

# 1. KLIENTU TIPOLOĢIJA

1

Klientu psiholoģiskās klasifikācijas jautājums ir interesants un noderīgs lietišķajā saskarsmē, taču vienlaikus arī nosacīts. Dažādo klasifikāciju galvenais trūkums ir – **dzīvē nav tīra tipa**. Tas attiecas uz jebkurām klasifikācijām vai tipoloģiskajām teorijām.

Klientu tipoloģija tomēr var noderēt kā pamats lietišķajā saskarsmē, lai labāk izprastu klienta uzvedību.

Klienti ir tādi, kādi viņi ir – ar sev raksturīgām īpašībām, uzvedību, raksturu, spējām – un tādi arī paliks.

Daži klientu apkalpotāji uzskata, ka ir divas galvenās klientu grupas:

- **normālie** klienti – tie, ar kuriem viņiem ir labs kontakts un ir viegli sadarboties;
- **visi pārējie** – viszinīši, nekaunas, aizmāršīgie, pļāpas, īdētāji, neizlēmīgie utt. Tie ir klienti, kurus apkalpojot, klientu apkalpotājam ir jāpiepūlas. Kad klientu apkalpotājs satiekas ar klientu, kas ir gluži citāds nekā viņš, pilnīgi dabiski, ka viņam klients šķiet “ne tāds”.

Reālajā dzīvē katrs klients ir neatkārtojams, vienreizīgs!

Klientu apkalpotājam ir jābūt profesionālim, kurš, rūpīgi ieklausoties un vērojot klienta uzvedību, spēj noteikt, kādu saskarsmes stilu apkalpošanas procesā klients izvēlas.

**Atcerieties!** Klientiem nav jālīdzinās Jums, viņiem nav Jums jāpielāgojas, jācenšas iepatīties, bet Jums kā klientu apkalpotājam **tas ir jādara**. Kāpēc? Lai klients būtu apmierināts un vēlētos ar Jums tikties vēlreiz!

*Ierakstiet daudzpunktu vietā, pēc Jūsu domām, atbilstošo vārdu!*

**Labākā reklāma ir ..... klients!**

Bet ir dažas lietas, kuras mums der pārrunāt, pirms apskatām klientu tipu raksturojumu.

- Klienti savu uzvedību demonstrē, mijiedarbojoties ar klientu apkalpotāju apkalpošanas procesā, kad tiek uzklausītas, izprastas un apmierinātas klienta vajadzības. Ja Jūs ar šo pašu klientu dosieties uz boulinga zāli vai kopīgā ceļojumā, visticamāk, šajos apstākļos un šajā vidē viņa uzvedība mainīsies.
- Nav “tīru” personības tipu, jo ikviens cilvēks pārstāv savdabīgu vairāku personības tipu kopumu. Tomēr katra klienta uzvedībā var izšķirt viņa dominējošās personības tipa (-u) īpašības.
- Personības tipu īpašību proporcionālās attiecības klientā nav pastāvīgas, jo tas mainās atkarībā no daudziem faktoriem.

Ko es Jums vēlējos pateikt? To, ka ar laiku klienti var mainīties jauno pienākumu dēļ, kā arī uzņemoties lielāku atbildību darbā, mainoties situācijai ģimenē. Tāpēc nesteidzieties saviem klientiem “uz mūžu” piekārt zīmītes, kas norāda viņa piederību kādam no tiem. Esiet elastīgs savā domāšanā!

Klientu rīcības un uzvedības izpratnē noderīgas var būt, tā sauktās, temperamenta tipoloģijas, kuras parāda cilvēka emocionālo līdzsvarotības vai nelīdzsvarotības, ekstraversijas vai introversijas ievirzes. Mūsdienās pieņemts runāt par nervu darbības sistēmas īpatnībām.

Mēs klienta uzvedības un rīcības skaidrošanā izmantosim četrus klasiskos temperamenta tipus - **holēriķis, sangvinīķis, flegmātiķis un melanholiķis** (sk. 4.1. attēlu).

Iepazīstoties ar klienta temperamenta tipu aprakstiem, pacientieties atcerēties un analizēt Jums pazīstamo cilvēku uzvedību (kolēģu, klientu u.c.), jo tā Jums būs vieglāk izprast un apgūt šo vielu!

2

## 2. KLIENTA TEMPERAMENTA TIPI

Zināšanas par temperamenta tipiem ļauj izprast mūsu pašu, klientu un apkārtējo cilvēku atšķirīgo rīcību apkalpošanas procesā (un ne tikai).

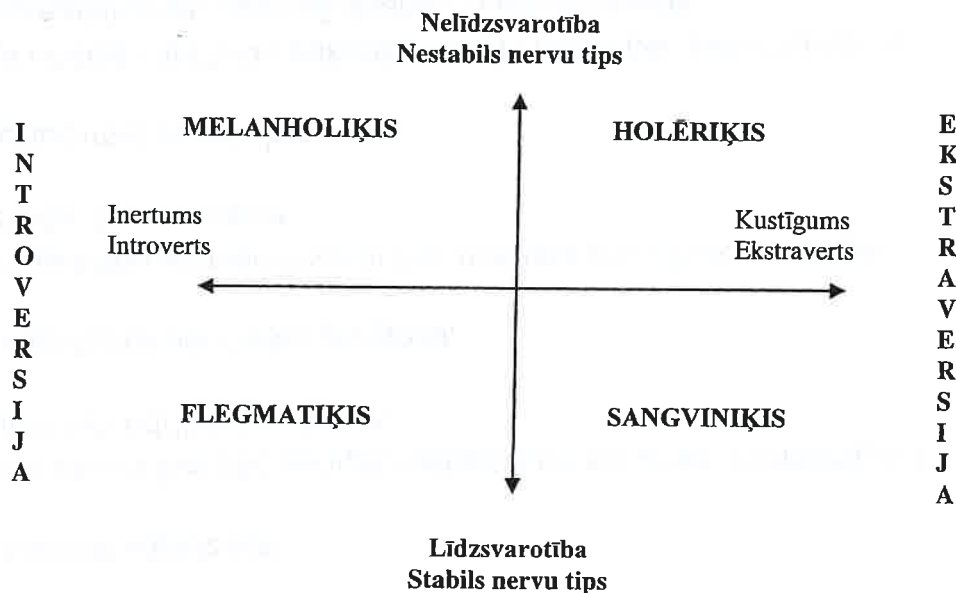
**Temperaments** ir individuālās psiholoģiskās īpatnības, kuras nosaka cilvēka (klienta) darbību apkalpošanas procesā.

Temperaments tiek uzskatīts par cilvēka iedzimtu īpašību. Uz tā bāzes veidojas raksturs. Tas nosaka personības dinamiskos raksturojumus: nervu procesu kustīgumu un līdzsvarotību: ātrumu, spēku, intensitāti, ritmu.

No nervu procesa kustīguma vai inertuma, līdzsvarotības vai nelīdzsvarotības ir atkarīgas cilvēka pielāgošanās spējas. Jūs noteikti zināt, ka cilvēki mēdz būt ekstraverti un introverti.

**Ekstraverti** klienti reaģē uz pasauli reāli, ir atklāti, tieši, emocionāli, aktīvi, mīl kustību un risku, viegli ietekmējami. Ātri pielāgojas ārējiem apstākļiem. Pārsvarā tie ir holēriķi un sangviniķi.

**Introverti** klienti ir noslēgti, ar tieksmi uz pārdomām, savām teorijām un vērtējumiem, kas bieži ir svarīgāki par realitāti. Saskarsmē ar klientu apkalpotāju ir distancēti, bet taktiski. Pārsvarā tie ir flegmatiķi un melanholiķi.



4.1. attēls. Temperamenta tipi.

**Nav vislabākā un vissliktākā temperamenta tipa!** Ikvienā cilvēkā ir kāda īpašība no katra temperamenta tipa, bet nav cilvēku, kuros visu tipu īpašības būtu proporcionāli pārstāvētas.

## 2.1. HOLĒRISKĀ TEMPERAMENTA KLIENTS

3

**Tēlainis salīdzinājums:** Straujas un varenas kalnu upes ūdenskritums.

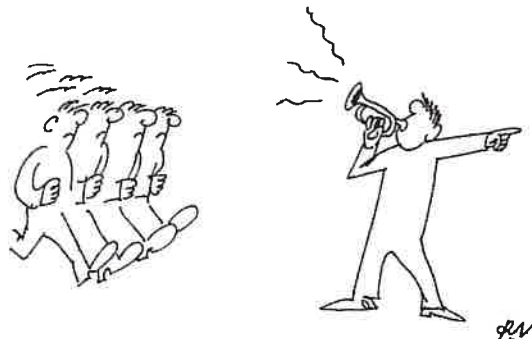
Holēriskā temperamenta tipa klientam **patīk kontaktēties ar cilvēkiem**, bet viņš ir ļoti **neiecietīgs** un **prasīgs** pret citiem, pats nelabprāt uzklausa kritiku. Viņš ir **pašpārliecināts, pašapmierināts**. Lielākoties uzskata, ka **viņam ir taisnība**. Pastāv "viņu" viedoklis un "nepareizais" viedoklis, līdz ar to klientu apkalpotāja teikto klausās neuzmanīgi. Uzskata, ka zina visu, kas jāzina. Reizēm viņa uzvedība sliecas uz nekaunības vai pat bezkaunības pusi.

Holēriskā temperamenta klients **ienīst detaļas un nianšes**. Sikumainība un iedziļināšanās viņu kaitina. Situāciju redz kopumā. Viņš ir nepacietīgs, tādēļ visu, ko vēlas, grib saņemt "tepat un tūlīt". **Impulsīvs** un dzīvi uztver kā sacensības, kurās viņš vēlas būt uzvarētājs. Tie ir klienti, kuri, uzzinot, ka konkurents iegādājies reklāmas laukumu  $10 \times 10 \text{ cm}^2$  lielumā, pasūta reklāmu  $20 \times 20 \text{ cm}^2$ . Viņi grib jaunāko un modernāko. Bieži pirkuma motīvs viņiem ir vajadzība pēc prestiža, atzinības un apkārtējo cieņas.

**Verbālās uzvedības pazīmes.**

Raksturīgākās frāzes: **Īsāk!; Tuvāk pie lietas!; Ātrāk! Kas Jums tur notiek?; Laiks ir nauda, nenovirzieties!; Man vajag!** u.c.

Piemīt labas runas dotības. Sarunā, tāpat kā saskarsmē kopumā, cenšas nosargāt savas tiesības uz pēdējo vārdu. Runājot ar šādiem klientiem, rodas iespaids, ka viņi nepārtraukti kaut kur skrien un ka viņiem pastāvīgi kaut kam pietrūkst laika.



**Ieteikumi saskarsmei ar holēriskā temperamenta klientu:**

- Uzvedieties pārliecinoši! Ja no bailēm trīcēsiet, šis klients pret Jums nejutīs nekādu cieņu un nesadarbosies ar Jums. Konflikta situācijās saglabājiet mieru (bet nekļūstiet pasīvs), ieturiet pauzi un pagaidiet, lai viņš norimst, un, ja ir iespējams, atlieciet sarunu uz vēlāku laiku.
- Izvairieties no gariem un detalizētiem paskaidrojumiem, jo viņu vispirms interesē gala rezultāts, ieguvums un labums!
- Nestrīdieties ar viņu! Atcerieties, ka atklāti viņš savas kļūdas neatzīs. Ja Jūsu viedokļi atšķiras, nesakiet viņam "Jums nav taisnība!" vai "Jūs maldāties!", bet uzdodiet precizējošu jautājumu, piemēram, "Pastāstiet man, no kurienes Jums šāda informācija?". Savu patiesību argumentējiet, atsaucoties uz Jūsu uzņēmuma pieredzi un apmierinātajiem klientiem – "Ilggadējā pieredze, strādājot ar šo produktu, rāda, ka ...".
- Pieprasiet, lai viņš pieņem lēmumu ātri! Tas viņus nesadusmos.
- Parādiet, kā Jūsu produkta vai pakalpojuma lietošana dos viņiem iespēju būt labākiem vai apsteigt citus – "Jūs būsit vienīgais/viens no pirmajiem, kam būs ...".

## 2.2. SANGVINISKĀ TEMPERAMENTA KLIENTS

4

**Tēlains salīdzinājums:** straujas un varenas upes straume.

Sangviniskā temperamenta tipa klienti ir **emocionāli**, saskarsmē ar klientu apkalpotāju ir **atvērti un sabiedriski**. Ļoti daudz runā, ar dzīvu iztēli. Sarunā orientēti uz sevi. Patīk lielīties un pat pārspīlēt, lai uzsvērtu savu nozīmību. Grib būt uzmanības centrā. Ziņkārīgs. Reizēm var nekaunīgi iejaukties sarunā un sākt stāstīt par sevi un saviem sasniegumiem.



Parunājuši ar Jums dažas minūtes, uzvedas tā, it kā būtu pazīstami ar Jums visu dzīvi. Prot veidot attiecības ar citiem. Bet viņam piemīt zināma paviršība attiecībās, kas var izpausties kā aizmāršība un izklaidība. Var ātri pārslēgties no vienas darbības uz citu.

*Klienti sangviniķi:*

- a) ir punktuāli un vienmēr iesākto pabeidz;
- b) nav punktuāli un bieži vien iesākto tā arī nepabeidz.

Šāda temperamenta klients cenšas draudzēties ar visiem, pat ar karojošajām pusēm. Viņam svarīgi ir iepatīties visiem, tieši tāpēc viņi izvairās no konfliktiem. Baidās pateikt "nē", drīzāk apsolīs, bet neturēs vārdu. Reizēm atliks lēmuma pieņemšanu, ja būs iemesls baidīties no vadības un kolēģu kritikas.

**Verbālās uzvedības pazīmes.**

Raksturīgākās frāzes – **Vareni!; Pārsteidzoši!; Interesanti!; Lieliski!** u.c.

Runā ļoti daudz un par visu.

**Ieteikumi saskarsmei ar sangviniskā temperamenta klientu:**

- Uzlieciet laika ierobežojumu! Ja tikšanās vai telefonsaruna ar klientu nepieklājīgi ieilgusi klienta pļāpības dēļ, pasakiet viņam, ka sarunai Jums atlikušas dažas minūtes.
- Paslavējiet (ja ir par ko), izrādiet sajūsmu (ja ir kā dēļ), viņiem tas ir kā medusmaize. Par to klienti Jūs "iemīlēs".
- Uzklāusiet viņus! Tas reizēm var nebūt viegli, bet, ja to neizdarīsiet Jūs, to izdarīs Jūsu konkurents.
- Neaizskariet sarunā nevajadzīgas tēmas! Tādam klientam nevajag jautāt: "Ko Jūs domājat par šodienas jaunatni?" Kāpēc? Jo atbilde būs ilgstošs monologs.
- Esiet entuziasti! Šiem cilvēkiem patīk kontaktēties ar dzīviem, enerģiskiem un jautriem cilvēkiem. Ja vajadzīgs, pajokojieties un, protams, pasmejieties par klienta jokiem.
- Ja klients ilgi nevar pieņemt lēmumu, uzdodiet viņam jautājumu, skatoties tieši acīs, "Kas Jums traucē pieņemt lēmumu?" vai "Kas mūsu piedāvājumā Jūs neapmierina?"
- Ļaujiet viņiem sajusties svarīgiem un vajadzīgiem! Pasakiet, ka esat ieinteresēti un Jums ir svarīga sadarbība ar viņiem.

## 2.3. FLEGMATISKĀ TEMPERAMENTA KLIENTS

5

**Tēlainis salīdzinājums:** Mierīga un rāma dziļas upes straume.

Mierīgs, līdzsvarots, pēc dabas skeptiķis, konservatīvs, nelabprāt maina savu viedokli. Nelabprāt riskē un nemetas uz jaunumiem kā holēriķis, izvēlas to, kas ir daudzu cilvēku pārbaudīts. Bieži pirkuma motīvs viņiem ir drošība un pārbaudīta uzticamība. Tieši tāpēc klienti flegmatiski kļūst par pastāvīgajiem klientiem un nemaina sadarbības partnerus, kaut gan esošā sadarbība nebūt nav teicama. Lēni pielāgojas jauniem apstākļiem.

*Flegmatiskā temperamenta klients pirms lēmuma pieņemšanas:*

- a) rūpīgi apdomā un atbild visus "par" un "pret";
- b) impulsīvi un neapdomāti pieņem lēmumu.

Klientu apkalpošanas procesā lēmumu pieņemšana balstās uz aprēķiniem, faktiem, pierādījumiem. Lēmuma pieņemšanai nepieciešama pilnīga skaidrība, tieši tāpēc uzdod klientu apkalpotājam daudz jautājumu. Šādi klienti nāk uz uzņēmumu (veikalu) un prasa produkta darbības instrukciju, apsēžas malīnā un ilgi to studē. Reizēm iegūto informāciju pieraksta savā piezīmju blokiņā. Uzskata, ka viņi paši ar visu spēj tikt galā, pārbaudot visus zemūdens akmeņus, un patstāvīgi pieņem lēmumus. Necieš spiedienu no malas un steidzināšanu.

Klients flegmatiski pārliecinošāk jūtas saskarsmē ar paredzamām un prognozējamām lietām – dokumentiem, aprēķiniem un iekārtām –, nevis intensīvi kontaktējoties ar cilvēkiem. Viņi ir neemocionāli. Lielākoties sejas izteiksme ir nemainīga. **Ignorē citu cilvēku jūtas**, tāpēc tiekoties ir pilnīgi bezjēdzīgi ar viņiem koķētēt vai pieglaimīgi smaidīt. Lielākoties viņi ir **pedanti** un tiecas pēc kārtības it visā, bet spēj samierināties ar dzīves realitāti.

**Verbālās uzvedības pazīmes.**

Raksturīgākās frāzes: **Pierādiet un apstipriniet!; Dodiet man informāciju rakstveidā!; Izsniedziet man salīdzinošās tabulas, aprēķinus, statistiku!; Parādiet man sertifikātu!; Vēlos redzēt pilnu Jūsu klientu sarakstu!** u.c.

Patīk runāt detalizēti; grūti pārtraukt, ja iesācis kaut ko stāstīt. Bieži pārjautā, lai precīzi noskaidrotu un izprastu nezināmo. Nesaprot no pusvārda, mājienu un zemtekstus.



**Ieteikumi saskarsmei ar flegmatiskā temperamenta klientu:**

- Pamatojieties uz precīziem datiem, faktiem, statistiku un aprēķiniem! Lai fakti runā paši par sevi.
- Nesteidziniet! Palīdziet izsvērt visus "par" un "pret".
- Atsaucieties uz apmierinātajiem klientiem, kuri pārbaudījuši Jūsu piedāvāto produktu vai pakalpojumu. Piedāvājiet klientu sarakstus un viņu rakstveida atsauksmes par sadarbību ar Jums.
- Esiet gatavi pierādīt un apstiprināt ikvienu teikto vārdu.
- Necentieties iekarot šāda klienta simpātijas ar emocijām. Plati smaidi, emocionalitāte, aizrautīgi stāsti par produkta vai pakalpojuma īpašībām viņu neaizrauj.

## 2.4. MELANHOLISKĀ TEMPERAMENTA KLIENTS

6

**Tēlains salīdzinājums:** Strautiņš, kurš var pārvērsties purvā.

Šo klientu vissvarīgākā vajadzība ir atrast citos sapratni un vēlēšanās saprast citus. Viņi ir **jūtīgi, viegli aizvainojami un uzmanīgi. Nepārliecināti** par sevi. Grūti pielāgojas jauniem apstākļiem. Pieņemot lēmumu, uzticas savām izjūtām saistībā ar konkrēto situāciju. Saskarsmē ir mīļi un patīkami. **Empātiski.** Uzklusot skumju vai traģisku stāstu, pārdzīvo un jūt līdzī.

*Jūsaprāt, klients melanholiķis labprāt:*

- a) *riskē;*
- b) *izvairās no riska.*

Savas neveiksmes biznesā uztver personiski. Ja kāds būs viņu piekrāpis, apmānījis vai kāda dēļ būs zaudējis naudu, viņš to atcerēsies. Brūces viņa dvēselē dzīst ļoti ilgi, tāpēc saskarsmē ar klientu melanholiķi Jums jābūt uzmanīgam gan savā uzvedībā, gan izvēloties vārdus. Runājot ar šādiem klientiem, nebūtu ieteicams lietot kategoriskas balsis intonāciju un paaugstināt balsi. Pats konflikta situācijās neiesaistās, taču tās ļoti pārdzīvo. **Liela nozīme ir attiecībām ar cilvēkiem.** Attiecībās ar nepazīstamu vai mazāk pazīstamu klientu apkalpotāju ir noslēgti, atturīgi un izvairīgi.

**Verbālās uzvedības pazīmes.**

Raksturīgākās frāzes: **Ko Jūs par to domājat?; Kādas ir Jūsu domas?; Kas man labāk pietāvēs/derēs?; Ko Jūs manā vietā darītu?; Ko citi klienti parasti izvēlas?** u.c.

Saskarsmē neizrāda iniciatīvu, pirmais neuzsāk sarunu. Gaida iedrošinājumu no klientu apkalpotāja. Viņi meklē padomu un atbalstu. Saskarsmē bieži saskata zemtekstus, pat ja to nav, un attiecina uz sevi, bet pēc tam grūti atsākt kontaktu, jo viņš ir apvainojies.

**Ieteikumi saskarsmei ar melanholiskā temperamenta klientu:**

- Iekarojiet viņa uzticību! Neuzticoties Jums, viņš būs noslēgts un nerunīgs. Izrādiet interesi, uzdodot jautājumus par viņu un viņa nodarbošanos, biznesu, un uzmanīgi uzklusiet atbildes, nepārtraucot un neizrādot nepacietību.
- Nepiedāvājiet viņiem riskēt, sakot "Riskēsim!" vai "Kas neriskē, tas nedzer šampanieti!". Šādu klientu nepieciešams pārliecināt par piedāvāto nosacījumu drošību, sakot "Jūs šajā gadījumā ne ar ko neriskējat, tāpēc ka...".
- Nesteidziniet viņu, citādi Jūs tikai radīsiet nervozitāti un nevajadzīgas aizdomas.
- Ja situācija atļauj, izmantojiet apgalvojumus ar vārdu "personiski" – "Es personiski sekošu ..." vai "Es personiski visu pārbaudīšu...". Viņam ir svarīgi, lai viņa intereses pārstāvētu un aizstāvētu cilvēks, kuru viņš pazīst un kuram var uzticēties. Zvanot vai ierodoties uzņēmumā un uzzinot, ka "viņa apkalpotājs" nav darbā, viņš savus jautājumus, līdzīgi kā flegmātiķis, neapspriedīs ar citiem apkalpotājiem.
- Dalieties viņa izjūtās, esiet empātisks! Ja klients saka: "Es neesmu pilnīgi pārliecināts. Man sirdī nav miera," – tad neatbildiet viņam: "Nepievērsiet uzmanību sajūtām, skatieties, kas rakstīts līgumā!" Sakiet klientam: "Es saprotu, kā Jūs jūtaties. Es Jūsu vietā arī tā justos. Bet, lūk, kāpēc Jums nav jābaidās ..."
- Jums jāparāda, ka sadarbība ar Jūsu uzņēmumu viņam būs droša un vienkārša.

# KOPSAVILKUMS

7

**Klientu tipoloģija** noder kā pamats lietišķajā saskarsmē, lai labāk izprastu klienta uzvedību, viņu apkalpojot.

Klienti ir tādi, kādi viņi ir – ar sev raksturīgām īpašībām, uzvedību, raksturu, spējām – un tādi arī paliks.

Klientu apkalpotājam ir jābūt profesionālim, kurš, rūpīgi ieklausoties un vērojot klienta uzvedību, spēj noteikt, kādu saskarsmes stilu apkalpošanas procesā klients izvēlas.

**Temperaments** ir individuālās psiholoģiskās īpatnības, kuras nosaka cilvēka (klienta) darbību apkalpošanas procesā.

Temperaments tiek uzskatīts par cilvēka iedzimtu īpašību. Uz tā bāzes veidojas cilvēka raksturs.

Temperaments nosaka personības dinamiskos raksturojumus: nervu procesu kustīgumu un līdzsvarotību: ātrumu, spēku, intensitāti, ritmu. No nervu procesa kustīguma vai inertuma, līdzsvarotības vai nelīdzsvarotības ir atkarīgas cilvēka pielāgošanās spējas.

**Ekstraverti** klienti reaģē uz pasauli reāli, ir atklāti, tieši, emocionāli, aktīvi, mīl kustību un risku. Ārēji viegli ietekmējami. Viegli pielāgojas ārējiem apstākļiem.

**Introverti** klienti ir noslēgti, ar tieksmi uz pārdomām, savām teorijām un vērtējumiem, kas bieži ir svarīgāki par realitāti. Saskarsmē ar klientu apkalpotāju ir distancēti, bet taktiski.

**Holēriķis** – jūtīgs, nemierīgs, agresīvs, viegli uzbudināms, nepatstāvīgs, untumains, impulsīvs, optimistisks, aktīvs.

**Sangviniķis** – sabiedrīks, atklāts, runīgs, patīkams, dzīvīgs, bezrūpīgs, omulīgs, vadošs, draudzīgs, jautrs, atsaucīgs, līderis.

**Flegmatīķis** – mierīgs, vienmērīgs, uzticams, vadāms, kontrolējams, līdzsvarots, miermīlīgs, domīgs, rūpīgs, gādīgs, uzmanīgs, pasīvs.

**Melanholiķis** – mierīgs, nesabiedrīks, noslēgts, rezervēts, kluss, pesimistisks, atturīgs, bailīgs, trauksmains, bieži vien ir sliktā omā, nomākts.

Nav vislabākā un vissliktākā temperamenta tipa. Ikvienā cilvēkā ir kāda īpašība no katra temperamenta tipa, bet nav cilvēku, kuros visu tipu īpašības būtu proporcionāli pārstāvētas. Līdz ar jauniem pienākumiem, palielinoties atbildībai darbā, mainoties situācijai ģimenē, klienti var pārsteidzoši mainīties. Tāpēc nesteidzieties saviem klientiem “uz mūžu” piekārt zīmītes, kas norāda viņa piederību kādam no tipiņiem. Esiet elastīgi savā domāšanā!

## TERMINU SKAIDROJŠĀ VĀRDNĪCA

**Klasificēt** [vācu *klassifizieren* < lat.] – lietas un parādības dalīt, grupēt pēc noteiktiem kritērijiem.

**Klasifikācija** [fr. *classification* < lat. *classis* ‘grupa; klase’ + *facere* ‘darīt; taisīt’] – noteiktas lietu vai parādību kopas iedalīšana klasēs pēc noteiktiem kritērijiem.

**Personības tips** – cilvēka atšķirīgo psiholoģisko iezīmju kopums, kas nodrošina attiecīgu secību un līdzību viņa atbildes reakcijās uz apkārtējo vidi.

**Raksturs** – personības psihisko īpašību kopums, kas atklājas tipiskā attieksmē pret apkārtējo pasauli dažādās dzīves situācijās.

**Tipisks** [lat. *typicus* ‘tēlainis; simbolisks’; gr.] – raksturīgs, spilgti izteikts un kādai noteiktai grupai, kategorijai raksturīgs.

**Tipoloģija** [gr. *typos* ‘forma; paraugs’ + *logos* ‘jēdziens; mācība’] – 1) zinātniskās izziņas metode, kur objektus grupē, izmantojot vispārinātus, idealizētus modeļus, tipus; 2) pēc šādas metodes veidots grupējums vai apraksts, metode.

Mēs apskatījām četru klientu temperamentu tipu īpašības un galvenās uzvedības manieres. Ja Jūs, kontaktējoties ar klientu, turēsiet acis un ausis “plati vaļā”, Jūs sapratīsiet, ka būs klienti, ar kuriem būs jārunā īsi un konkrēti, bet ar citiem – sirsnīgi un iejūtīgi, ar dažiem – izmantojot humoru, bet ar citiem – nopietni un kompetenti.

**Jūsu uzdevums ir pielāgoties klientam vēlamajam un pierastajam komunikācijas stilam, un tad Jūs nebūsiet velti tērējis ne viņa, ne arī savu laiku.** Atcerieties, ka arī klientu apkalpotājiem var būt dažādi temperamenta tipi. Tas reizēm var sekmēt, bet var arī kavēt efektīvu attiecību veidošanu un uzturēšanu ar klientiem!