

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«КОЛЛЕДЖ «КРАСНОСЕЛЬСКИЙ»**

**РАСМОТРЕНО И ПРИНЯТО**  
на заседании Педагогического Совета  
СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № 7 от 15.06. 2023 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор СПб ГБПОУ  
«Колледж «Красносельский»  
Т.И. Софина  
2023 г.  
Приказ № 18 от 17.06. 2023 г.



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01 CB507400B8B02FAC49F694BA10A42772  
Подписан: Софина Татьяна Николаевна  
Действителен с 25.09.2023 до 25.12.2024

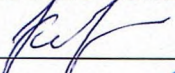
**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**


ПМ.04 Выполнение работ по профессии «Агент коммерческий»  
МДК 04.01 Технология организации продаж и мерчендайзинг

**для обучающихся по специальности**

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

**СОГЛАСОВАНО:**

  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



Санкт-Петербург  
2023 г.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Методические рекомендации по организации и проведению практических работ предназначены для реализации учебного плана по подготовке обучающихся по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) по укрупненной группе специальностей 38.00.00 Экономика и управление, профессиональной подготовке по профессии рабочих и должностям служащих: 20004 Агент коммерческий.

Практические занятия предназначены для обобщения, систематизации, углубления, закрепления полученных теоретических знаний на занятиях по освоению учебного модуля ПМ.04 и умений применять полученные знания, выработки самостоятельности, ответственности, творческой инициативы при решении конкретных профессиональных задач на предприятиях торговли.

### ПРАВИЛА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЙ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ

Практические задания выполняются обучающимися на практических занятиях в соответствии с учебным расписанием занятий. Пропущенные практические занятия выполняются по согласованию с преподавателем в дни консультаций преподавателя.

К выполнению заданий допускаются обучающиеся:

- подготовленные к практической работе, имеющие тетрадь для практических работ, таблицы, шаблоны, канцелярские принадлежности;
- ознакомившиеся с целью и порядком выполнения задания;
- изучившие теоретические материалы, относящиеся к выполняемой работе по рекомендуемым учебникам, учебным элементам, конспектам.

Подготовленность обучающихся к выполнению заданий проверяется преподавателем индивидуально.

Результатом выполненного задания является отчет, согласно инструкции практического занятия. Отчет оформляется аккуратно, в полном соответствии с общепринятыми требованиями. Рисунки, схемы выполняются простым карандашом с применением чертежного инструмента, обозначения и записи выполняются шариковой ручкой. Допускается оформление одного отчета группой из 3 – 4 обучающихся, если это предусмотрено инструкцией. Минимум знаний, необходимых для защиты выполненного задания отражают контрольные вопросы или тесты в конце практического занятия.

Наименование тем	Содержание практических занятий	Объем часов
Тема 1. Сущность продаж и типы технологий их организации	<b>Содержание</b>	
	<b>Практические занятия</b>	10
	<b>1</b>	Закрепление общих знаний о продажах. Сущность, цели и задачи организации продаж
	<b>2</b>	Анализ профессии Агент коммерческий.
	<b>3</b>	Формирование концептуальной таблицы «Характеристика типов технологий продаж»
	<b>4</b>	Освоение навыков процесса продаж
	<b>5</b>	Практическое занятие-тренинг: Отработка общих принципов установления контакта с клиентом по невербальным и вербальным компонентам
	<b>6</b>	Практическое занятие-тренинг: Установление контакта с клиентом при прямых продажах посредством открытых вопросов.
<b>7</b>	Практическое занятие-тренинг: «Как справиться со страхом и избавиться от чувства тревожности перед контактом или публичным выступлением»	

	<b>8</b>	Формирование разработочной таблицы «Признаки, показатели и результаты установления контакта»	
	<b>9</b>	Практическое занятие-тренинг: Отработка выявления потребностей клиента	
	<b>10</b>	Практическое занятие-тренинг: Практическая отработка технологии преодоления возражений	
	<b>11</b>	Представление и защита разработанного сценария продажи.	
<b>Тема 2. Технологии организации продаж крупных контрактов</b>	<b>Содержание</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>
	<b>12</b>	Разработка концептуальной таблицы отличий крупных контрактов от мелких продаж	
	<b>13</b>	Формирование «Досье клиента»	
	<b>14</b>	Формирование коммерческого предложения мебельной фабрики «Калинка» мебельному магазину «ВИЛТ»	
	<b>15</b>	Разработка коммерческого предложения от Энгельского Кирпичного завода. Поиск клиента. Определение минимальной суммы крупного контракта.	
	<b>16</b>	Разработка собственного коммерческого предложения по самостоятельно выбранному поставщику и клиенту (на основании ранее составленных досье). Определение минимальной суммы крупного контракта. Формирование приложений к коммерческому предложению (интервального прайс-листа и каталога продукции)	
	<b>17</b>	Проведение конкурса на лучшее коммерческое предложение	
<b>Тема 4 Управление поведением потребителей</b>	<b>Содержание</b>		
	<b>Практическое занятие</b>		<b>1</b>
	<b>18</b>	Изучение поведения потребителей при совершении покупки	
Тема 6. Торговотехнологи ческое оборудование	<b>19</b>	Изучение планировки торговых залов (продовольственных)	<b>2</b>
	<b>20</b>	Изучение планировки торговых залов (промтоварных)	<b>2</b>
Тема 7. Выкладка товара	<b>21</b>	Разработка и построение планограмм	<b>2</b>
	<b>22</b>	Анализ выкладки товаров на прилавках и стеллажах в магазинах города	<b>2</b>
Тема 8. Категорийный мерчендайзинг	<b>23</b>	Изучение совместного размещения товаров в торговом зале магазина	<b>2</b>
Тема 9. Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга	<b>24</b>	Изучение метода импульсивных покупок в магазинах	<b>1</b>
	<b>25</b>	Анализ привлекательности товарного отдела в торговых залах магазинов	<b>1</b>
Тема 10. Атмосфера магазина	<b>26</b>	Изучение влияния атмосферы магазина на посетителей.	<b>1</b>
<b>Итого</b>			<b>30</b>

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

### Тема 1. Сущность продаж и типы технологий их организации

#### Практическое занятие №1

#### Закрепление общих знаний о продажах. Сущность, цели и задачи организации продаж. .

##### Задание 3 :

На основе Правил продажи отдельных видов товаров, Утвержденных постановлением Правительства РФ № 55 от 19 января 1998 г., ответить на вопросы.

##### *I. Общие положения.*

1. Кем и когда утверждены правила отдельных видов товаров?
2. Как устанавливается режим работы магазинов различных форм собственности?
3. Кем определяется ассортимент товаров, перечень услуг и методы обслуживания в магазине?
4. Какие требования предъявляются к продавцу?
5. Какую информацию продавец обязан доводить до сведения покупателей?
6. При каких условиях договор купли-продажи считается заключенным?
7. Как должны осуществляться расчеты с покупателями за товары и когда договор считается заключенным?
8. Как должны оказываться услуги покупателям в магазине?
9. Каков порядок обмена или возврата товаров?

##### *II. Особенности продажи продовольственных товаров.*

1. Что должна содержать информация о продовольственных товарах?
2. Какова подготовка товаров к продаже?
3. В чем заключаются особенности продажи развесных товаров?
4. Каковы особенности продажи хлеба и хлебобулочных изделий?

##### *III. Особенности продажи текстильных, трикотажных, швейных, меховых товаров и обуви.*

1. Каковы особенности предпродажной подготовки указанных групп товаров к продаже?
2. По каким признакам группируют ткани, одежду, трикотажные, меховые товары, обувь при размещении их в торговом зале?
3. Какую информацию должны содержать образцы товаров, размещенные в торговом зале?
4. Каков порядок отмеривания различных видов тканей при продаже покупателю?
5. Какие операции должен выполнить продавец при отпуске покупателю тканей, одежды, обуви, трикотажных и меховых товаров?

##### *IV. Особенности продажи технически сложных товаров бытового назначения.*

1. Что включает в себя предпродажная подготовка к продаже технически сложных товаров?
2. Какую информацию должны иметь образцы товаров, размещенные в торговом зале?
3. Каковы должны быть действия продавца при продаже технически сложных товаров?
4. Что передается покупателю при покупке технически сложных товаров?
5. Какие услуги должны оказываться покупателям при продаже технически сложных товаров?

##### *V. Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров.*

1. Какие дополнительные сведения должна содержать информация о парфюмерно-косметических товарах?

2. Каковы особенности предпродажной подготовки парфюмерно-косметических товаров до подачи их в торговый зал?
3. Каковы должны быть действия продавца при продаже парфюмерно-косметических товаров покупателю?

*VI. Особенности продажи автомобилей, мототехники, прицепов и номерных агрегатов.*

1. Каковы особенности предпродажной подготовки указанных видов товаров и кем определяется ее содержание?
2. Что выдается покупателю одновременно с передачей товара?
3. Каковы должны быть действия продавца при продаже указанных товаров?

*VII. Особенности продажи изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней*

1. Каковы особенности продажи ювелирных изделий?
2. Какая дополнительная информация о ювелирных изделиях должна быть доведена до покупателей?
3. Каковы особенности предпродажной подготовки ювелирных изделий к продаже?
4. Какие операции должен выполнить продавец при передаче приобретенных ювелирных изделий покупателю?
5. Как производится взвешивание приобретенных ювелирных изделий?
6. Каково содержание товарного чека передаваемого покупателю вместе с товаром?

*VIII. Особенности продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения.*

1. Какие дополнительные сведения должна содержать информация о лекарственных препаратах при продаже?
2. Каковы обязанности продавца при продаже лекарственных препаратов?
3. Как производится продажа лекарственных препаратов продавцом?

*IX. Особенности продажи животных и растений.*

1. Какую информацию должен предоставить продавец покупателю при продаже животных и растений?
2. Как должны содержаться животные, предназначенные для продажи?
3. Что должен содержать товарный чек, переданный покупателю вместе с товаром?

*X. Особенности продажи товаров бытовой химии.*

1. Какие дополнительные сведения должна содержать информация о товарах бытовой химии при продаже?
2. Что включает в себя предпродажная подготовка товаров бытовой химии?
3. По каким признакам должны быть сгруппированы товары бытовой химии?
4. Что запрещается делать при передаче товаров бытовой химии покупателю в аэрозольной упаковке?

*XI. Особенности продажи пестицидов и агрохимикатов.*

1. В соответствии, с каким законом осуществляется продажа пестицидов и агрохимикатов?
2. Какие дополнительные сведения должна содержать информация о пестицидах и агрохимикатах при продаже?
3. Что включает в себя предпродажная подготовка пестицидов и агрохимикатов?
4. По каким признакам должны быть сгруппированы указанные товары в торговом зале?
5. Каковы обязанности продавца при хранении, размещении в торговом зале и продаже пестицидов и агрохимикатов?

## *XII. Особенности продажи оружия и патронов к нему.*

1. Какие нормативные документы регулируют продажу гражданского оружия?
2. Что должна иметь каждая единица продаваемого оружия?
3. Какие дополнительные сведения должна содержать информация об оружии?
4. Что включает предпродажная подготовка оружия и патронов при продаже?
5. Как должны быть размещены в торговом зале оружие и патроны?
6. Как должна осуществляться продажа оружия и патронов в магазине?
7. Что должно указываться в товарном чеке, передаваемом покупателю вместе с товаром?
8. Что должен проверять покупатель при получении товара?
9. Каков порядок обмена оружия и патронов?

**Формы отчета:** письменные ответы на вопросы.

### **Критерии оценивания:**

Оценка «**отлично**» ставится, если ответы на вопросы даны точно, правильно в полном объеме.

Оценка «**хорошо**» ставится, если ответы на вопросы даны в полном объеме, но допущены 2-3 недочета.

Оценка «**удовлетворительно**» ставится, если даны не менее 50% правильных ответов.

Оценка «**неудовлетворительно**» ставится, если даны менее 50% правильных ответов.

## **Практическое занятие №2 Анализ профессии Агент коммерческий.**

Цели:

- 1) ознакомиться с должностными обязанностями работников коммерческой службы;
- 2) получить навыки составления профессиограммы для различных должностей.

Задания

1. Изучив текст
2. Ответьте на следующие вопросы:
  - а) Что такое профессиограмма?
  - б) Кем должна быть составлена профессиограмма?
  - в) На какие вопросы отвечает профессиограмма?
3. Ознакомьтесь с должностными обязанностями работников коммерческой службы.
4. Составьте профессиограмму по любой из перечисленных должностей.
5. Подготовьте презентацию профессии.

### **Практическое занятие №3**

#### **Формирование таблицы «Характеристика типов технологий продаж»**

Задание 1. Дайте определение специализации предприятий розничной торговли и выделите основные группы

Задание 2. Дайте определение типизации магазинов и выделите основные типы

Задание 3. Приведите примеры специализации и типизации магазинов в

Таблица 1. Специализация и типизация магазинов

<b>Виды специализированных магазинов</b>	<b>Определение</b>	<b>Пример</b>
Универсальные		
Комбинированные		
Специализированные с широким ассортиментом		
Специализированные с узким ассортиментом		
Магазины с полным		

ассортиментом		
---------------	--	--

Типизация	Определение	Пример
Гипермаркет		
Универмаг		
Магазин-склад		
Универсам		
Супермаркет		
Гастроном		
Минимаркет		
Торговый дом		
Магазин «Кэш энд кэрри»		
Комиссионный магазин		
Магазин «Бутик»		
Магазин-салон		
Магазин -дискаунтер		

**Практическое занятие №4**  
**Освоение навыков процесса продаж**

**Методические указания по выполнению:**

**Задание 1.**

Получить у преподавателя образцы продовольственных и непродовольственных товаров. Произвести их горизонтальную, вертикальную, декоративную выкладку. Зарисовать варианты выкладки. Выбрать оптимальный вариант. Аргументировать свой выбор.

**Задание 2.**

Ответить на вопросы.

1. Почему декоративная выкладка не используется в магазинах самообслуживания?
2. Какая выкладка для покупателя более интересна?
3. Что необходимо сделать, чтобы избежать однообразия в выкладке товаров?

**Формы отчета:** выполненная практическая работа.

**Ситуационная задача № 1**

Заполните концептуальную таблицу отличий крупных контрактов от обычных продаж.

Критерии отличий	Обычные продажи	Крупные контракты
1)Основные этапы	1..... 2..... 3..... 4..... 5.....	1..... 2..... 3.....
2)Сумма сделки		
3)Роль сделки для фирмы		
4)Клиент		
5)Переговоры		
6)Наличие «Центра принятия решений»		
7)Формирование досье		
8)Степень долгосрочности		
9)Наличие точной цены		

10)Срок сделки		
11) Подбор психотипа коммерческого агента для проведения сделки		

### Ситуационная задача № 2

В магазине «Семейный» для анализа и оценки правильности выбранной последовательности размещения отделов (гастрономия, бакалея, молочные продукты, овощи и фрукты, замороженные продукты, мясо и мясопродукты) был проведен опыт, результаты которого представлены в таблице.

Таблица 1

Наименование отдела	Количество посетителей, которые подошли за 8 часов	Количество посетителей, осуществивших покупку
Гастрономия	97	74
Бакалея	175	132
Молочные продукты	212	181
Овощи и фрукты	186	106
Замороженные продукты	108	93
Мясо и мясопродукты	379	312
Общее количество посетителей за 8 часов	1157	
Общее количество посетителей осуществивших покупку	898	

На основе данных таблицы рассчитайте коэффициенты эффективности размещения отделов в магазине.

1. Для определения степени эффективности использования площади торгового зала в магазине «Семейный», необходимо рассчитать коэффициент установочной и экспозиционной площади в торговом зале, если установочная площадь равна 80,69 м<sup>2</sup>; площадь торгового зала равна 530 м<sup>2</sup>; экспозиционная площадь равна 62,37 м<sup>2</sup>

2. Используя нормативные значения коэффициентов установочной и экспозиционной площадей необходимо рассчитать коэффициент нормативной установочной площади и коэффициент нормативной экспозиционной площади.

Таблица 1 - Нормативные значения коэффициентов установочной и экспозиционной площадей

Площадь торгового зала, м/кв	Коэффициент установочной площади	Коэффициент экспозиционной площади
до 250	0,32	от 0,65 – 0,7
251-650	0,3	0,6 - 0,72
651-1000	0,9	0,68 - 0,7
свыше 1000 средняя площадь торгового зала	0,27 0,3	0,68 0,7

3. Проведение анализа выкладки товаров на торговом предприятии



На торговом предприятии изменили выкладку на некоторые группы товаров, за счёт чего были получены такие результаты

Таблица 1- Сбытовые параметры до проведения мерчандайзинговых мероприятий

Группа товаров	Площадь экспозиционная (м2)	Площадь экспозиционная (%)	ТО за период (руб.)	ТО (%)	Прибыль за период (руб.)	Прибыль (%)
1	0,5	33,333	2000	40	240	31,169
2	0,5	33,333	1000	20	250	32,468
3	0,3	20,000	500	10	100	12,987
4	0,2	13,333	1500	30	180	23,377
Итого	1,5	100	5000	100	770	100

Таблица 2 - Сбытовые параметры после проведения мерчандайзинговых мероприятий

Группа товаров	Площадь экспозиционная (м2)	Площадь экспозиционная (%)	ТО за период (руб.)	ТО (%)	Прибыль за период (руб.)	Прибыль (%)
1	0,5	33,333	2100	37,50	252	30,307
2	0,5	20,000	950	16,96	238	28,563
3	0,3	13,333	450	8,04	90	10,824
4	0,2	33,333	2100	37,50	252	30,307
Итого	1,5	100	5600	100	832	100

4. Рассчитайте эффективность использования инструментов мерчандайзинга по пятибалльной ранговой шкале (Табл. 1).

Таблица 1- Оценка основных элементов мерчандайзинга

Элемент мерчандайзинга	Вес элемента, в %	Торговая сеть			
		«Пятерочка»	«Рубль Бум»	«Гроздь»	«Перекресток»
Вывеска	6,7				
Оформление фасада	8,0				
Удобство подхода, подъеза	8,9				
Освещение внутреннего пространства	7,3				
Планировка торгового зала	12,2				
Чистота помещения	9,6				
Запах, аромат	8,8				
Наличие товара в торговом зале	10,5				
Удобство расположения товара	11,2				
Выкладка товаров	10,3				
Размещение POS-материалов	6,5				
Интегральный показатель мерчандайзинга	100				

Сделайте вывод о возможности изменении основных элементов мерчандайзинга

5. Проанализируйте размещение товаров в магазине (универсам, супермаркет, гипермаркет): расположение отдельных секций и товаров внутри секции. Дайте оценку качества размещения.

Каким образом можно проанализировать эффективность размещения отделов?

### **Ситуационная задача № 3**

**Задание:** Руководство предприятия поручило Вам возглавить команду, представляющую Вашу организацию на предстоящих переговорах с конкурентами. Вам предстоит выработать стратегию поведения и выбрать метод ведения переговоров. Конкуренты менее чем Вы заинтересованы в компромиссном решении. У них есть преимущества в позиции, кроме того, они не готовы идти на уступки. В то же время руководителем их команды является педантичный, самоуверенный человек, не склонный преувеличивать свои запросы. Опишите стратегию поведения своей команды и метод ведения переговоров, который Вы предпочтете. Почему Вы остановились именно на этом методе?

### **Практическое занятие №5**

#### **Отработка общих принципов установления контакта с клиентом по невербальным и вербальным компонентам**

##### **Задание № 1. Ответьте на вопросы:**

1. Что такое «вербальный имидж»?
2. Назовите и охарактеризуйте техники формирования вербального имиджа.
3. Как на имидж делового человека влияет манера представляться?

##### **Задание № 2. Работа в парах:**

Известно, что слово «здравствуйтесь» может быть произнесено на все лады. Попробуйте выявить свой потенциал использования приветствия. Попросите кого-нибудь послушать и «оценить» подтекст, который вы вкладываете в приветствие.

##### **Задание № 3. Работа в парах:**

Произнесите одну и ту же фразу, придавая ей прямой и противоположный смысл

1. *Рад вас видеть!*
2. *Спасибо за работу.*
3. *Приходите завтра.*
4. *Я в восторге.*
5. *Спасибо, мне очень приятно ваше внимание.*
6. *Приятно было с вами поговорить.*
7. *Спасибо за комплимент.*
8. *Очень вам признателен.*
9. *Ценю вашу настойчивость.*
10. *Мне это очень нравится.*

##### **Задание № 4. Работа в парах:**

Произнесите фразу с разными интонациями

1. *Умница! Молодец!* (с благодарностью, с восторгом, иронично, огорченно, гневно)
2. *Я этого никогда не забуду* (с признательностью, с обидой, с восхищением, с гневом).
3. *Спасибо, как это вы догадались!* (искренне, с восхищением, с осуждением).
4. *Ничем не могу вам помочь* (искренне, с сочувствием, давая понять бестактность просьбы).
5. *Вы поняли меня?* (доброжелательно, учтиво, сухо, официально, с угрозой).
6. *До встречи!* (тепло, нежно, холодно, сухо, решительно, резко, безразлично).
7. *Это я!* (радостно, торжественно, виновато, грозно, задумчиво, небрежно, таинственно).

8. *Я не могу здесь оставаться* (с сожалением, значительно, обиженно, неуверенно, решительно).

9. *Здравствуйте!* (сухо, официально, радостно, грозно, с упреком, доброжелательно, равнодушно, гневно, с восторгом)

**Задание № 5. Ответьте на вопросы:**

1. Как связаны понятие имиджа и смысл поговорки «По одежке встречают, по уму провожают»?

2. Кто из ваших знакомых имеет имидж, соответствующий его профессии и должности? Кто не имеет? А вы сами?

**Задание № 6. Работа в парах:**

Попросите друг друга ответить на вопросы об особенностях вашего внешнего вида: манеры одеваться, походки, излюбленных поз, жестов, звучания голоса, выражения лица, взгляда, улыбки. Интересно было бы узнать, вызывает ли какие-нибудь ассоциации ваш образ с цветом, запахом, формой, движением, растением, животным, предметом. Какого литературного или киногероя вы ему напоминаете?

**Задание № 7. Работа с группой:**

Группа помогает каждому найти ответы на следующие вопросы:

1. В чем особенности вашего имиджа? Насколько он приемлем в деловом мире?

2. Подумайте, что нужно сделать, чтобы ваш имидж способствовал успеху в деловом мире:

а) как улучшить внешнее впечатление;

б) какие деловые качества нужно приобрести, какие усовершенствовать,

**Задание № 8. Индивидуальная работа:**

Резюме в настоящее время является распространенным документом при приеме на работу на негосударственное предприятия. Особенностью резюме является изложение сведений об образовании и трудовой деятельности в обратном хронологическом порядке. В графе «Дополнительные сведения» может быть указана любая информация: знание иностранных языков, наличие печатных трудов, профессиональные навыки по другой специальности и т.д.

Пользуясь образцом, составьте своё резюме (Приложение №1)

**Задание № 9. Ответьте на вопросы:**

1. Каковы функции языка в общении?

2. Чем отличается официально-деловой стиль речи?

3. Чем отличается научный стиль речи?

4. Чем отличается публицистический стиль речи?

5. Чем отличается разговорная речь?

6. Вспомните типы приема и передачи информации.

**Задание № 10. Продолжите фразы:**

• Стало ясно, что трудности с каждым годом будут \_\_\_\_\_.

• Мы надеемся, что к концу года уровень производства начнет \_\_\_\_\_.

• Моя тревога \_\_\_\_\_ с каждым днем.

• Площадь засоленных почв \_\_\_\_\_ с каждым годом.

(возрастать, увеличиваться, повышаться, усиливаться)

**Задание № 11. Устная работа с группой**

1. Что, на ваш взгляд, означает «умение слушать»?

2. Что дает людям умение слушать?

3. Каковы трудности эффективного слушания?

4. Какие ошибки допускают те, кто слушают?

5. Перечислите «вредные привычки» слушания.

6. Почему важно понимать язык телодвижений?

7. Как с помощью соответствующих жестов и позы можно попытаться снять напряженное состояние партнера?

8. Перечислите жесты, свидетельствующие об уверенном и неуверенном поведении.

**Задание № 12.** Обратите внимание на манеру слушать своих друзей и партнеров. Умеют ли они слушать? Придерживаются ли установок эффективного слушания те собеседники, с которыми приятно разговаривать?

**Задание № 13. Работа в парах:**

Проведите небольшие эксперименты с близкими друзьями. Попробуйте во время разговора сделать непроницаемое лицо и никак не реагировать на слова собеседника. В другом разговоре попробуйте усердно кивать и преувеличенно отражать эмоции партнера. В третьем – примите ту же позу, что и собеседник, а когда он разговорится, резко измените ее. Внимательно следите за состоянием рассказчиков во всех экспериментах. Результат обсудите с ними.

Последний эксперимент позволяет прийти к выводу: подражание позе и жестам партнера создает комфортную обстановку разговора, помогает собеседнику раскрыться, неподражание действует наоборот.

**Задание № 14. Ответьте на вопросы:**

1. Что означает организация пространственной среды?
2. Как цели делового взаимодействия отражаются в организации пространственной среды?
3. Каковы позиции за столом, о чем они могут свидетельствовать?

**Задание № 15. Тест «Что говорят вам мимика и жесты?»**

1. Вы считаете, что мимика и жесты – это:
  - а) спонтанное выражение состояния человека в данный конкретный момент;
  - б) дополнение к речи;
  - в) «предательское» проявление нашего подсознания.
2. Считаете ли вы, что у женщин язык мимики и жестов более выразителен, чем у мужчин?
  - а) да;
  - б) нет;
  - в) не знаю;
3. Как вы здороваетесь с хорошими друзьями?
  - а) вы радостно кричите «Привет!»;
  - б) сердечным рукопожатием;
  - в) слегка обнимаете друг друга;
  - г) приветствуете их сдержанным движением руки;
  - д) целуете друг друга в щеку.
4. Какая мимика и какие жесты, по вашему мнению, означают во всем мире одно и то же? Дайте три ответа:
  - а) когда качают головой;
  - б) когда кивают головой;
  - в) когда морщат нос;
  - г) когда морщат лоб;
  - д) когда подмигивают;
  - е) когда улыбаются.
5. Какая часть тела выразительнее всего?
  - а) ступни;
  - б) ноги;
  - в) руки;
  - г) кисти;
  - д) плечи.

6. Какая часть вашего лица наиболее выразительна, по вашему мнению? Дайте два ответа:

- а) лоб;
- б) брови;
- в) глаза;
- г) нос;
- д) губы;
- е) уголки рта.

7. Когда вы проходите мимо витрины магазина, в которой видно ваше отражение, на что в себе вы обращаете внимание в первую очередь?

- а) как на вас сидит одежда;
- б) на прическу;
- в) на походку;
- г) на осанку;
- д) ни на что.

8. Если кто-то, разговаривая или смеясь, часто прикрывает рот рукой, в вашем представлении это означает, что:

- а) ему есть что скрывать;
- б) у него некрасивые зубы;
- в) он чего-то стыдится.

9. На что вы прежде всего обращаете внимание у вашего собеседника?

- а) на глаза;
- б) на рот;
- в) на руки;
- г) на позу.

10. Если ваш собеседник, разговаривая с вами, отводит глаза, это для вас признак:

- а) нечестности;
- б) неуверенности в себе;
- в) собранности.

11. Можно ли по внешнему виду узнать типичного преступника?

- а) да;
- б) нет;
- в) не знаю.

12. Мужчина заговаривает с женщиной. Он это делает потому, что:

- а) первый шаг всегда делают именно мужчины;
- б) женщина неосознанно дает понять, что хотела бы, чтобы с ней заговорили;
- в) он достаточно мужественен для того, чтобы рискнуть получить от ворот поворот.

13. У вас создалось впечатление, что слова человека не соответствуют тем «сигналам», которые можно уловить из его мимики и жестов. Чему вы больше поверите?

- а) словам;
- б) «сигналам»;
- в) он вообще вызовет у вас подозрение.

14. Поп-звезды представляют публике «жесты», имеющие однозначно эротический характер. Что, по-вашему, за этим кроется?

- а) просто фиглярство;
- б) они «заводят» публику;
- в) это выражение их собственного настроения.

15. Вы смотрите в одиночестве страшную детективную киноленту. Что с вами происходит?

- а) я смотрю совершенно спокойно;
- б) я реагирую на происходящее каждой клеточкой своего существа;
- в) закрываю глаза при особо страшных сценах.

16. Можно ли контролировать свою мимику?

- а) да;
- б) нет;
- в) только отдельные ее элементы.

17. При интенсивном флирте вы «изъясняетесь» преимущественно:

- а) глазами;
- б) руками;
- в) словами.

18. Считаете ли вы, что большинство наших жестов...

- а) «подсмотрены» у кого-то и заучены;
- б) передаются из поколения в поколение;
- в) заложены в нас от природы.

19. Если у человека борода, для вас это признак:

- а) мужественности;
- б) того, что человек хочет скрыть черты своего лица;
- в) того, что этот тип слишком ленив, чтобы бриться.

20. Многие люди утверждают, что правая и левая стороны лица у них отличаются друг от друга. Вы согласны с этим?

- а) да;
- б) нет;
- в) только у пожилых людей.

**Ответы: на тест**

1. а - 2, б - 4, в - 3
2. а - 1, б - 3, в - 0
3. а - 4, б - 4, в - 3, г - 2, д - 4
4. а - 0, б - 0, в - 1, г - 1, д - 0, е - 1
5. а - 1, б - 2, в - 3, г - 4, д - 2
6. а - 2, б - 1, в - 3, г - 2, д - 3, е - 2
7. а - 1, б - 3, в - 3, г - 2, д - 0
8. а - 3, б - 1, в - 1
9. а - 3, б - 2, в - 2, г - 1
10. а - 3, б - 2, в - 1
11. а - 0, б - 3, в - 1
12. а - 1, б - 4, в - 2
13. а - 0, б - 4, в - 3
14. а - 4, б - 2, в - 0
15. а - 4, б - 0, в - 1
16. а - 0, б - 2, в - 1
17. а - 3, б - 4, в - 1
18. а - 2, б - 4, в - 0
19. а - 3, б - 2, в - 1
20. а - 4, б - 0, в - 2

- **77-56 баллов** – у вас отличная интуиция, вы обладаете способностью понимать других людей, у вас есть наблюдательность и чутье. Но вы слишком сильно полагаетесь в своих суждениях на эти качества, слова имеют для вас второстепенное значение. Ваши «приговоры» слишком поспешны, и в этом кроется опасность. Делайте на это поправку, и у вас есть все шансы научиться прекрасно разбираться в людях. А ведь это важно и на работе, и в личной жизни, согласны?
- **55-34 баллов** – вам доставляет определенное удовольствие наблюдать за другими людьми, и вы неплохо интерпретируете их мимику и жесты. Но вы еще совсем не умеете использовать эту информацию в реальной жизни, например для того, чтобы правильно строить свои отношения с окружающими. Вы склонны буквально

воспринимать сказанные вам слова и руководствоваться ими.

- **33-11 баллов** – язык мимики и жестов для вас – китайская грамота. Вам необыкновенно трудно правильно оценивать людей. И не потому, что вы на это не способны, просто вы не придаете этому значения. Постарайтесь намеренно фиксировать внимание на жестах окружающих вас людей, тренируйте наблюдательность.

## Практическое занятие №6

### Практическое занятие-тренинг: Установление контакта с клиентом при прямых продажах посредством открытых вопросов.

Установление контакта с клиентом (вступление в контакт, **установление связи**, налаживание контакта) — это самое начало диалога с клиентом. Как правило это первый из **пяти этапов продаж**, хотя иногда перед ним ставят **этап подготовки**. Его роль в технике продаж очень велика, во многих типах продаж без установления контакта невозможно дальнейшее взаимодействие с клиентом и как следствие сама продажа.

#### Важность первого впечатления

Мнение о собеседнике человек формирует в первые секунды диалога, и в дальнейшем общении человеческий мозг ищет зацепки чтобы укрепить и подтвердить это мнение. Поэтому первое впечатление очень устойчиво и, если оно сформировано неправильно его сложно изменить. В продажах эффект первого впечатления имеет огромную роль, потеряв доверие (внимание, авторитет) клиента сразу, вернуть его практически невозможно. При этом важно помнить, что в момент установления контакта, клиент бессознательно настроен против общения с продавцом. Именно поэтому установление контакта в продажах является самым отрететированным этапом. Продавец должен продумать и довести до совершенства абсолютно всё – каждое слово, каждую интонацию, внешний вид, мимику и жесты.

#### Задачи вступления в контакт

Давайте разберем какие задачи преследуются на этапе установления контакта. В продажах есть принцип «все любят покупать, но никто не любит, когда им продают». Действительно у клиентов на подсознательном уровне продавец ассоциируется с лицом, заинтересованным ему продать, то что выгодно ему, а не клиенту. Поэтому многие покупатели хотят разобраться и принять решение, самостоятельно не прибегая к помощи, лиц, которые могут посоветовать не то. Это первый барьер, который необходимо преодолеть продавцу. Очень часто продавец слышит фразу на подобии «мне ничего не надо» или «не надо я сам» и т.п. Поэтому задачи при установлении контакта стоят следующие:

- привлечь внимание (вступить в диалог) – это просто речевая фишка, с которой вы налаживаете контакт;
- представиться, дать клиенту понять кто ты и зачем ты устанавливаешь диалог с клиентом;
- заинтересовать, придать значимость общения с продавцом, создать **информационный повод** для общения;
- Задать вопрос;

По мимо вышеописанных пунктов перед продавцом стоит сверх задача – понравиться клиенту. Достигнув этих целей вам будет намного проще идти по следующим этапам продаж и успешно завершить сделку.

#### Привлечь внимание клиента

Привлечь внимание — это значить подойти клиенту и заставить его с вами вести диалог. Диалог в продаже очень важен. Хороший продавец говорит при продаже только 20% времени остальное покупатель. Примеры приводить не буду так как они будут для каждого типа продаж сильно отличаться. Но есть общие правила: улыбайтесь, используйте открытые позы, находитесь на «безопасном» расстоянии от клиента (обычно

1,5 метра), смотрите в глаза, говорите в том же темпе, как и клиент, используйте мимику и жесты. Продавец прежде всего продает сначала себя, а затем уже товар и компанию. И чтобы продать себя вы должны быть интересны клиенту. Поэтому не приветствуются шаблонные фразы которые клиент слышал уже от многих продавцов, типа: «вам что ни будь подсказать» или «я представляю компанию .....». Вы должны отличаться от других, данная тема хорошо раскрыта в книге «Нет спасибо, я просто смотрю». В любом случае вы должны построить приветствие так чтобы клиент что-то сказал, то есть вступил в диалог.

### **Представиться**

Вроде все просто, но многие продавцы не представляются и совсем редко кто спрашивает, как зовут клиента (если речь идет про розницу, понятно, что в [b2b продажах](#) без этого вообще ничего не продашь). Называя свое имя человеку, ты показываешь, что ты ему доверяешь, во многих культурах не представиться это знак неуважения. Кроме того, ты становишься не просто продавцом, а человеком. И если продавцу люди не доверяют, то человеку вполне. При этом не делайте приветствие шаблоном: «добрый день, меня зовут Вася, я продавец», это значит не придавать значение своему имени. У клиента нужно узнать, как к нему лучше обращаться. В дальнейшем диалоге обязательно называйте его по имени, все любят свое имя и людям приятно, когда к ним обращаются по имени.

Важно дать понять клиенту:

1. Кто вы
2. Какую компанию вы представляете, о чём пойдёт разговор

Я настоятельно рекомендую не умалчивать какую компанию вы представляете. Это как минимум не хорошо по отношению к клиенту. Ложь не самый лучший фундамент для доверительных отношений. Поэтому не врите клиенту, пусть лучше вам сразу скажут, что это не интересно. Ничего страшного, вы быстрее продадите если будете искать клиента, а не пытаться продать тому, кто не хочет.

### **Заинтересовать клиента**

Вы должны заинтересовать человека, он должен захотеть получить у вас консультацию. Если этого не произошло после приветствия и представления, вы должны сделать переход от знакомства к непосредственно товару. В первых фразах можно не говорить про товар, то сейчас нужно в любом случае начать, так как впереди следующий этап — [выявление потребностей клиента](#).

Для того чтобы вызвать интерес у клиента есть различные способы. Можно рассказать про акцию, можно сказать что у вас уникальный товар и у него нет аналогов. Можно сходу предложить клиенту экономить. Вы должны знать сильные стороны своего продукта и должны чётко понимать, что вы можете предложить. К примеру, вы продаёте очень дорогие ножи, которые не требуют заточки. Можно спросить у клиента – а вы знаете сколько человек тратит времени на заточку ножей? И если для клиента это интересная тема для разговора, он заинтересуется, если нет, то нет.

Главное помните – если вы работаете в продажах, вам придётся слышать отказы. Причём намного чаще чем заключать сделки и важно уметь из них извлекать уроки. Обращайте внимание на реакцию клиента на ваши слова, если вы видите, что вы не заинтересовываете людей меняйте формулировки и придумывайте другие способы вступления в контакт.

### **Задать вопрос**

Этот пункт многие продавцы упускают из виду, хотя он стратегически он имеет огромный вес в налаживании контакта. Часто продавец сразу выдаёт клиенту длинный монолог, который проговаривает, быстро не дав клиенту вставить слово. И после этого услышав возражение, продавец теряется и не знает, что сказать. Всё контакт потерян. Для того чтобы такого не происходило, старайтесь сразу развивать диалог с клиентом, задавая правильные вопросы. На этой стадии нельзя задавать вопросы, на которые клиент может



сказать «нет», поэтому используйте альтернативные вопросы, открытые вопросы (если они уместны) или вопросы на которые клиент точно скажет да.

### **Инструменты для налаживания контакта**

Для эффективного вступления в контакт с клиентом нужно провести много работы над собой. Повторю ещё раз: установление контакта – это самый подготовленный и отрепетированный этап продаж. Вот что вам необходимо подготовить.

### **Рабочий скрипт продаж**

Речевая фишка – это фраза с которой вы обращаетесь к клиенту. Здесь не должно быть импровизации, вы должны чётко знать, что вы скажите. Кроме того, у вас должны быть сформированы и отрепетированы ответы на самые часто встречающиеся возражения клиентов при установлении контакта. А поверьте – эти возражения будут возникать в большинстве случаев, это своеобразный защитный механизм клиента. Он защит в наше бессознательное, поэтому не расстраивайтесь, всё что нужно это быть подготовленным и знать, что вы говорить.

Избегайте в речевом модуле слов «у нас», «в нашем» не противопоставляйте вашу компанию и клиента. Вы не на ринге, вы должны быть союзниками, наоборот сразу формируйте мнение что вы будете теперь вместе всегда.

Удаляйте из скрипта все слова, убрав которые смысл не измениться. Упрощайте скрипт, используйте сильные слова. Изучите [что такое слова триггеры](#) и старайтесь использовать их уже при установлении контакты.

### **Интонация, Эмоции, Харизма**

Если вы хорошо знаете, что говорить, то ваш мозг не будет тратить силы на вспоминание правильного [скрипта продаж](#) и вы сможете полностью сосредоточиться на правильности исполнения вашей роли. Каждая ваша фраза должна иметь правильный эмоциональный окрас, в основном это достигается за счёт – интонации голоса, ритма и громкости. Рекомендую изучить статью про [паравербалику в продажах](#). Помните про стратегическую задачу понравиться клиенту. А кто в основном нравится – уверенные, спокойные и сильные люди. Чтобы произвести впечатление такого человека вам следует качественно проработать интонацию каждой фразы. Приведу пример скрипта, которым могут пользоваться продавцы в магазине:

*Добрый день* – громко, чётко и уверенно. Когда будет произносить последние буквы слова «день» можно слегка улыбнуться. Обязательно нужно сделать паузу, дав возможность клиенту вам ответить.

*Меня зовут Алексей, я специалист, отдела бытовой техники* – слова «я специалист» нужно выделить небольшими паузами и проговорить медленнее, остальные слова постараться произнести чуть быстрее как бы между делом.

*Вы себе товар выбираете, или в подарок?* – эта фраза должна звучать не навязчиво, как бы между делом.

*Отлично, вам повезло, что сегодня зашли в магазин, сейчас сезонная распродажа, давайте я задам Вам пару вопрос для того чтобы подобрать для Вас лучший вариант?* – слова «отлично», «вам повезло», «распродажа», «лучший вариант» нужно произнести громче чем остальной текст, с улыбкой и позитивом. Вы должны постараться передать клиенту эмоцию радости, поэтому фраза должна звучать так чтобы у клиента приподнялось настроение.

Хороший речевой модуль не пишется в офисе, он дорабатывается в процессе продаж..

Перед тем как подходить к клиенту, настройтесь эмоционально. Вам нужно быть максимально сконцентрированным на своих эмоциях, отбросьте всё что на вас довлечет – личные проблемы, негативные эмоции от предыдущего контакта — всё это не должно вам мешать.

### **Невербалика**

Про [невербальное общение в продажах](#) говорится очень много, поэтому не буду много писать о всех тонкостях. Суть простая, язык тела (мимика и жесты) очень важен, и он

является частью вербального общения. Не получится произвести впечатление уверенного человека, если вы будете замкнуты внешне. В этом плане проще работать в продажах по телефону, вас клиент только слышит, и вы можете всё внимание уделить правильному произношению. Если вы продаёте в живую, то работать над своим невербальным поведением нужно будет очень много.

### **Внешний вид**

При всей очевидности данного пункта, многие продавцы им пренебрегают и одеваются, и выглядят как попало. Я встречал продавцов от которых пахло потом, которые были не причёсаны и даже с запахом алкоголя. Помните, что правильный внешний вид дополнит ваш образ и поможет вам, а не правильный помешает достигнуть поставленных целей. Можно не любить правильно одеваться и хорошо выглядеть, но отрицать очевидные вещи бессмысленно. Для продавца правильный внешний вид — это гарантированное увеличение дохода. К сожалению, только на нём выехать не получится, но без него печально.

## **Практическое занятие №7**

### **Тренинг: «Как справиться со страхом и избавиться от чувства тревожности перед контактом или публичным выступлением»**

**Цель:** формирование навыков публичного выступления. Знакомство с методами коррекции скованности и волнения перед выступлением.

#### **I. Вводная часть**

**Преподаватель:** Добрый день, уважаемые участники тренинга. Я рада приветствовать вас на занятии. Цель которого – коррекция скованности и волнения перед выступлением.

1. Озвучивание ведущим правил работы в группе. (2 мин.)

- Доверительный стиль общения;
- Общение по принципу «здесь» и «теперь»;
- Высказывание только от собственного лица;
- Конфиденциальность всего происходящего в группе;
- Активное участие во всех упражнениях;
- Уважение к говорящему, принцип активного слушания.

**Преподаватель:** Все согласны с данными правилами? У кого-то есть дополнения, предложения?

**Преподаватель:** Сейчас я предлагаю провести знакомство по кругу.

2. Упражнение «Знакомство»

Назовите, пожалуйста, свое имя и ответьте на вопрос: Что такое для вас «Публичное выступление?»

*Психолог делает вывод, что публичное выступление – выступление перед любой аудиторией.*

**Преподаватель:** Вот этим вы сейчас и займетесь. Будете выступать перед собравшейся аудиторией

3. Упражнение «Самопрезентация».

**Преподаватель:** Ваша задача состоит в следующем: в течение 2 минут придумать устно текст о себе, который вы будете произносить в течение 1 минуты.

– Кто готов выступить с самопрезентацией. (*Выступает 1 ребенок в течение 1 минуты*)

**Преподаватель:**

– Как вы себя чувствовали во время выступления?

– Что-то мешало при выступлении?

– Из-за чего прекратили речь раньше, чем истекла минута?

**II. Основная часть (15 мин.)**

Большинство из вас наверное со мной согласится, что \_\_\_\_\_ был поставлен в ситуацию стресса. Действительно, публичное выступление – это ситуация стрессовая.

Практически любой человек испытывает, в этот момент, волнение и чувствует ответственность.

Публичное выступление достаточно часто вызывает волнение и тревогу. А вдруг я что-то забуду? Растеряюсь и не смогу справиться со своими эмоциями? Не сумею ответить на вопросы? Моя речь будет неинтересна аудитории?

Многие считают, что страх перед выступлением на публике испытывают только люди робкие и стеснительные. На самом деле через такие переживания проходит практически каждый. Даже многие опытные ораторы испытывают волнение, когда выходят выступать с новой темой или перед незнакомой аудиторией.

Как ни удивительно это звучит, но страх перед публичными выступлениями – одна из самых распространённых фобий на Земном шаре (по статистическим данным страх публичных выступлений занимает первое и второе места в разных странах).

#### **Вопросы аудитории:**

- А приходилось ли вам когда-нибудь и где-нибудь выступать? (*Ответы участкиков*)
- Как волнение проявлялось у вас? (*Ответы участников*)
- Выберите и назовите, какие из этих признаков сопровождали вас во время выступления:
  - Дрожь (в руках, коленках),
  - Перехватило дыхание,
  - Забывчивость элементов,
  - Глаза в потолок, или в пол,
  - Комок в горле,
  - Учащенный пульс,
  - Хрипота в голосе,
  - Язык деревенеет, а иногда даже лицо, шея покрываются красными пятнами.
- Что же делать? Как побороть страх перед выступлением? Именно об этом мне и хотелось с вами поговорить.

#### **МЕТОДЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ СКОВАННОСТИ И ВОЛНЕНИЯ (СЛАЙД 4)**

##### **Выявляем причину страха**

Чаще всего причиной **волнения перед выступлением** является внутренняя неуверенность. Как будут настроены слушатели? Какие будут вопросы? А если начнут критиковать? Поймут ли меня? Достаточно ли хорошо я подготовлен? Можете вспомнить ваше предыдущее выступление, возможно, это поможет выявить причину волнения.

##### **Работаем над преодолением причин волнения и страха**

Прежде всего, помните, что перед вами «всего лишь люди», такие же, как и вы. Если вы отвечаете перед классом, то прекрасно понимаете, что каждый был на вашем месте и так же нервничал и переживал. В большинстве случаев слушатели сознательно настроены на восприятие выступления, они дружелюбны и желают вам только успеха.

Сосредоточьтесь на том, что за допущенные ошибки вас не выгонят из аудитории и не посадят в тюрьму, если предположить, что это – самое страшное.

##### **Хорошая подготовка к ответу или выступлению – это большая часть уверенности.**

Обязательно продумайте и составьте план ответа, выступления. При его составлении, обратитесь к нескольким литературным источникам, найдите общие положения и то, что их отличает, отметьте это в плане.

Не стоит читать текст, не отрывая глаз от печатного источника. Зрительный контакт поможет удержать внимание аудитории, и угадать настроение слушателей, что даст возможность остановиться на чём-либо более подробно и получить обратную связь. По ходу выступления можно задавать вопросы, которые будут активировать внимание слушающих, если вдруг вас перестанут слушать: «А как вы думаете?», «Вы хотите что-то добавить?».

Удобно, когда текст выступления делится на отдельные, связанные между собой части, которые можно оформить на небольших пронумерованных карточках, а самые важные мысли и детали стоит выделить другим цветом.

Ориентируйтесь на слушателя: подумайте, чего он ждёт от вашего выступления, что будет ему интересно, а что непонятно. Продумайте вопросы, которые могут возникнуть после выступления и подготовьте ответы на них.

### **Сохраняем уверенный вид**

Слушатели чувствуют уверенность выступающего. Если вы внушите им веру в ваши возможности, сами поверите в себя ещё больше. Обратите особое внимание на вступление речи: не спешите, делайте паузы тогда, когда это необходимо, не смущайтесь, если случайно оговоритесь.

Позаботьтесь о своем внешнем виде: классическая комфортная одежда, чистая обувь, аккуратно уложенные волосы, ухоженные ногти.

### **Преодолеваем страх действием**

**Преподаватель:** Человеческий организм представляет собой совершенную систему, в которой психические процессы связаны, с физическими. Мышцы тела всегда реагируют на то, что происходит в центральной нервной системе. Мозг, в свою очередь, может реагировать на то, что происходит в теле. Используя этот принцип, я предлагаю научиться управлять физическим состоянием. Для того, чтобы тело вас слушалось не только в спокойной обстановке, но и в стрессовой ситуации, необходимо развить мышечную память. Мышцы должны хорошенько запомнить состояние свободы, для того, чтобы в нужный момент вы потратили минимум усилий для приведения себя в равновесие. Помимо этого, необходимо научиться, безошибочно осознавать места напряжения, т.е. воспитать «мышечного контролёра». Для этого, я предлагаю Вам использовать следующие упражнения:

Небольшая разминка непосредственно перед выступлением.

#### **1. Перехватило дыхание**

При волнении рефлекторно увеличивается частота дыхания (волнуясь, мы дышим часто и поверхностно). А так как все в организме человека все взаимосвязано, то при сознательном контроле дыхания изменяется и психологическое состояние человека.

Научившись контролировать свое дыхание и управлять им, вы научитесь контролировать такие чувства, как волнение, страх, паника. Медленное и глубокое дыхание поможет уменьшить тревожное состояние. Воспользуйтесь следующими дыхательными упражнениями перед выступлением:

- Сделайте несколько глубоких вдохов с произнесением на выдохе любых слов с употреблением гласной «у». Например: ух, круг, пух...
- Упражнение «Пушинка» подышите так, как-будто перед носом у вас пушинка. И ваша задача ее не потревожить.
- Дышим диафрагмой. Упражнение «Беременный бегемотик».

#### **2. Комок в горле**

Сосредоточить свое внимание на этом комке. И не бороться с ним. А наоборот. Помогать ему. Представьте его (комок) больше и тяжелее, каким либо цветом. «Попытайтесь», потому что при таком внимании комок начнет таять и уменьшаться.

Упражнение «Поглаж-ка» (гладим себя по шее)

Таким образом мы уменьшаем мышечные зажимы и согреваем горло.

**3. Дрожь в коленках** (и другая нервная дрожь). Направьте свое мысленное внимание в дрожащее место. Обычно сразу же помогает. Если еще нет – то сознательно принудите эти коленки дрожать. А еще лучше подражать всем телом. И произвольная дрожь сама уймется. Потрите круговыми движениями свои колени.

#### **4. Зажаты лицевые мышцы**

- Быстро подвигайте челюстью вперед-назад, это поможет расслабить лицевые нервы, чтобы ваше лицо не напоминало маску античного театра.
- Помассажуйте место соединения верхней и нижней челюстей круговыми движениями.
- Упражнение «Улыбка»

## 5. Мокрые ладони

Энергично помотайте кистями, пошевелите пальцами, разомните ладони. Данная гимнастика помогает снять парализующий эффект волнения, стимулирует речевой аппарат; скорость вашей реакции и красноречие ощутимо повышаются.

## 6. Скованность во всем теле

Энергично пройдитесь, помашите руками. Физическая активность способствует снятию нервного напряжения.

## 7. Тренируйте голос

Хорошо управляемый, сильный голос может рассказать о Вашей уверенности аудитории, даже если Вы очень волнуетесь.

Упражнение: Покричим, потопаем, похлопаем.

Найдите удобную позу для выступления.

Обычно это или ноги стоят на ширине плеч или одна нога чуть отставлена вперед (попробуйте и потренируйтесь сами)

В случае нарастания беспокойства во время выступления помогут любые движения.

Можно походить, взять в руки что-либо: ручку, компьютерную мышку, наглядное пособие. Придумать повод для аплодисментов и поаплодировать вместе с залом.

**Преподаватель:** Я предлагаю вам занять свои места, а участнику, который выступал в начале тренинга – снова испытать свои силы.

**Задача та же самая:** рассказать о себе в течение 1 минуты.

### Вопросы участнику:

– Как вы себя чувствовали во время выступления?

– Что-то мешало при выступлении?

– Я вас поздравляю, т.к вы говорили о себе чуть больше времени, чем это было вначале занятия.

## III. . Заключительная часть

Одно из основных и эффективных способов борьбы со страхом – это практика.

Чтобы избавиться от страха, необходимо постоянно его преодолевать. Примерно после пятого-шестого (регулярного!) выступления перед публикой страх постепенно начнёт убывать. Практика, практика и еще раз практика.

Как утверждал знаменитый баскетболист Майкл Джордон «Чем больше я тренируюсь, тем больше мне везет».

### Рефлексия

Вопрос по кругу:

- Участвовали ли вы в подобных тренингах ранее?
- Получили ли вы какие-либо полезные для себя знания и если да, то какие?

**Преподаватель:** Надеюсь, что все полученные знания вам пригодятся. Ведь, кто хочет перестать бояться, может начать выступать.

## Практическое занятие №8

### Формирование таблицы «Признаки, показатели и результаты установления контакта»

Цель: освоение технологии оценки собеседника, практическая отработка навыков установления контакта в ситуации межличностного взаимодействия в процессе выполнения профессиональной деятельности.

*«Каждый раз, когда я вижу, к каким серьезным последствиям приводят мелочи... я думаю о том, что мелочей не бывает».*

*Брюс Бартон.*

Подготовка к занятию:

1. Подготовить ответы на следующие вопросы:
  - Преимущества построения общения на основе психологического типа собеседника.
  - Невербальные и вербальные средства общения.

- Установление контакта (раппорт): управление коммуникацией через бессознательные ключи доступа; приёмы установления контакта (подстройка) к собеседнику с учётом психологического типа собеседника, подстройка к собеседнику.
- Способы поддержания и прерывания вербального и невербального контакта с собеседником.
- Приёмы управления вниманием собеседника.
- Эффективное завершение коммуникации.

Ход занятия:

1. Экспресс-опрос по основным понятиям курса.
2. Обсуждение вопросов, обобщение знаний по теме:
  - 1) позы и жесты собеседника;
  - 2) контакт глазами (визуальный);
  - 3) общее выражение лица:
    1. складки на лбу;
    2. область носа;
    3. рот и губы;
    - 4) мимические проявления эмоциональных реакций человека;
    - 5) выбор дистанции при общении:
      - прикосновения;
      - рукопожатия;
      - походка;
    - б) манера говорить:
      - скорость речи;
      - громкость речи;
      - отчетливость;
      - высота голоса;
      - окраска звучания;
      - дыхание собеседника;
3. Заполнение таблицы.

Отработка практических навыков оценки психотипа собеседника и установления контакта.

#### **Разминка: упражнение «Молекулы».**

Цель упражнения: раскрепощение участников.

Инструкция: «Представим себе, что все мы атомы. Атомы выглядят так (показать). Атомы постоянно двигаются и объединяются в молекулы. Число атомов в молекуле может быть разное, оно определяется тем, какое число я назову. Мы все сейчас начнем быстро двигаться, и я буду говорить, например, три. И тогда атомы должны объединиться в молекулы по три атома в каждый. Молекулы выглядят так (показать)».

Возможная модификация: скорость движения атомов и собранных молекул зависит от температуры окружающей среды. Если ведущий называет отрицательную температуру, движение замедляется или даже останавливается, при повышении – ускоряется.

По завершению упражнения можно задать вопросы:

- Как вы себя чувствуете?
- Все ли соединились с теми, с кем хотели?

#### **Упражнение «Автобус»**

Цель упражнения: отработка гибкости невербального поведения

Участники разбиваются на парочки. Инструкция следующая: «Сейчас вы пассажир автобуса. По сигналу «Красный» автобус останавливается на светофоре. Вдруг вы видите во встречном автобусе человека, которого вы давно не видели. Вы хотите договориться о встрече с ним в каком-то определенном месте и в определенное время. В вашем распоряжении – одна минута, пока автобусы стоят у светофора. По сигналу «Зеленый» загорается зеленый свет и автобусы разъезжаются».

После невербального проигрывания, участники тренинга делятся информацией о том, как они поняли друг друга. Обсуждают, каким образом владение невербальными средствами общения влияет на качество выполнения профессиональной деятельности?

#### **Упражнение «Испорченный телефон»**

Цель упражнения: совершенствование навыков невербальной коммуникации; общение без помощи слов; способности понимать партнера на невербальном уровне.

Из зала выбираете пять человек, четыре из них выходят из комнаты. Пятому даёте текст: «У отца было 3 сына. Старший умный был детина, средний был ну так себе, младший сын был не в себе». Он должен без слов показать этот текст четвертому человеку, тот третьему, тот второму, и затем первому. Для лучшего запоминания первый человек может проговорить текст несколько раз. Потом, начиная с самого последнего человека, вы расспрашиваете, о чём был текст истории. Можно просить повторять текст, если тот, кому он передается, не понимает его.

Обсуждение того, какие средства рассказчик использовал для передачи сообщения. На что обращал в первую очередь внимание слушатель. Насколько слушатель менял коммуникативные средства, становясь рассказчиком.

Каким образом выявленные закономерности общения могут проявиться в процессе делового общения? Что необходимо учитывать, чтобы избежать негативных эффектов при восприятии и передачи информации?

#### **Упражнение «Побег из тюрьмы»**

Цель упражнения: развитие способностей к эмпатии, пониманию мимики, языка телодвижений.

Участники группы становятся в две шеренги лицом друг к другу. Ведущий предлагает задание: «Первая шеренга будет играть преступников, вторая - их сообщников, которые пришли в тюрьму, для того чтобы устроить побег. Между вами звуконепроницаемая стеклянная перегородка. За короткое время свидания (5 минут) сообщники с помощью жестов и мимики должны «рассказать» преступникам, как они будут спасать их из тюрьмы (каждый «сообщник» спасает одного «преступника»)). После окончания игры «преступники» рассказывают о том, правильно ли они поняли план побега.

Обсуждают, каким образом владение невербальными средствами общения влияет на качество выполнения профессиональной деятельности?

#### **Упражнение «Зеркало»**

Цель: отработка навыков подстройки к партнеру по общению.

Инструкция: «Сейчас вам предлагается выполнить несколько несложных заданий, вернее сымитировать их выполнение. Для первого выполнения потребуется 2 участника».

Пара участников выходит вперед. Один из них — исполнитель, а другой — его зеркальное отражение, подражающее всем движениям исполнителя. Остальные участники группы — зрители, они наблюдают за игрой пары и выставляют партнеру, играющему роль зеркала, оценку за артистизм. Затем партнеры в паре меняются ролями. Пары по очереди меняются, таким образом перед группой выступают все ее участники. Каждый выступает в двух ролях: в роли исполнителя и в роли зеркала. Каждый выполняет по 2 действия. Группа оценивает актеров, играющих роль зеркала, по пятибалльной системе. Затем оценки всех участников будут суммироваться и каждый сможет узнать об успешности своей работы в роли зеркала. Обсудить, как себя чувствовали участники в разных ролях, удобно ли им было быть зеркалом и отображать чужие действия.

Предлагаемые действия: пришить пуговицу, погладить белье, испечь пирог, собраться в дорогу, зашнуровать ботинки, выступить в цирке, помыть голову, подмести пол, убраться в комнате, нарисовать картину, посадить картошку, приготовить салат...действия могут добавляться в зависимости от количества участников.

Обсуждение. Каким образом умение работать в паре, команде влияет на качество выполнения профессиональной деятельности? Что необходимо для того, чтобы как можно быстрее «сработаться» с тем или иным человеком?

### **Упражнение «Интервью»**

Цель: отработка навыков установления контакта, анализа особенностей и поведения собеседника.

Группа предварительно разбивается на пары по случайному признаку.

Инструкция: «В течение трех минут вы должны взять друг у друга интервью. Затем вы будете рассказывать группе, что узнали нового о своем партнере по общению и добавите один ложный факт. Остальные должны внимательно слушать и найти ошибку».

Обсуждение:

- Какие чувства вы испытывали, когда задавали вопросы? Когда отвечали на них?
- Что помогло вам расположить собеседника к себе, настроить его на искренние ответы?
- Каким образом вы определяли, что в рассказе о человеке правда, а что нет?

### **Упражнение «Аплодисменты»**

Цель: эмоциональная разрядка участников в конце занятия.

Инструкция: «Мы хорошо поработали сегодня, и мне хочется предложить вам игру, в ходе которой аплодисменты сначала звучат тихонько, а затем становятся все сильнее и сильнее.»

Ведущий начинает тихонько хлопать в ладоши, глядя и постепенно подходя к одному из участников. Затем этот участник выбирает из группы следующего, кому они аплодируют вдвоем. Третий выбирает четвертого и т.д. последнему участнику аплодирует уже вся группа.

В конце занятия попросить участников высказать обратную связь по прошедшему занятию. Высказаться должны все, можно предложить вариант по кругу или с перекидыванием игрушки следующему участнику.

## **Практическое занятие №9**

### **Практическое занятие-тренинг: Отработка выявления потребностей клиента**

#### **Письменные вопросы**

Время выполнения упражнения: 10 минут.

Время обсуждения: 10 минут.

Общая длительность: 20 минут.

Первое упражнение - письменное. Тренер совместно с участниками записывает на доске перечень возможных потребностей клиентов, включая эмоциональные и рациональные. Далее участники объединяются в пары. Их задача - записать к каждой из потребностей по 3-5 вопросов, которые помогут «вскрыть» ее. Если список потребностей слишком длинный, можно за каждой парой закрепить по 3-4 пункта.

По истечении времени, отведенного на выполнение задания, представители от каждой пары зачитывают свои вопросы вслух. Другие пары и тренер обсуждают, насколько получилось решить задачу. В наиболее сложных случаях возможно общее обсуждение вопросов.

#### **Ролевая игра**

Время выполнения упражнения: 15 минут.

Время обсуждения: 5 минут.

Общая длительность: 20 минут.

Участники объединяются в тройки, где распределяют между собой роли:

- «Клиент», который загадывает себе 1-2 потребности (про себя, вслух НЕ называет). В процессе игры он сотрудничает и честно отвечает на вопросы.
- «Продавец», его задача – с помощью вопросов выявить потребности, которые загадал «клиент». В этом упражнении «продавцу» запрещено что-либо презентовать – это очень важно!
- «Арбитр» - наблюдает за происходящим, но вмешивается в игру лишь тогда, когда участники отвлеклись от сценария (перешли к презентации, обсуждению товара, клиент



начал возражать и отказывать и т.д.). В этом случае он говорит: «Стоп!» и просит вернуться к заданным условиям.

Через каждые 5 минут участники меняются ролями. Каждый из них должен побывать клиентом, продавцом и арбитром.

Тренер (модератор игры) следит за тем, чтобы участники не отвлекались от заданного сценария, не делали больше, чем сказано. Можно сначала разыграть 1-2 демонстрации на группу с комментариями тренера, а затем выполнить это же упражнение в тройках. По окончании упражнения участники делятся впечатлениями, обсуждают, что получалось, что не получалось, какие выводы они сделали. На этом этапе задача тренера – провести анализ основных ошибок.

Упражнение выполнено правильно, если загаданная «клиентом» потребность была угадана. Но главная цель тренировки заключается не в этом, а в том, чтобы каждый участник твердо усвоил: чтобы узнать о потребностях клиента, нужно задавать ему вопросы.

### **Карусель**

Время выполнения упражнения: 15 минут.

Время обсуждения: 5 минут.

Общая длительность: 20 минут.

Данное упражнение похоже на предыдущее, но рассчитано на группу большего состава, и здесь отсутствует роль арбитра.

Участники делятся на 2 равные группы и становятся так, чтобы образовалось 2 круга: внутренний и внешний. Внутренний круг стоит спиной внутрь, внешний – спиной наружу, чтобы напротив каждого был свой партнер. Участники из внешнего круга играют роль клиентов, каждый из них загадывает про себя какую-то одну потребность из списка. Внутренний круг выполняет роль продавцов, его задача – отгадать потребность с помощью уточняющих вопросов.



Участники работают в парах, длительность – 2-3 минуты. Затем внешний круг сдвигается на одного человека по часовой стрелке, и круги меняются ролями: внешний становится продавцами, внутренний – покупателями. Еще через 2-3 минуты происходит следующее смещение и смена ролей. В таком ритме упражнение выполняется до 6-8 смен.

Такое упражнение дает навык работы в динамичных условиях торгового зала, где происходит постоянная смена партнера. Смена партнера и роли позволяет участнику взглянуть на ситуацию со стороны и оперативно подкорректировать свои ошибки.

## **Практическое занятие №10**

### **Практическое занятие-тренинг: Практическая отработка технологии преодоления возражений**

Упражнения для развития навыка парирования возражения

Предлагаемые упражнения ценны не теми результатами, которые мог бы получить человек, их производящий, а теми процессами, которые генерируются в уме человека, их выполняющего.

Это примерно так же, как спортсмен, например, делает пробежку по утрам не с целью стать чемпионом мира в конце утренней беговой дорожки, а просто с уверенностью в том, что, выполняя регулярно комплекс подобных упражнений, он все же будет приближаться к заветной цели.

Хотелось бы отметить, что правильное, а главное регулярное выполнение предлагаемых упражнений не только способно разогнать скорость вашего мышления до определенного профессионального уровня, но еще и придает ему некоторую направленность, приводящую к реальным успехам в освоении техники ведения переговоров.

### **Упражнение «Со словами» — № 1.**

Возьмите три слова, напрямую относящихся к продукту ваших продаж. Например, если вы хотите продать внуку Ване идею того, что манная каша вкусная и полезная и все дети обязательно едят ее по утрам, вы, соответственно, берете эти ключевые слова—дети, манная каша, едят, по утрам. Если же у вас в процессе переговоров участвуют, например, такие слова, как: экскаваторы, конкуренты и твердые породы — то их-то и необходимо взять как ключевые слова, используемые в упражнении.

Теперь, когда слова отобраны, возьмите чистый лист бумаги и, используя ключевые слова, составьте как можно больше предложений, каждое из которых должно обязательно включать весь комплект установленных слов. Окончания в словах можно изменить так, чтобы сохранить контекст предложений.

Например, у нас есть слова — дети, каша, есть, утро.

Не трудно сообразить, что можно получить, например, такие предложения: «Дети утром ели кашу».

Или что-то типа такого: «Дети утром отказались есть кашу».

Постепенно, если вы отнесетесь к процессу творчески, у вас откроется второе дыхание и вы додумаетесь до чего-то такого:

«Утром по телевизору, в рекламном ролике о каше, показывали детей».

Я хотел бы обратить ваше внимание, что если ключевыми словами к упражнению выбраны именно те, которыми вы оперируете каждый день, например, для охранника можно взять такие, как: проходная, посетитель, пропуск. Тогда предлагаемое упражнение не только поможет вам освободиться от большого количества стрессов и болезненных воспоминаний, связанных с вашей работой, но и откроет новые границы осознания ваших обязанностей и возможностей в данной области.

Возможно, что в процессе выполнения этого упражнения вы столкнетесь с такими неожиданными проявлениями вашего организма, как сонливость, головная боль, усталость или раздражение. Ни в коем случае не останавливайтесь. Вы на верном пути. Через некоторое время вы почувствуете себя гораздо лучше. Обращаю ваше внимание, что это упражнение не имеет ограничений ни по времени, ни по количеству составленных вами предложений.

После того как вы составите достаточно много (не меньше ста) предложений для выбранной вами комбинации ключевых слов, попробуйте изменить набор ключевых слов и повторите упражнение заново.

### **Упражнение «Со словами» — № 2.**

В каждой профессии обязательно существует та дежурная фраза, которую представителю этой профессии приходится произносить десятки, а иногда и сотни раз в день. Например, привычное для многих охранников — «Ваши документы, пожалуйста». Или такое

знакомое многим секретарям — «Представьтесь, пожалуйста». Дело в том, что подобная «автоматизация» общения хороша в тех профессиях, где от человека, произносящего слова, не очень-то зависит динамика переговорного процесса в целом.

Для продавца, например, ведущего важную сделку, неправильно сказанное слово иногда чревато провалом всех достигнутых ранее договоренностей. С помощью предлагаемого ниже упражнения вы смогли бы немного размягчить свое общение, сделать его более подвижным и аккуратным.

Для начала запишите на листе бумаги ту ключевую фразу, которую вы используете в своей работе для того, чтобы привлечь внимание клиента, либо для того, чтобы объяснять ему причину вашего визита или звонка.

Например, в моем случае это — «Купите у меня эти «игреки»!»

Теперь попробуйте выразить ту мысль, которую несет эта фраза, исключая те слова, из которых она состоит. Вам можно составлять любые предложения в любом количестве, но нельзя использовать слова, из которых состоит ключевая фраза. В моем примере я могу составить любые предложения, и они могут включать любые слова, кроме таких слов, как: купить, я, «игреки», меня, а также производные этих слов. Хотел бы напомнить, что ваши сконструированные исходя из предложенных правил предложения обязательно должны сохранить тот смысл, который заложен в ключевой фразе.

У меня, например, после недолгих раздумий получилась следующая фраза: «Заказ на то, что вы держите в руках, мы можем оформить прямо сейчас».

### **Упражнение «Телепатическая атака»**

Задача этого упражнения состоит в том, чтобы научиться подробно и дословно записывать все, что говорит клиент, возражающий на нулевом уровне, не вступая при этом с ним в диалог.

Первый этап:

Попросите кого-нибудь из собеседников выполнить какое-нибудь ваше поручение. Если ваша просьба вызвала возражения, не торопитесь их преодолеть. Просто попробуйте как можно точнее законспектировать те «фразы отказа», которые он вам произносит.

Например, ваш собеседник говорит вам: «Я не буду с вами разговаривать на эту тему по телефону, у меня сейчас много важных дел».

Обычно вы записываете у себя в ежедневнике в худшем случае «отказ», в лучшем «занят».

Ваше задание в рамках этого упражнения — дословно записать именно то, что говорит клиент, а не тот вывод, который вы могли бы сделать на основе сказанного.

Второй этап:

Попробуйте теперь перефразировать законспектированную вами в предыдущем этапе отговорку как инструкцию к действию.

В моем примере это могло бы выглядеть примерно так: «Когда у меня много важных дел, я ни с кем не буду разговаривать по телефону».

Третий этап:

Повторите собеседнику свою просьбу, предварительно проговорив его «вероятную» отговорку. В рассматриваемом примере это могло прозвучать бы примерно так: «Я знаю, что ты не разговариваешь по телефону, когда у тебя много важных дел. Все же ты не мог бы ответить на пару моих вопросов!»

### **Упражнение «Инсталляция компетентности»**

Еще в древнем Китае было замечено, что способность допускать в свой ум убеждения, противоположные своим собственным, делала человека более закаленным по отношению к неприятелю и позволяла сохранять уверенность даже в самых опасных для жизни ситуациях.

Отвечая на предлагаемые ниже вопросы регулярно, вы постепенно научитесь опровергать самого себя, а если вы умеете опровергать самого себя, то опровергнуть утверждения других, скорее всего, уже труда не составит.

Напишите как можно больше доказательств того, что «дорого» означает «качественно».  
Напишите как можно больше доказательств того, что «дорого» не означает «качественно».  
Докажите, что постоянство и определенность в выборе — это признаки состоятельности и совершенства.

Докажите, что постоянство и определенность в выборе — это признаки консерватизма и отсталости.

Приведите как можно больше доказательств и примеров тому, что «популярные продукты обычно дешевеют».

Приведите как можно больше доказательств и примеров тому, что «популярные продукты обычно дорожают».

Докажите, что общение возможно, даже если собеседник считает, что оно не имеет смысла.

Докажите, что общение не возможно, если собеседник считает, что оно не имеет смысла.

### **Упражнение «Провоцирование воспоминаний»**

Воспользовавшись случаем и находясь в удобной для общения компании собеседников, постройте свое общение таким образом, чтобы стимулировать собеседников на воспоминания. Упражняйте свою способность управлять вниманием собеседника, стимулируя его к воспоминаниям определенного характера.

Заставьте, например, собеседника рассказать вам, как он начинал свою учебу в институте.

Пусть он расскажет, как проходил его первый в жизни рабочий день.

А возможно, он вспомнит, как познакомился с вами. Что угодно, что вы пожелаете, будет озвучиваться человеком, если, конечно, вы научитесь брать его внимание под свой контроль.

Упражнение «Работа с условными признаками продукта продажи»

Первый этап упражнения:

Запишите на листе бумаги как можно больше (не меньше ста) условно положительных признаков вашего продукта.

Второй этап упражнения:

Запишите на листе бумаги как можно больше (не меньше ста) условно отрицательных признаков вашего продукта.

Третий этап упражнения. «Калибровка признаков продукта»:

Один из напарников зачитывает произвольно либо условно отрицательный, либо условно положительный признак, а второй — определяет потенциал озвучиваемого признака.

Меняясь ролями время от времени, вы доводите умения друг друга в этом деле до максимально возможного профессионального уровня.

Четвертый этап упражнения.

«Поиск оптимума»:

Один из напарников зачитывает произвольно либо условно отрицательный, либо условно положительный признак, а второй определяет его потенциал. Теперь, определив потенциал произнесенного напарником условного максимума, вы продолжаете диалог так, чтобы направить сознание собеседника к максимуму противоположного знака.

Меняясь ролями время от времени, вы доводите умения друг друга в этом деле до максимально возможного профессионального уровня.

### **Упражнение «Поиск отличий»**

Это упражнение по своей механике напоминает детскую игру «Найди отличия», в ней участникам предлагаются для анализа две на первый взгляд одинаковые картинки, но, концентрируя внимание, участники игры начинают замечать некоторые различия в едва заметных деталях общего для этих двух картинок объекта.

Тот же принцип мы применим для разбора более серьезных ситуаций. Вы берете два одинаковых образца из своего ассортимента и ставите их перед собой. Теперь назовите

один из образцов буквой «А», второй — буквой «Б».  
Представьте себе, что образец «А» — это образец, предлагаемый к продаже в вашей компании, а образец «Б» предлагается к продаже компанией-конкурентом.  
Возьмите чистый лист бумаги и запишите как можно больше (сто, например) отличий, которые существуют между этими двумя образцами.

### **Упражнение «Создание видимых признаков»**

Для этого упражнения вам понадобятся три-пять образцов вашей продукции.  
Вы располагаете образцы на столе так, чтобы их было видно всем участникам игры.  
Дальше каждый участник игры называет видимый признак, который относится к одному из находящихся на столе образцов.  
После чего остальные участники игры по этому названному признаку пытаются определить, о каком из пяти предметов шла речь.  
Если ваши видимые признаки сразу и однозначно дают понять, о чем идет речь, значит вы определенно преуспеваете в том, чтобы использовать этот прием в жизни.  
Небольшое замечание.

Суть игры состоит не в том, чтобы научиться оперировать такими признаками, которые видны с первого взгляда, например: цвет, фактура, особенности дизайна. Больше это упражнение направлено на то, чтобы научиться действительно оперировать видимыми признаками, например, такими: «Это то, что пользуется в нашем отделе особой популярностью среди постоянных клиентов».

Или такими: «На прошлой неделе этого купили больше, чем всего остального».

Или вот такими: «Клиенты любят смотреть, как это упаковывают в их присутствии» и т.д.

### **Упражнение «Формулирование проблемы»**

Для выполнения этого упражнения вам понадобится специальная литература. Возьмите, например, правила дорожного движения, инструкцию по настройке и эксплуатации телевизора, в крайнем случае, какой-нибудь Кодекс законов. Теперь, читая каждое правило, попробуйте пофилософствовать над тем, какую проблему это правило призвано решать, или с какой проблемой это правило связано.

Прорабатывая методично, правило за правилом, вы научитесь видеть в рассказе клиента не только изложение фактов, но еще и попытки рассказать о какой-то насущной проблеме.

### **Упражнение «Определение проблемы с помощью вопросов»**

Один из участников упражнения берет на себя роль «покупателя», а другой — роль «продавца».

«Продавец» формулирует для «покупателя» «продукт продажи». После того как «покупатель» готов обсуждать предлагаемый к продаже образец, «продавец» задает ему следующую группу вопросов:

Что вы думаете об этом предложении?

Предлагали ли вам что-либо подобное раньше?

Пробовали ли вы пользоваться чем-то подобным раньше?

Что мешало вам это приобрести раньше?

Что мешает приобрести вам это теперь?

Вы должны позаботиться о том, чтобы постановка вопросов соответствовала стилистически выбранному для работы с упражнением образу. Можно даже слегка видоизменить предлагаемые вопросы, сохраняя их смысл.

### **Упражнение «Постановка проблемы»**

Возьмите любую еженедельную или ежедневную газету. Теперь, ознакомившись с содержанием части какой-нибудь статьи в этой газете, попробуйте ее озаглавить двумя-тремя словами так, чтобы как можно точнее передать смысл ее содержания.

После этой операции покажите придуманный вами заголовок человеку, незаинтересованному в результатах упражнения, и попросите его рассказать вам, о чем, по его мнению, идет речь в статье, исходя из того, как вы ее назвали.

Чем точнее его догадка будет совпадать с действительным содержанием статьи, тем, стало быть, больших результатов добиваетесь вы в исполнении этого приема.

#### **Упражнение «Определение линии «Клиент — проблема — продукт продажи»**

Внимательно читая возражение, вначале определите непосредственно клиента вашей продажи.

Затем определите сам продукт продажи, и затем создайте проблему между этими двумя позициями.

Для того чтобы разобраться в механике построения подобных рассуждений, вначале смоделируйте все возможные линии, которые могут существовать рядом с клиентом и продуктом продажи, и только потом уже приступайте непосредственно к выполнению поставленной задачи.

#### **Упражнение «Усложнение проблемы»**

Воспользуйтесь одним из выпусков какой-нибудь популярной ежедневной газеты, например, «Коммерсант».

Выберите одну из проблем, поставленных автором в одной из статей.

Теперь усложните эту проблему так, чтобы в результате вашего усложнения проблема выглядела еще более угрожающе.

Если в результате вашего усложнения она вообще заводит ситуацию в тупик, значит вам необходимо еще более творчески подойти к выполнению этого упражнения.

#### **Упражнение «Упрощение проблемы»**

Выпишите несколько проблем своей жизни, которые вы считаете неразрешимыми (для оптимистов по жизни и людей, занятых решением задач, попробуйте использовать те проблемы, которые вы усложняли в предыдущем задании).

Теперь найдите такое действие по направлению к решению этой проблемы, которое вы могли бы выполнить «сейчас же», не прилагая каких-либо особых усилий.

Если все придуманные вами действия кажутся вам недоста-точными или бесполезными, обработайте проблему правильно, так как это описано в предыдущем упражнении.

Если же вы не можете найти ни одного действия, которое вам доступно, продолжайте выполнять упражнение до получения приемлемого результата.

#### **Упражнение «Разработка финишной прямой»**

Шаг № 1.

Внимательно осмотрите свой отдел продаж или магазин и сформулируйте хотя бы одно «улучшение», которое могло бы облегчить приобретение клиентами ваших товаров или услуг.

Шаг № 2.

Работайте над тем, чтобы воплотить найденное «улучшение» в реальность.

Выберите один день в неделе и строго определенное время в этом дне. Продолжайте выполнять предложенные шаги регулярно в выбранное вами время.

### **Практическое занятие №11**

#### **Представление и защита разработанного сценария продажи.**

##### **Учебно-методическое обеспечение**

##### **Основные учебные издания**

1. ИД КноРус ЭБС Организация торговли (торговой деятельности) (для СПО), Иванов Г.Г., КноРус, 2018
2. ИД КноРус ЭБС Разработка методики стимулирования продаж на основе специальной выкладки на примере сети супермаркетов Дикси, Сулимов А.Ю., Русайнс, 2018

##### **Периодические издания:**

4. Современная конкуренция. [Электронный ресурс]: журнал . – М.: Синергия ПРЕСС, 2007. – Выходит один раз в два месяца (2012-2014), № 1-6. – ISSN 1993-7598. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28455.html>
5. Экономический журнал. [Электронный ресурс]: журнал. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2001. – Выходит один раз в месяц (2012-2014), № 1-12. – ISSN 2072-8220

**Интернет-ресурсы:**

6. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ "О техническом регулировании" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_40241/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_40241/)
7. Федеральный закон от 07.02.92 № 2300-1 "О защите прав потребителей" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)
8. Федеральный закон от 26.12.2008 N 294-ФЗ "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_83079/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_83079/)
9. ГОСТ Р 51304 – 2009. Услуги торговли. Общие требования. Введ. 201101-01. М.: Стандартинформ, 2010. 11 с. - Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=489511>

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕННЫХ ЗАДАНИЙ**

Вид работ	Критерии оценки	Баллы
Выполнение задания	Задание выполнено полностью с отличным качеством оформления отчета, рациональным использованием времени, самостоятельным планированием и организацией.	5
	Задание выполнено с незначительными недочетами, хорошее качество оформления отчета, соблюдение отведенного на выполнение задания времени, самостоятельное планирование и выполнение задания при несущественной помощи преподавателя.	4
	Удовлетворительное выполнение задания, помощь преподавателя в планировании и выполнении задания, отдельные ошибки и неточности в формулировках, оформлении отчета, нарушения в организации и планировании работы.	3
	Неудовлетворительное выполнение задания, с грубыми ошибками в отчете и защите работы, без соблюдения, отведенного на выполнение задания времени, неумение самостоятельно организовывать и планировать работу.	2
Выполнение задания с нарушениями сроков сдачи.	Задание выполнено во время консультаций, позже установленного срока оценивается по аналогичным критериям.	3