. Maar zodra je maar een halve zin hebt uitgesproken grijpt je gesprekspartner jouw opmerking aan om zijn eigen egocentrische verhaal af te steken. Liefst zonder pauzes, zodat je na tien minuten murw geslagen bedenkt: 'Zo, die zendmast is zijn ei kwijt. En ik ben toe aan extra borrel.'

## ABL

Voor dit fenomeen is een mooie term in het leven geroepen: autobiografisch luisteren (ABL). Dit vind ik mooi: het beestje bij zijn naam noemen. De autobiografische luisteraar stelt dus vragen om het antwoord aan te grijpen om zijn eigen *verbal diarrhea* over je uit te storten. Het probleem wordt nog erger.

## Rood gedrag

Als we kijken naar voorkeursgedrag onder verkopers gebruik ik vaak het bekende kleurenmodel (rood, geel, groen en blauw gedrag) van *personalcolor*. De meeste mensen hebben twee dominante kleuren, en bij verkopers zie je vaak dat rode energie er in ieder geval bij zit. Logisch, want het rode kwadrant bevat resultaatgerichtheid. Het 'ik' staat daarbij centraal. Dit gedrag helpt een verkoper enorm om focus te houden op het resultaat. Maar de klant echter wil zich gezien, gehoord en begrepen voelen vanuit zijn waardepatroon, referentiekader en voorkeuren. En dan is autobiografisch luisteren *killling* voor succes.

Waarschijnlijk heb je nu al een aantal mensen voor ogen waar je deze term bij herkent, maar wacht... Voordat je hem/haar de waarheid gaat vertellen in de volgende *smarketing-meeting*, vraag eens in je directe omgeving of jij zelf lijdt aan ABL.

En dan natuurlijk goed luisteren.

*Jarco Penning is oprichter van De Sales Coach, opleider in Social Selling Reageren? [jarco@desalescoach.eu](mailto:jarco@desalescoach.eu)*