

Министерство образования Белгородской области  
Областное государственное автономное профессиональное образовательное  
учреждение

«Белгородский политехнический колледж»



УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК И ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ В  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

для специальностей: 23.01.17 «Мастер по ремонту и обслуживанию автомобилей», 23.02.07.«Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем и агрегатов автомобилей», 23.02.05.Эксплуатация транспортного электрооборудования и автоматики (по видам транспорта, за исключением водного) с практическими тестовыми заданиями

Пособие рассмотрено на заседании ПЦК дисциплин гуманитарного цикла

Протокол № 3 от « 26 » ноября 2025 г.

Председатель ПЦК А.А. Алампица А.А. Алампица

Утверждено редакционно-издательским советом

Протокол № 1 от « 17 » декабря 2025 г.

Председатель РИС С.А. Маслова С.А. Маслова

Разработчики:

**Жилинская Наталья Николаевна**, преподаватель русского языка и литературы \_\_\_\_\_ **Н.Н. Жилинская**

**Кононова Анастасия Витальевна**, методист \_\_\_\_\_ **А.В. Кононова**

## Пояснительная записка

Учебное пособие предназначено для студентов 1-4 курса специальности 23.01.17 «Мастер по ремонту и обслуживанию автомобилей», 23.02.07.«Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем и агрегатов автомобилей», 23.02.05.Эксплуатация транспортного электрооборудования и автоматики (по видам транспорта, за исключением водного) и разработано в соответствии с требованиями ФГОС среднего профессионального образования.

**Цель** настоящего пособия - создание условий повышение уровня коммуникативной компетентности студентов, что способствует стимулированию социального развития и личностного роста.

Данное пособие позволяет решать следующие **задачи** на уроках русского языка и психологии общения в профессиональной деятельности:

1. Формировать систему базовых понятий в области психологии общения;
2. Способствовать развитию навыков эффективного общения;
3. Совершенствовать умения адекватно выражать свои чувства и понимать выражение чувств других людей, а также способности к рефлексии;
4. Углубить мотивацию для дальнейшего саморазвития обучающихся.

Учебное пособие обосновывает необходимость клиентоориентированного подхода при оказании автосервисных услуг и представляет собой изложение основ и закономерностей построения эффективной коммуникации. В нем рассматриваются основные принципы психологии общения в построении эффективной системы автосервиса. В предлагаемом учебном пособии рассматривается проблема общения с разных сторон, с выделением наиболее значимых, а также аспекты, помогающие понять не только, что собой представляет общение как психологическая категория, но и возможность определения наиболее эффективных путей, способов, приемов его развития и формирования.

В связи с требованиями стандарта, целью данного пособия является вооружение студентов теоретическими знаниями по психологии общения, организация их самостоятельной работы по изучению предмета, с тем, чтобы создать условия для овладения студентами компетенциями в области общения, являющегося инструментом эффективной социализации личности в процессе профессионального и гражданского становления.

Материалы, представленные в пособии, могут использоваться как в ходе самостоятельной работы студентов, так и на практических занятиях с преподавателем

## СОДЕРЖАНИЕ

1 . Введение .....	4
2. Принципы построения эффективной системы автосервиса.....	5
3. Психологические приемы в общении в клиентом.....	8
4. Список используемой литературы.....	15
5. Приложения.....	16

## ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день сам по себе автосервис рассматривают исключительно в широком смысле как инфраструктуру автотранспорта, а если брать в узком, то это система поддержания и восстановления работоспособности автомобиля на протяжении жизненного цикла.

В чем же заключается эффективность системы сервиса, который занимается обеспечением и доведением услуг до потребителя. Это прежде всего – это организация послепродажного обслуживания за весь период эксплуатации автомобиля. Это, по сути, является главным направлением комплексной системы клиентоориентированности. Преимуществом конкуренции считается определенный уровень обслуживания клиентов и потребителей данной услуги при одновременном снижении затрат на его обеспечение. За последние годы отмечается тенденция поиска эффективности новых форм функционирования автосервиса в связи с выросшей конкуренцией, поскольку это не дань моде, а основное направление создания конкурентных преимуществ.

Мы считаем, что лояльными клиентов делает не только реклама, а прежде всего люди, работающие в данной организации. То есть, только обслуживающий персонал способен выполнить обещания, данные автосервисом либо похоронить компанию навсегда. Что же собой представляет система современного конкурентноспособного автосервиса?

Стандартов предоставления услуг в автосервисе не существует. То есть автосервис – индивидуален. Если работодатель и его работники сосредоточены на выполнение не только четких инструкций по отношению к клиенту, но и на том эффекте, который они производят на него – позволит давать клиенту все то, что ему нужно в данный момент. То есть автосервис – это не только наука, но и немножко магии. Натренироваться здесь невозможно, работа с людьми предполагает нестандартные ситуации, которые предлагаются решать каждый день. Чего же прежде всего ждет клиент от автосервиса и работника, к которому он обратился. Конечно же, самое главное – это, что его заявка будет выполнена быстро, качественно и недорого. Для того, чтобы клиент остался удовлетворенным, работник автосервиса должен быть готов выполнить намеченную работу правильно с первого раза и иметь разработанный план действий для случаев, когда что-то идет не по плану или клиент не готов. Здесь также приветствуется системный подход, используемый в работе. То есть нужна не просто вежливость с клиентами автосервиса, но и постоянная готовность прийти клиенту на помощь в любой непонятной для него ситуации с автомобилем.

В сервисе также важен системный подход. В первую очередь, это касается работы с клиентами, где нужна не просто вежливость и готовность прийти на помощь, а способность обслужить клиента так, чтобы он ушел удовлетворенным услугой, поскольку клиентам будет неважно, были с ними вежливы или нет, если работа для них сделана некачественно. То есть не нужно постоянно улыбаться клиенту, если вы знаете, что продукт или услуга не устроит клиента – это все равно не поможет, так как в последнее время система «продал и забыл» в России перестала работать. То есть нашему отечественному потребителю крайне важна возможность быстро и без проблем произвести ремонт и обслуживание автомобиля. То есть в сознании нашего российского клиента развитый сервис вызывает ассоциации с понятием «исключительная надежность».

Пример диалога, построенного на юморе и доброжелательном расположении к клиенту:

Пришла девушка в автосервис и говорит: - у меня руль плохо крутится на машине  
Мастер: - вы наверное кушали каши мало ! (доброжелательная улыбка)  
Она: (Смеется) ела, но масла не добавляла!  
Мастер: Кашу только с маслом нужно кушать! (оба смеются)

Для начала, каждому работнику следует научиться слышать каждого клиента. Важно не только слушать, а и слышать! В истории деловых отношений между СТО и клиентом есть случаи, когда было логично и резонно выполнить только те работы, о которых просил клиент, чем засучив рукава перебрать половину автомобиля, но не прикоснуться и пальцем к тому узлу, который требовал замены и регламентных работ.

Далее, разговаривая с клиентом, не стоит «гнать лошадей», делать поспешные выводы, пытаясь «приятно» ошарашить собеседника и набить себе цену в его глазах – без лишнего усердия слушайте и делайте пометки. Не упускайте возможности уточнять и задавать вопросы, особенно в том случае, когда клиент не может толком описать проблемы или обладает скудными подробностями. Запомните, в работе работника СТО не должно быть места такой ошибке, как «догадка».

Наш с вами девиз: «Дойти до каждого. Обращение принято - помощь оказана»

Мы приводим основные принципы построения эффективной системы сервиса: 1. Разрабатывая свою систему, необходимо проанализировать, что может пойти неправильно

2. При работе с поставщиками следует выбрать того, который гарантирует качество продукции. Это необходимо, если вы хотите оказывать хорошие услуги. Образцом должны быть производственные предприятия, потому именно они строят свою работу наиболее рационально.

«Жалоба как подарок» мы указываем, что «жалобы клиентов сообщают организации, как совершенствовать сервис и товары, а, следовательно, помогают сохранять бизнес. «Самый хитроумный трюк в торговле - умение установить постоянный канал связи, идущий от мозгов потребителя к уху продавца. Когда вы в курсе желаний клиентов и делаете то, что они хотят, то, что им нравится и вдохновляет их, значит, вы смотрите их глазами и можете быть на шаг впереди конкурентов!». Жалобы, поступающие от клиентов непосредственно в организацию, представляются наиболее эффективным и самым дешевым способом получения информации об оценке клиентами товаров и услуг. Другие, более дорогостоящие и менее прямые способы коммуникации с клиентами включают изучение претензий потребителей в параллельных отраслях; проведение скрытых опросов, например, с привлечением «секретных» покупателей, или обширный анализ потребностей клиентов. Крупные компании могут позволить себе подобные серьезные маркетинговые исследования, но небольшие фирмы должны рассчитывать на то, что кли-ты сами сообщат им свое мнение о товарах или услугах.

Обратная связь с клиентами помогает лучше приспособить концепцию продукта для конкретной группы людей. Более того, бизнес может так никогда и не понять потребностей клиента, пока какой-то вид продукта или услуги не окажется неудачным. Едва на рынке появляется новый товар или вид услуг, как жалобы клиентов сообщают компании-производителю о его недостатках. Компаниям, которые должны отзываться на быстрые изменения условий рынка, надо прислушиваться к жалобам клиентов и немедленно на них реагировать. Это поможет им быть в курсе их потребностей.

Неэффективные попытки вернуть доверие клиентов в сочетании с неправильной политикой в отношении жалоб запускают цепную реакцию негативных последствий, которые приводят к снижению качества сервиса и продукции, а, следовательно, создают для компании рискованное положение на рынке. Реализация принципа обратной связи направлена на то, чтобы повысить эффективность сервиса за счет анализа информации о недостатках как продукции, так и услуг, выработки стратегии непрерывных улучшений и реализации ее с помощью системы контролирующих мероприятий. При создании системы клиентоориентированного эффективного сервиса немаловажным является изучение опыта создания производственных систем. Если при организации обслуживания на складе нет того, что нужно клиенту, то вы не можете дать клиенту желаемое, значит, ваш сервис нельзя считать хорошим. Проблема заключается в том, чтобы на складе было все, что может понадобиться вашим клиентам, причем в достаточном, но не избыточном количестве. Для этого ваши поставщики должны владеть информацией о продажах, а это можно сделать только с помощью детально продуманных технологий и автоматизации всех возможных процессов.

Мы приводим основные принципы построения эффективной системы сервиса: 1. Разрабатывая свою систему, необходимо проанализировать, что может пойти неправильно 2. При работе с поставщиками следует выбрать того, который гарантирует качество продукции. Это необходимо, если вы хотите оказывать хорошие услуги. Образцом должны быть производственные предприятия, потому именно они строят свою работу наиболее рационально.

Вот и наступил момент, когда в автосервис обратился клиент. Первый разговор с ним напоминает прогулку по минному полю: **на каждой фразе и каждом слове есть шанс подорваться**. Но если обойти все спрятанные засады - выйдешь победителем и закроешь наконец сделку. А заодно и клиента сделаешь постоянным. Постоянство – наше все.

**Темперамент** – это совокупность индивидуальных особенностей человека, характеризующих эмоциональную и динамичную сторону его деятельности (умственную деятельность и поведение). Отдельные свойства и особенности темперамента могут благоприятствовать или противодействовать формированию личностных черт.

**Темперамент** (лат. temperamentum — «надлежащее соотношение частей») — устойчивое объединение индивидуальных особенностей личности, связанных с динамическими, а не содержательными аспектами деятельности (Источник: Википедия).

С физиологической точки зрения темперамент обусловлен типом высшей нервной деятельности человека (типом ВНД).

#### **От темперамента человека зависят**

- Оценка и контроль деятельности.
- Скорость возникновения психических процессов (скорость мышления, восприятия, длительность сосредоточения внимания).
- Интенсивность психических процессов (активность воли, сила эмоций).
- Темп, ритм и ускорение деятельности.
- Дисциплинарные воздействия.
- Направленность психической деятельности на определённые объекты (экстраверсия или интроверсия).

#### **К типу темперамента человека не относится**

- Характер – определяет, как человек действует, приобретенный, подвержен изменениям.
- Способности – определяют, с какой скоростью, глубиной, легкостью и прочностью овладевает знаниями, умениями, навыками.

Темперамент составляет основу развития характера человека, оказывает влияние на способы общения и поведения человека.

Темперамент – врожденная индивидуальная особенность человека, он не подвержен изменениям. Человек, обладающий любым типом темперамента, может быть способным и не способным. **Тип темперамента** не влияет на способности человека, просто одни жизненные задачи легче решаются человеком одного типа темперамента, другие — другого.

**В психологии выделяют 4 типа темперамента человека: холерик, сангвиник, флегматик, меланхолик.**

**Сангвиник** (от лат. «сангвис» кровь) – уравновешен, общителен, практичен, выдержан.

**Флегматик** (от греч. «флегма» - слизь) – вдумчив, миролюбив, надежен, старателен, неразговорчив.

**Холерик** (от греч. «холе» - красно-желтая желчь) - порывист, энергичен, эмоционален, не сдержан.

**Меланхолик** (от греч. «мелайн холе» - черная желчь) – тревожен, необщителен, замкнут, угрюм.

**Психологическая характеристика типов темперамента - достоинства и недостатки**

Многие студенты, в особенности только пришедшие трудиться в автосервис, не раз испытывали затруднения при ответе на занятиях. Люди чаще всего думают, что корень этой проблемы – в низком уровне знаний. На самом деле, это не всегда так. Причиной может послужить страх перед заказчиком. Боязнь проявляется в избегании зрительного контакта с заказчиком, попытках спрятаться за спинами своих коллег или вовсе в избегании принятия ответственных решений. Почему же такой человек испытывает тревогу в присутствии профессора? Как подобная проблема влияет на успеваемость обучающихся и как с ней справиться? За ответами на данные вопросы мы обратились к психологу. **Все имеет свою первопричину**

**Почему в глазах автослесаря-дилетанта можно увидеть страх перед заказчиком?**

Каждый человек индивидуален и причины подобного поведения бывают разными.

**Синдром самозванца**

«Я недостаточно умен», «лучше промолчу, все равно есть тот, кто лучше меня знает и правильно ответит», «а вдруг мое мнение не совпадет с позицией педагога», — такие выражения говорят о неуверенности человека, предпочитающего «спрятаться в норку».

**Непроработанные травмы**

Проблема может тянуться еще со школьных времен, когда за неправильный ответ ученику ставят неудовлетворительную оценку и говорят «садись, плохо». Такой подход к обучению приводит к прогулам уроков, замкнутости индивида в себе и мыслям о том, что за неверным ответом следует осуждение.

**Давление со стороны**

Иногда сам педагог пытается воспроизвести впечатление человека, которого нужно бояться: кричит на мастера, строг к вопросам не по теме или опозданиям, груб в общении.

### **Личностные психотипы**

Кто-то неподходит к клиенту, потому что не умеет правильно формулировать мысль. Есть тревожные личности или интроверты, которым сложно взаимодействовать с обществом и лишней раз боятся задать вопрос.

«Многие боятся, что над ними будут смеяться, если они скажут что-то невольно. Тут нужно понимать, что самый глупый вопрос — это незадаанный».

### **Прячемся от проблем. Подальше. Лучше в бытовку.**

#### **Как ведут себя работники, попавшие в подобное положение?**

На стресс есть три распространенные реакции: бить, бежать и прятаться. В нашей ситуации убежать не получится. Может быть использован первый вариант, когда работник автосервиса не знает ответ на вопрос и у него срабатывает защитная реакция - стараются скрыться за спинами своих коллег по автосервису. Это позволяет им оставаться в зоне комфорта и избежать зрительного контакта с клиентом. А когда возникают сложности с устройством на работу – искренне не понимают, в чем же причина. Клиенты сразу замечают тех, кто отмалчивается и избегает их.

#### **Как страх влияет на практику и дальнейшее трудоустройство?**

Подобная тревожность отрицательно сказывается на работоспособности и достижениях ученика-автослесаря. Чем больше он молчит, тем быстрее это входит в его привычку. Следствие — отчуждение и отсутствие мотивации работать и, соответственно, зарабатывать.

Часто работодатели не разбираются в причинах того, почему работник не хочет общаться с клиентом напрямую и вероятнее всего такие люди окажутся за забором. Возможно он прекрасный специалист, «мастер на все руки», но есть одно но... этого то никто не знает. Можно так всю жизнь и просидеть «в засаде», копить обиды на жизнь и жаловаться на судьбу. Это не про наш случай. По-хорошему, при желании получить отличного сотрудника необходимо учитывать его темперамент его особенности. То есть, будущие работники автосервиса должны для себя уяснить, что работодатель отдаст предпочтение кандидату, который более открыт, коммуникабелен и доброжелателен. Любой специалист, который боится проявлять себя, будет иметь сложности с трудоустройством, поскольку *«себя надо продать на рынке труда и показать, что ты лучший, самый лучший. А это сложно сделать тем, кому не хватает духу самовыразиться.»*

#### **Как побороть страх или все в ваших руках.**

#### **Как перестать бояться взаимодействовать с клиентом?**

Не бойтесь разговаривать с клиентом. Все мы люди. Все идут домой, завтракают, читают, отдыхают, любят, ругаются – даже лучшие из нас.

Подружитесь с теми, кто пришел работать сюда раньше вас. Как говорится: «С кем поведешься, от того и наберешься».

Развивайте навыки общения, вступая в диалог с незнакомыми людьми. Спросите их, например, где находится поблизости какой-либо торговый центр или автозаправка. Проявите первым инициативу, чтобы подружиться с кем-нибудь.

### **Почему так важен первый разговор?**

Ну, смотрите: клиент, который не первый раз делает покупки или обращается в компанию за услугами, как ни крути, более лоялен. Он может простить работнику незнание организационных вопросов, закрыть глаза на отсутствие какой либо запчасти в наличии и так далее. А все потому, что он уверен: в этой компании его обслужат хорошо и качественно.

А вот **если клиент обращается к вам в первый раз** - он ничего этого не знает. Он еще не доверяет вам, не знает имя менеджера, который с ним постоянно работает - он просто нашел ваш телефон и сайт в поиске или пришел с другого рекламного канала. Значит, **нужно завоевать его доверие**. Как?

### **Алгоритм первого разговора**

Вообще в каждой крупной компании **пишутся на этот случай скрипты**. Советуем тоже взять этот пошаговый алгоритм на вооружение и научить ему своих менеджеров. Неважно, в какой форме будет этот диалог - по телефону, в чате или при личной встрече.

#### **Шаг 1. Настроиться на разговор**

При личной встрече это просто: **психологически настройтесь на беседу, улыбнитесь, примите открытую позу** (никаких скрещенных рук, зажатых конечностей). Это подсознательно расположит клиента к вам. Улыбка, кстати, работает даже при телефонном разговоре. Проверено, что если просто растягивать губы, даже не испытывая особого позитива, мозг считывает этот сигнал и начинает радоваться уже по-настоящему. А человек, который улыбается, невольно передает свое настроение собеседнику. И когда позитивно настроены двое людей - разговор пойдет проще и доброжелательнее.

#### **Шаг 2. Поздороваться и представиться**

Первая фраза в разговоре - приветствие.

Поинтересуйтесь, как зовут клиента, и впредь называйте его именно так. Например, если клиент не называет отчества - можно не выпытывать, значит, он привык только так и не иначе. И наоборот: если представляется по полной программе - оправдайте его ожидания.

#### **Шаг 3. Задать вопрос**

После того, как представитесь, задайте ключевой вопрос диалога. Вопрос, что? Вот это и узнайте. Существует несколько вариантов **ответов**: “Что вы хотели?”, “Как вы о нас узнали?” и так далее. **Избегайте нейтральных вопросов** (“Чем я могу вам помочь?” - это всем уже давно приелось) и вопросов, на которые можно ответить словом “нет” (“Вам помочь?”). Лучше такие вопросы, на которые нельзя ответить односложно. Например, вопрос “Как вы о нас узнали?” мотивирует позвонившего или написавшего дать подробный ответ. «Мой сосед Виктор Николаевич, ремонтировал у вас двигатель, все прошло хорошо, а вы можете мне помочь в похожей проблемой» . Пусть оговорит - вы можете зацепиться за ниточку и потянуть ее дальше. Слово за слово - и разговор завяжется. Человеку будет приятно, а вам не накладно.

## Шаг 4. Заинтересовать человека

### Сначала

Клиент автосервиса должен выделять вас от конкурентов, потом делать выбор в вашу пользу. У вас - этап первый. **Вам нужно рассказать, почему он должен выбрать именно вас.** Грубо говоря, в чем ваша уникальность. Чем вы лучше других? Какую пользу вы можете принести человеку, в чем его личная выгода?

Каждый работает по своему. У кого то низкие цены, кто то берет идеальным сервисом, бесплатная диагностика автомобиля и так далее - да мало ли что! В конце концов, если почувствуете, что клиент на крючке и вот-вот готов будет сделать заказ, предложите ему скидку - должно сработать!

Если вы работаете с клиентами больших организаций - желательно оперативно нарыть хотя бы минимальную информацию о клиенте. Да, прямо так: **параллельно общаетесь и забываете в поисковик название компании клиента.** Минимум действий даст вам максимум информации: вы поразите клиента знаниями о специфике его компании. Это лестно, это приятно. Это даст вам весомый плюс по сравнению с другими конкурентами. И можно стопроцентно сказать, что в следующий раз клиенту будет приятно, что вы его запомнили. Потому что из азов психологии мы уже знаем, самое главное для человека – это он сам. Его имя. Его должность. Его фирма.

## Шаг 5. Выслушать человека

Ваш монолог о самом лучшем в мире патосервисе или самых лучших на свете запчастях никому не интересен. Люди любят поговорить о себе. **Дайте клиенту высказаться:** если он сам готов рассказать, внимательно выслушайте, если нет - задавайте наводящие вопросы, наталкивайте на ответы. В особо тяжелых случаях используйте правило трех да: если человек уже ответил утвердительно на два ваших вопроса - велика вероятность, что и на третий ответит согласием. А третьим, как вы уже догадались, будет прямой продающий вопрос. Раз - сделка завершена, два - и клиент у вас в кармане.

## Шаг 6. Предложить готовое решение

И вот только теперь вы довели клиента до «нужной кондиции». Теперь он знает, кто вы такие, чем можете быть ему полезны и готов принять решение о покупке товара или услуги и **предложите готовое максимально подходящее клиенту решение.** Все, он только ваш.

## Психологические приемы первого контакта

### 1. Улыбка

Мы уже останавливались на этом моменте. **Улыбайтесь чаще, улыбайтесь искренне** - ваше настроение невольно заразит клиента и настроит его на позитивный лад.

### 2. “Мы-высказывание”

Активнее употребляйте словосочетания “наш с вами автомобиль...”, “в нашем случае я предлагаю заменить...” и так далее. Пусть человек почувствует себя причастным вашей станции технического обслуживания, осознает свой вклад в ее развитие, а самое главное - почувствует общность взглядов и интересов. Вы уже не просто автослесарь и клиент, вы -

партнеры и равноправные союзники, движимые одной целью: нам нужно сделать что то вместе.

### 3. Интонации

Прочтите книги или посмотрите видео по управлению голосом. Срывающийся, визгливый голос оставляет неприятное впечатление и вряд ли клиент захочет еще раз сюда вернуться. Такой голос создает впечатление нервозности, неуверенности в себе, неадекватности. Тембр, интонации, темп речи - все это важно. Даже когда вы говорите с клиентом не лично, а по телефону, голосовые сигналы прекрасно читаются вашим собеседником.

То есть при первой встрече к вас должна быть возможность дать клиенту высказаться, дайте ему время настроиться на разговор, не перебивайте его, не выливайте на клиента «ушат информации», часто меняйте интонацию, чтобы клиент не заскучал.

### 4. Личные разговоры

Понятно, что вы не будете болтать с незнакомым человеком о сокровенных вещах. Но если построить разговор так, чтобы клиент чуть раскрылся и рассказал побольше о себе - это даст вам дополнительный козырь. Это может быть рассказ о хобби, семье, особенностях работы. Главное - не ограничивайтесь дежурными фразами, **дайте понять, что полностью поддерживаете и понимаете вашего собеседника.**

### 5. Отзеркаливание

Лучше всего этот метод налаживания первого контакта работает при личной беседе. **Вы видите собеседника и просто копируете его позу и жесты.** Например, поправил он волосы - вы делаете то же самое. Улыбнулся - улыбнитесь в ответ. Так вы посылаете человеку невербальный сигнал: смотри, я с тобой согласен, я думаю и делаю так же, как и ты. Этот прием действительно работает. В случае если человек не очень-то настроен на совершение сделки или покупки, отстраняется и вы это чувствуете - начинайте зеркалить. Как только поймете, что клиент расслабился - переходите к следующему вопросу. А уж **если он, в свою очередь, начнет зеркалить вас - значит, тест пройден**, контакт успешно налажен.

Все это можно проделать даже при телефонном разговоре. Подстройтесь под темп речи клиента, быстроту и интонации голоса, запомните его словечки и выражения и используйте их в разговоре. Главное - показать, что вы с собеседником на одной волне.

## Советы будущим работникам СТО

### 1. Общайтесь на равных

Не заискивайте перед клиентом, не лебезите - **он должен чувствовать себя не королем Вселенной, а вашим равноправным партнером.** Этому придется поучиться - особенно если вы не руководитель, а рядовой сотрудник. Клиент должен уважать вас и ценить ваше мнение. Вы должны понимать. Это ему нужна помощь. Это он пришел к вам. Но не перегибайте палку. Для этого придется проявить себя великолепным экспертом и показать, что вы действительно разбираетесь в предмете разговора.

### 2. Делайте комплименты

Вам кажется, это взаимоисключающие параграфы? А вот и нет. Мы не призываем вас пользоваться грубой лестью - **вполне достаточно** стандартных фраз “У вас хороший автомобиль”, можно и пощутить - «цвет отличный, хочу себе такой, но жена против, ох уж эти женщины, им не угодишь, придется жену сменить » и так далее. Человеку будет приятно, а вы сократите дистанцию с клиентом, расположите его к себе, возможно найдете общие или нейтральные темы для разговоров и расположите его к себе.

### **3. Поболтайте на отвлеченные темы**

Например, о событиях в мире. Или ситуации на рынке сферы, которую представляет ваш клиент. Или о новостях из этой же сферы - тех, которые он точно знает. Такие разговоры быстро переведут вас из ранга говорящей головы в полноценного партнера, который разбирается в ситуации и готов дать экспертный совет.

### **4. Упомяните эксперта**

Реального эксперта, которого ваш собеседник точно знает. Например, общего знакомого и отличного специалиста. Или главу компании федерального значения. Есть риск, конечно, что именно к этому эксперту у вашего визави личные счеты - тогда ссылка на него будет неуместной и вызовет лишь раздражение. Срочно исправьте ситуацию, меняя тон и направленность разговора.

### **5. Сошлитесь на цитату великого человека**

Понятное дело к Сенеке, Аристотелю или же Уинстону Черчиллю у вашего собеседника точно никаких личных счетов нет. Люди любят цитаты - это приближает их к великим и словно дает частичку мудрости. Запаситесь такими высказываниями на все случаи жизни и используйте их в разговоре. Не берите слишком заезженные цитаты - лучше вернуть что-то эдакое и неизбитое. Так вы заработаете славу искусного собеседника и вызовете уважение клиента.

И самое главное: помните, что наладить контакт в первый раз - это еще далеко не все. Клиентов надо приручать, привлекать, чтобы они были постоянными. Лучше тип темперамента клиента – фактор, который обязательно следует учитывать при обслуживании клиента СТО. Конечно, если выполнять только те работы, о которых клиент просит сам, можно не обращать внимания на темперамент клиента, а по большому счету и на самого клиента. Если же вы хотите предлагать дополнительные услуги и те запчасти, на которых больше заработаете – учитывайте особенности темперамента.

Учитывая вышесказанное, предлагаем вашему вниманию единственную относительно простую, и притом совершенно научную классификацию клиентов и способов взаимодействия с ними. Основана она на одной из самых древних и признанных практически всеми школами психологии, классификации – по типу темперамента. Что такое темперамент? Нервная система человека имеет два основных показателя – сила психических процессов и их уравновешенность (тут имеется в виду, по большому счету - сила проявлений психики во внешнюю среду). Таким образом, психика человека может быть сильной (жесткой, «агрессивной»), или слабой (мягкой, «защитной»). Также психика человека может быть уравновешенной или не уравновешенной. Под уравновешенностью понимается не «нервность» или «спокойствие» а уравновешенность процессов возбуждения и торможения. Этот фактор также пребывает в определенной связи с процессами экстраверсии и интроверсии, определяя способность более или менее адекватно соотносить с реальностью свои возможности, мотивы других людей и т.п. Так и получаются четыре типа

нервной деятельности. Перейдем, однако, к практике, и рассмотрим эти типы в свете продаж услуг клиенту автосервисного предприятия.

### Типы темпераментов.

**Холерик (сильный неуравновешенный тип)**  
Достоинства клиента : Глаза горят огнем ,речь резкая и прерывистая. "Буравит" своего собеседника непрерывным и уверенным взглядом.

Главная черта этого клиента –уверенность во всем, он знает все и про всех. Отношение к автослесарю– как к обслуживающему персоналу. Такой клиент очень часто в самого порога начинает учить «уму-разуму», сбивает цену пытается показать работнику «кто в доме хозяин» и не только в доме. Везде. По правде говоря, он вообще не понимает, почему он должен столько платить за такую мелочь, когда на сайте этих запчастей она стоит в два раза дешевле. При этом, он дает понять мастеру, что он знает намного больше него и пуст тот не вздумает обмануть его, так как наказание- «божья кара» грядет неизменно и сразу. А заглянул он в автосервис просто из-за нехватки времени, и сам смог бы отлично справиться с такой пустяковой проблемой и т.д. Здесь отмечается агрессивный, нервный тип нервной системы, неуравновешенность, вспыльчивость, нетерпение к чужому мнению, явная переоценка собственных возможностей. При взаимодействии с такими клиентами необходимо держать себя в руках, не поддаваться на его манипуляции. Главная задача работника автосервиса , сделать вид, что принимаете его лидерство и признаете себя «побежденным». Однако, тут же, в порядке «повышенной услужливости» предложите дополнить заказ работами, необходимость которых такой грамотный клиент «и сам наверняка осознает». Ощувив свою психологическую победу, он успокоится и по-барски скажет: «Ладно, давай, считай чего там надо сделать».

**Сангвиник (сильный уравновешенный тип)**

Его речь четкая и громкая, уверен в себе, взгляд прямой и открытый. Один из самых лучших типов клиентов. В самом начале показывает интерес к оказываемой услуге, показывает уважение к работнику, но не лебезит перед ним. Не стоит из себя специалиста, но и не ведет себя как дилетант. Исполнен готовности сразу сделать заказ, хотя среди всех клиентов больше всех осведомлен относительно сути производимых работ или качества запчастей. Заинтересован, часто задает вопросу по существу, хочет разобраться в сути проблемы или качествах предполагаемого товара, но если поймет, что его «разводят» - сразу поднимается и покидает помещение. После этого очень сложно удержать клиента как такового. Клиент этого темперамента приемлет все, что может ему предложить работник автосервиса, включая «профилактические» работы. Просто мастеру необходимо попытаться соблюсти чувство меры, так как не приемлет. Если вы выйдете за пределы его бюджета, он тактично в этом вам намекнет. Это сильный тип нервной системы, очень уравновешенный и хочет получить от услуги или товара максимум, но то что действительно приносит пользу его автомобилю.

**Флегматик (тип слабый уравновешенный)**

Речь приглушенная, но ровная и уверенная. Внимательно рассматривает работника автосервиса, изучает. Его девиз : « Держись в тени – это лучшее место под солнцем». Часто старается избегать всяческих волнений и неприятностей. Его интерес заключается в получении от СТО необходимого минимума при наилучшем соотношении цены и качества. То есть желает получить не максимум, а наилучшие опции. Здесь можно предложить очень качественные запчасти, опираясь на то, что это хоть и дорого, но увеличен срок службы и экономия в будущем. Необходимо сразу взять в руки калькулятор и все вместе с ним

просчитать, здесь он увидит выгоду, но самое главное – не предлагать того, что является экономически необоснованным. Этот уравновешенный человек готов платить за то, что избавит его от лишних неприятностей и проблем. Здесь просто не нужно его торопить, а постараться дать ему возможность принять самостоятельное решение и все взвесить.

**Меланхолик (слабый неуравновешенный тип)**

Речь сбивчивая и тихая, иногда даже неразборчивая. Глаза опускает, так как он очень нерешителен и ему сложно взять на себя ответственность. Когда же заказ на работу оказывается оплачен, такой клиент начинает сомневаться, достаточно ли недорого он нашел эту услугу, возможно где –то есть и дешевле. Но в силу «застревающего» типа личности – действительно очень переживает и прокручивает постоянно в голове эту информацию. Такой клиент очень часто оказывается жертвой манипуляторщиков-мошенников. Он это понимает и переживает, даже если изначально все идет по плану. Здесь необходим разумный оптикум, с той только разницей, что сам определить границы и критерии он неспособен, а также оправдана тактика некоего «мягкого» нажима на клиента, а иногда даже и принятия решения за него в некоторых случаях. Здесь работнику необходимо будет выслушать подробно все жалобы клиента, возможно не только на машину, но и на жизнь, оставить на время его подумать и принять самостоятельное решение, а после успокоить и сказать, что все решаемо и вы здесь для того, чтобы помочь решить ваши общие проблемы с автомобилем.

Исходя из вышеизложенного, следует понимать, что «чистых» темпераментов в природе существует очень мало и хотя есть более или менее удобные клиенты, с каждым можно работать, если действовать соответственно типу его темперамента. Другое дело, что это теория, а на практике ее может освоить человек с высоким уровнем эмпатии – способности чувствовать настроение клиента. Увы, этим качеством чаще отличаются гуманитарии, чем технари (о чем мы писали в статье «Приемщик – ключевая фигура для прибыльности СТО»), потому выбор кандидата на роль приемщика СТО и является столь сложной задачей, от решения которой во многом зависит будущее предприятия. Ведь грамотно использовать любые формальные технологии работы с клиентом СТО сможет только человек, понимающий глубинную подоплеку происходящих в голове покупателя процессов, которые он хочет направлять.

## Список используемой литературы

1. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: Учебник / Г.В. Бороздина. - М.: Инфра-М, 2017. - 224 с.
2. Виговская, М.Е. Психология делового общения: Учебное пособие для бакалавров / М.Е. Виговская, А.В. Лисевич. - М.: Дашков и К, 2016.
3. Волков, Б.С. Психология педагогического общения: Учебник для бакалавров / Б.С. Волков, Н.В. Волкова, Е.А. Орлова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 335 с.
4. Чернова, Г.Р. Психология общения: Учебное пособие / Г.Р. Чернова, Т.В. Слотина. - СПб.: Питер, 2018.
5. Шейнов, В.П. Поссорься со мной, если сможешь. Психология бесконфликтного общения / В.П. Шейнов. - СПб.: Питер, 2017.
6. Шеламова, Г.М. Психология общения: Учебное пособие / Г.М. Шеламова. - М.: Academia, 2017.
7. Шеламова, Г.М. Психология общения: Учебное пособие / Г.М. Шеламова. - М.: Академия, 2015.

## Практические и тестовые задания

Приступая к выполнению заданий на практическом занятии, Вы должны вначале внимательно прочитать цель занятия, ознакомиться с требованиями к уровню Вашей подготовки по дисциплине, а именно научиться:- применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности; использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения.

В методических указаниях представлены задания для выполнения работ, инструкции по выполнению, рекомендуемая литература, указано общее время на выполнение работы. В заключении приводятся контрольные вопросы для закрепления материала. Критерии оценки приводятся после каждого практического занятия.

Внимание! Если в процессе выполнения заданий у Вас возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения разъяснений или указаний. При самостоятельном выполнении практических работ

### Практическое задание №1

Тема: Деловая игра «Путешествие без навигатора»

Цель: Научиться работать в команде для принятия группового решения в ходе общения и групповой дискуссии.

Формируемые компетенции:

1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
4. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
5. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. Краткие сведения по теории вопроса

Время выполнения: 90 минут

Комментарии к проведению игры:

□ это упражнение дает возможность количественно оценить эффективность группового решения;

□ в группе возникает большее количество вариантов решения

□ решение проблем в условиях группы обычно занимает больше времени, чем решение тех же проблем отдельным индивидом;

□ решения, принятые в результате группового обсуждения, оказываются более рискованными, чем индивидуальные решения;

□ индивид, обладающий особыми умениями (способностями, знаниями, информацией), связанными с групповой задачей, обычно более активен в группе, вносит больший вклад в выработку группового решения.

Порядок проведения.

1. Ознакомить всех участников с условиями игры .

2. Каждый игрок самостоятельно должен проранжировать указанные предметы с точки зрения их важности для их использования (цифра 1 - у самого важного для предмета, у второго по значению, цифра 10 будет соответствовать наименее полезному предмету). На этом этапе дискуссии между участниками запрещены.

3. Группа разбивается на подгруппы по 8 человек. Один участник из каждой подгруппы должен быть экспертом. Каждая подгруппа составляет общее для группы ранжирование предметов по степени их важности (так же, как они это сделали по отдельности). На этом этапе допускается дискуссия по поводу выработки решения. Отметить среднее время выполнения задания в каждой подгруппе.

4. Оценить результаты дискуссии в каждой подгруппе. Для этого:

а) выслушать мнение экспертов.

б) зачитать «правильный» список ответов, сравнить «правильный» ответ, собственный результат и результат группы: для каждого предмета списка надо вычислить разность между номером, присвоенным ему индиви-

дуально каждым участником, группой, и номером, присвоенным этому предмету экспертами; сложить абсолютные значения этих разностей для всех предметов; если сумма больше 30, то участник или подгруппа «заблудились в пути ».

в) сравнить результаты группового и индивидуального решения; определить, явился ли результат группового решения более правильным по сравнению с решением отдельных людей.

Условия игры. Представьте себе, что вы путешествуете по территории Российской Федерации и заблудились. Большая часть груза автомобиля уничтожена после нападения хищных зверей, и автомобиль сильно поврежден . Ваше местонахождение неясно из-за отсутствия навигационной системы, вы приблизительно понимаете, что находитесь примерно вы находитесь на расстоянии тысячи километров от города Пермь. Далее приводится список из 15 предметов, которые остались целыми.

В дополнение к этим предметам вы располагаете прочным колесом-запаской. Имущество оставшихся живых людей - это несколько коробков спичек и 10 бумажных купюр.

Ответы экспертов для игры «Путешествие без навигатора»

Согласно мнению экспертов, основными вещами, необходимыми человеку, и заблудившимся, являются предметы, помогающие выжить до прибытия спасателей. Навигационные средства имеют сравнительно небольшое значение: если даже маленький спасательный плот и в состоянии достичь земли, невозможно на нем залести необходимое количество воды или пищи для жизни в течение этого периода. Следовательно, самым важным для вас являются зеркало и канистра с бензином. Эти предметы могут быть использованы для сигнализации воздушным спасателям. Вторыми по значению являются такие вещи, как канистра с водой и коробка с армейским рационом.

Информация, которая приводится далее, не перечисляет все возможные способы применения данного предмета, а указывает, какое значение имеет данный предмет для выживания.

1. Зеркало - для сигнализации воздушным и морским спасателям.
2. Канистра с бензином- для сигнализации. Может быть зажжена банкнотой и спичкой.
3. Канистра с водой - для утоления жажды.
4. Коробка с армейским рационом - обеспечит основную пищу.
5. Плащ-палатка- для сбора дождевой воды и для защиты от непогоды.
6. Шоколад- резервный запас пищи.
7. Рыболовная снасть - оценивается ниже, чем шоколад, потому что в данной ситуации
8. Трос- для связывания снаряжения
9. Колесо-запаска- спасательное средство на случай, если кто-то упадет в воду.
10. Репеллент, отпугивающий комаров - назначение очевидно.
11. Алкоголь- используется в качестве антисептика, в других случаях имеет малую ценность, поскольку его употребление может вызвать обезвоживание.
12. Рация без батареек - имеет незначительную ценность, так как нет передатчика.
13. Карта местности - бесполезна без дополнительных навигационных приборов. Для вас важнее знать, ни где находитесь вы, а где находятся спасатели.
14. Противомоскитная сетка.
15. Неработающий навигатор - бесполезен.

Основная причина более высокой оценки сигнальных средств по сравнению с предметами поддержки жизни (пищей и водой) заключается в том, что без средств сигнализации почти нет шансов быть обнаруженными и спасенными. К тому же в большинстве случаев спасатели приходят в первые тридцать шесть часов, а человек может прожить этот период без пищи и воды.

№	Уцелевшие предметы	Личное ранжирование <sup>2</sup>	Групповое ранжирование	Разница между цифрами 3 и 4 столбца	Ранжирование экспертов	Разница между цифрами 3 и 6 столбца	Разница между цифрами 4 и 6 столбца	Прочее
1	Зеркало							
2	Квнистрас бензином							
3								
4								

Критерии оценки выполненного задания:

Отметка «5» - четко сформулирована собственная позиция, аргументированы принятые решения, проявились бесконфликтное общение и эмоциональная устойчивость;

Отметка «4» - сформулирована собственная позиция, аргументированы не все принятые решения, наблюдается эмоциональная неустойчивость;

Отметка «3» - собственная позиция не проявилась, решения не аргументированы, присутствует эмоциональная нестабильность;

Отметка «2» - не участвовал в принятии группового решения

## Практическое задание № 2

Тема: Определение уровня конфликтности.

Цель: определить свою конфликтность и стиль поведения в конфликтах.

Формируемые компетенции:

1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

3. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

4. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий

5. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

Время выполнения: 90 минут

Краткие сведения по теории вопроса

Конфликт - столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельно взятого индивида, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с отрицательными эмоциональными переживаниями.

Сущность конфликта - это межгрупповое или межличностное противоборство, основанное на осознанном каждой из сторон противоречии. Это столкновение принципов, мнений, оценок, характеров или эталонов поведения людей.

Динамика конфликта изменчива и может то усиливаться, то затихать. На поведение людей в конфликтах влияет процесс научения. При затяжном конфликте оппоненты обычно хорошо друг друга изучают и начинают предпринимать те или иные действия, ориентируясь на особенности характера, типичные эмоциональные реакции, т.е. могут прогнозировать действия противоположной стороны. Это позволяет расширить сферу применяемых стилей и тактик поведения с «коррекцией» на особенности оппонента.

Характеристика типов разрешения конфликта

Человек, использующий стиль конкуренции, активен и предпочитает идти к разрешению конфликта собственным путем. Он не заинтересован в сотрудничестве с другими и достигает цели, используя свои волевые качества. Он старается в первую очередь удовлетворить собственные интересы в ущерб интересам других, вынуждая их принимать нужное ему решение проблемы. Стиль избегания означает, что индивид не отстаивает свои права, ни с кем не сотрудничает для выработки решения или уклоняется от решения конфликта. Для этого используются уход от проблемы (выход из комнаты, смена темы и т.п.), игнорирование ее, перекладывание ответственности за решение на другого, отсрочка решения и т.п.

Приспособление – это действия совместно с другим человеком без попытки отстаивать собственные интересы. В отличие от уклонения, при этом стиле имеет место участие в ситуации и согласие делать то, чего хочет другой. Это стиль уступок, согласия и принесения в жертву собственных интересов. Тот, кто следует стилю сотрудничества, активно участвует в разрешении конфликта и отстаивает свои интересы, но старается при этом сотрудничать с другим человеком.

Этот стиль требует более продолжительных затрат времени, чем другие, так как сначала выдвигаются нужды, заботы и интересы обеих сторон, а затем идет их обсуждение. Это хороший способ удовлетворения интересов обеих сторон, который требует понимания причин конфликта и совместного поиска новых альтернатив его решения. Среди других стилей сотрудничество – самый трудный, но наиболее эффективный стиль в сложных и важных кон-

### **Тест на стрессоустойчивость**

Этот тест служит для оценки степени раздражительности, нервозности, вспыльчивости и способности контролировать эти качества. Хотите проверить, как Вы реагируете на стрессы?

Тогда на предложенный список вопросов ответьте одним из трех способов: «да, безусловно» - 3 балла; «да, но не очень» - 1 бал; «нет, ни в коем случае» - 0 баллов

### Опросник

Раздражает ли Вас:

1. Треснутое стекло на телефоне, если вы читаете текст ?
2. Мужчина «в годах», одет как подросток?
3. Уменьшение расстояния между людьми при общении?
4. Человек в состоянии алкогольного опьянения при разговоре с вами?
5. Человек, чихающий в Вашу сторону?
6. Когда кто-то ковыряется в носу на Ваших глазах?
7. Когда кто-то смеется невпопад?
8. Когда кто-то пытается учить Вас, что и как делать?
9. Когда преподаватель постоянно опаздывает?
10. Когда в кинотеатре тот, кто сидит перед Вами, хрустит чипсами
11. Когда Вам объясняют по сто и одному разу, что вы и так давно знаете.
12. Когда Вам дарят ненужные подарки?
13. Курение водителя в общественном транспорте?
15. Слишком сильный запах дезодоранта ?
15. Человек, очень активно и громко беседующий на остановке общественного транспорта ?
16. Сверстники , часто употребляющие иностранные слова?

Обработка результатов. Очки суммируются. Максимально возможное количество - 48.

Более 36. Вас не отнесешь к числу терпеливых и спокойных людей. Вас раздражает почти все, даже самое незначительное. Вы вспыльчивы и легко выходите из себя. Это расшатывает Вашу нервную систему, усиливая трения с окружающими.

От 13 до 36. Вы принадлежите к наиболее распространенной группе людей. Вас раздражают только очень неприятные вещи. Не драматизируя повседневные невзгоды, Вы способны легко забывать о них.

Менее 13. Вы достаточно спокойный человек, реально смотрящий на жизнь. Вас не так-то просто вывести из равновесия. А это гарантия против стрессов.

Контрольные вопросы:

1. Почему важно уметь управлять своими эмоциями и чувствами?
2. Как проявление эмоций сказывается на процессе общения?

Критерии оценки выполненного задания:

- «5» - анализ полный, вывод обоснован;
- «4» - анализ полный, вывод формальный;
- «3» - анализ неполный, вывод формальный .

### **Практическое задание № 3**

#### **Опросник «Изучение степени сопереживания человека».**

Инструкция. Отвечая на каждое из предложенных ниже утверждений, обозначайте согласие знаком «+», а несогласие - знаком « - ».

1. Мне жалко человека, который к компании грустит.
2. Животное ничего не чувствует.
3. Мне не нравятся люди, которые доминируют.
4. Меня раздражают, когда люди жалуются.
5. Нервные люди меня заводят
6. кричать о своих победах – верх невоспитанности
7. Я всегда помогаю своим людям.
8. Я сентиментален.
9. Мне сложно сообщать людям плохие новости
10. Мое настроение очень сильно зависит от окружающих.
11. Мне кажется, что иностранцы отличаются от нас в добродушии.
12. Из профессий, связанных с общением с людьми, я предпочел бы такую, где можно непосредственно помогать людям.
13. я нормально отношусь, когда люди выходят из себя

14. мне нравится, как моя девушка реагирует на подарки от меня
15. Одинокие люди, наверное, сами виноваты в своем одиночестве.
16. вид плачущего ребенка меня раздражает .
17. я люблю слушать музыку.
18. я люблю читать
19. Меня охватывает гнев, когда я вижу, что с кем-то обращаются жестоко.
20. Я могу оставаться спокойным, даже если все вокруг взволнованы.
21. Не люблю выслушивать про чужие проблемы и беды
22. Плач женщины раздражает меня.
23. мне смешно в кинотеатре слушать, как люди реагируют на просмотр фильма .
24. Не люблю угнетенных людей
25. Я не понимаю, почему люди так расстраиваются из-за пустяков
26. Я не принимаю чувства посторонних людей всерьез
27. Я очень люблю животных .
28. Никогда не переживаю из-за просмотренных тяжелых фильмов
29. Мне жалко стариков.
30. Меня раздражают чужие слезы.
31. Меня очень захватывают кинофильмы.
32. Часто я замечаю, что могу оставаться спокойным, даже если все вокруг взволнованы.
33. Маленькие дети - плаксы.

КЛЮЧ к опроснику:

Номера утверждений со знаком «+»: 1, 5, 7, 8,9,10, 1,14,16,17,18,19,25,27,29,31.

Номера утверждений со знаком «-»: 2,3,4,6,11,13,15,20,21,22,23,24,26,28,30,32,33.

Количество совпавших с ключом ответов суммируется. Выявляется уровень сопереживания по следующей таблице.

Пол	высокий	низкий	низкий	Очень
-----	---------	--------	--------	-------

				низкий
Девушки	33-30	22-17	16-5	5-0
Юноши	33-26	25-17	16-8	7-0

Чем выше уровень эмпатии, тем выше ваша способность понимать, чувствовать состояние и позицию собеседника. Очень низкий уровень - показатель того, что вы нуждаетесь в специальных формах психологического тренинга сензитивности, т.к. отсутствие эмпатических способностей, возможно, является причиной трудностей, с которыми вы, несомненно, сталкиваетесь в общении с другими людьми. В любом случае важно помнить: доверие, открытость и терпимость помогут вам преодолеть свои страхи