
ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УСПЕШНЫХ И МЕНЕЕ УСПЕШНЫХ ПРОДАВЦОВ

Бабаев Тосиф Музаффар Оглы

Кафедра психологии и педагогики
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье рассматриваются результаты исследования психологической характеристики общительности продавцов. Проведенный качественный анализ различий в психологических проявлениях общительности успешных и менее успешных продавцов показал, что они проявляются, во-первых, в своеобразии набора, т.е. качественного состава различных переменных общительности; во-вторых, в степени предпочтения тех или иных признаков в реализации общительности.

Ключевые слова: общительность, качественный анализ, успешные и неуспешные продавцы, профессиональная деятельность.

Проведенное нами психологическое исследование ($N = 84$) позволило разделить испытуемых на две группы — успешных и менее успешных продавцов. Основанием такого деления стала результативность их деятельности, т.е. объемы продаж и выручка. Использовались методы наблюдения, беседы и методика измерения общительности (А.И. Крупнов).

Успешное выполнение профессиональных обязанностей окажется невозможным, если не будут учтены его особенности и пожелания, не будет установлен контакт. Для успешного выполнения работы продавец должен обладать хорошо развитыми коммуникативными качествами, умением легко вступать в контакт, выявлять пожелания покупателя, доходчиво объяснять, наглядно демонстрировать товар в действии. Необходимы высокая эмоциональная устойчивость, работоспособность, развитая оперативная память, высокая степень распределения и переключения внимания.

Многие исследователи отмечают, что общительность — основное профессиональное качество продавца. Однако она не должна переходить в навязчивость или угодливость. Хороший продавец не только умеет легко и непринужденно вступать в разговор с покупателем, но и способен активно управлять своими отрицательными эмоциями, т.е. подавлять раздражение, преодолевать смущение. Кроме этого, хороший продавец должен обладать знаниями основ юриспруденции, психологии, товароведения, рекламы. Ни один род деятельности не имеет для экономики более важного значения, чем продажа; ни один род занятий не зависит столь сильно от степени личной инициативы продавца, как реализация товаров.

Успешные продавцы знают предмет своей профессиональной деятельности. Как показали проведенные нами исследования, к основным компонентам деятельности продавцов относятся следующие:

- проверка наличия товара в отделе до начала рабочего дня;
- подготовка товара к продаже (расположение, оформление продукции, расположение ценников);

- подготовка в подсобном помещении тележек и контейнеров с товаром для предотвращения перебора в торговле;
- предложение товара и обслуживание покупателей;
- ознакомление покупателя с ассортиментом и помощь в выборе покупки;
- информирование покупателей о назначении, свойствах и качестве товара;
- предоставление покупателю кратких сведений о технологии производства товара;
- информирование покупателей о ценах, выписка чеков и подсчет стоимости товара;
- выдача товаров по оплаченным чекам или непосредственный прием денег за товар, обмен товара (при предъявлении чека);
- поддержание чистоты и порядка на витрине, рабочем месте в течение рабочего дня и оформление оконных и внутри магазинных витрин.

Успешные продавцы предоставляют полезную для покупателя информацию, повышая тем самым образовательный уровень своего покупателя. Кроме того, они очень внимательно выслушивают клиента, чтобы точно понять, чего тот желает, и таким образом определяют для себя, как они могут помочь потенциальному покупателю приобрести желаемое, и знают, что слушать надо в два раза больше, чем говорить самому.

Успешные продавцы радостно и восторженно встречают и провожают покупателя, а процесс общения с покупателем начинается с приветствия, что во многом определяет первое впечатление клиента о магазине и создает приятную атмосферу, способствующую возникновению доверия. Как правило, они внимательны к интересам покупателя, могут организовать доброжелательную встречу и проявляют искренний интерес к проблеме покупателя.

Успешные продавцы умеют ясно и убедительно говорить, а также отличаются живостью и конкретностью речи, всегда могут расположить к себе покупателя, и в результате последний всегда приобретает какую-то вещь. Они умеют давать полезную для клиента информацию и вызывают клиента на разговор, четко понимая поставленные перед собой цели. Их личные цели совпадают с целями той фирмы, где они работают. Такое совпадение в итоге приводит к успеху и продавца, и фирмы в целом.

Эти продавцы обладают контактностью, умением работать с людьми и приносят прибыль фирме благодаря своему трудолюбию, общительности и настойчивости. Они ведут клиента целенаправленно, полностью владеют всеми вопросами о деятельности фирмы и ни на шаг не отклоняются от выбранной тактики. Успешные продавцы наделены определенным «упрямством» и всегда доводят дело до положительного результата. Свои обязанности они выполняют даже в случае усталости и не проявляют никакой агрессии, не пытаются любой ценой навязать товар клиенту, не тянут клиента за рукав. Им присущи ум, маневренность, умение вести беседу и глубокое понимание направленной работы. Успешные продавцы способны к быстрой реакции в условиях дефицита времени, уравновешенны, проявляют самообладание при конфликтах. Они отличаются от многих своей актив-

ной позицией на рынке и не ждут, пока клиент «забредет» к ним, а сами прикладывают усилия к тому, чтобы найти его и помочь решить значимые проблемы. Для них процесс продажи — это творчество. Они превращают работу в игру, гордятся своими способностями, улыбаются, даже когда на них оказывают давление, заставляют свои страхи и беспокойство работать на себя, учатся превращать отрицательные эмоции в положительные. Когда работает успешный продавец, в дело включается интересный феномен оценки ценности товара. Также продавцы понимают, что люди будут рады заплатить, если будут уверены, что покупают лучшее в данном классе изделия. Некоторые покупатели гонятся за низкой ценой, но успешные продавцы доказывают, что они покупают некачественный товар, и убеждают их сделать покупку товара более высокого класса. Успешные продавцы знают, что чем больше продают, тем большую услугу оказывают другим, своим клиентам, собственной семье, экономике страны в целом.

Успешные продавцы легки на подъем, способны долго работать с неподдающимся клиентом и в конце концов добиться желаемого. Они способны анализировать и прогнозировать ход событий, не только четко выполняют свою работу, но и контролируют дальнейшее развитие событий, просчитывая наперед возможные ошибки. Успешные продавцы тяжело переживают провалы и полосу невезения, поэтому весь свой ум и талант подключают заранее, чтобы предотвратить неудачи. Благодаря этим талантам обычно рождаются новые способы и методы работы с клиентами. Успешные продавцы заранее знают, какой товар предложить, а это требует своеобразного искусства. Как правило, они учитывают возраст, внешность покупателя, возможную профессию и знают, что правильно и эффективно показать — все равно что наполовину продать. Они учитывают индивидуальный характер каждого покупателя. Успешные продавцы способны передавать другим людям свое настроение и эмоциональный заряд, развивают в себе большое самоуважение и всегда гордятся работой, умеют быстро вызывать к себе доверие и сразу устанавливают атмосферу взаимопонимания между собой и потенциальными покупателями. Успешные продавцы делают так, что клиент сам продает себе товар. Они также используют сильные эмоции в процессе продажи, убеждают с помощью эффективного использования языка тела, увеличивают силу воздействия на клиента, овладевая различными средствами, которые применяются в процессе продажи, никогда не тратя свое время зря; «превращают лимоны в лимонад», оборачивая себе на пользу каждую неудачу, отказ и застой в делах и, наконец, умеют вовремя преподнести товар, провести покупателя через все этапы продажи — в этом заключается профессионализм успешных продавцов.

В результате всего этого они всегда имеют большой объем продаж и выручку.

Менее успешные продавцы встречают и провожают покупателя без радости, что, как правило, во многом определяет первое впечатление покупателя о магазине и не создает приятную атмосферу, способствующую возникновению доверия. Продавцы данной группы предлагают свою помощь без должной вежливости, как правило, невнимательны к интересам покупателей и не могут организовать

доброжелательную встречу и радушное приветствие. Они не отличаются активной позицией на рынке и ждут, пока клиент сам «забредет» к ним; не прикладывают усилий к тому, чтобы найти клиента и помочь решить его значимые проблемы.

Менее успешные продавцы не отличаются ясной и убедительной речью, не всегда могут расположить к себе покупателя, и в результате последний не всегда делает покупку. Они не могут обеспечить предоставление полезной для клиента информации. Продавцы этой группы не очень четко понимают поставленную перед ними цель. В этом случае личные цели продавца не совпадают с целями той фирмы, где они работают, поэтому они долго не работают на одном месте и при первой возможности их увольняют с работы. Менее успешные продавцы не обладают контактностью, не умеют работать с людьми, не общительны, не настойчивы. Они не могут «вести» клиента целенаправленно, полностью не владеют многими аспектами деятельности фирмы. Менее успешные продавцы не наделены «упрямством» и не всегда доводят дело до положительного результата. Если они устали, то не могут выполнять свои обязанности и проявляют агрессию. Они не умеют вести беседу и не проявляют глубокого понимания своей работы. Они медлительны, нерасторопны, им присущи плохая память, нечеткая речь.

Менее успешные продавцы не способны долго работать с неподдающимся клиентом и не могут добиться желаемого, не способны анализировать и прогнозировать ход событий. Они нечетко выполняют свою работу и не контролируют дальнейшее развитие событий, не могут просчитывать наперед возможные ошибки. Менее успешные продавцы не могут стойко переносить провалы и полосы невезения, поэтому не могут заранее предотвратить неудачи. Они часто теряются и не знают, какой товар предложить. Как правило, они не умеют учитывать возраст, внешность покупателя и возможную профессию; не могут учитывать индивидуальный характер покупателя. Менее успешные продавцы не предлагают посетить магазин еще раз, забывают подчеркнуть достоинства приобретенной вещи. Они не проявляют снисходительности, эмоционально неустойчивы при принятии ответственных решений, не доброжелательны, не наблюдательны, не умеют управлять собой, своими эмоциями, поступками, поведением и не умеют убеждать. Менее успешные продавцы не расположены к быстрой реакции в условиях дефицита времени, неуравновешенны, при конфликтах теряют самообладание. Продавцы, относящиеся к этой группе, не способны передавать другим людям позитивное настроение и эмоциональный заряд. Они также не способны на сильные эмоции в процессе продажи, не могут убеждать с помощью эффективного использования мимики и жестов; не обращают себе на пользу каждую неудачу, отказ и застой в делах и, наконец, не умеют вовремя преподнести товар, «привести» покупателя через все этапы продажи.

В результате всего этого менее успешные продавцы не всегда имеют большой объем продаж и хорошую выручку и не могут долго работать на одном месте.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Бабаев Тосиф Музаффар оглы. Общительность как базовое свойство личности в коммерческой деятельности (На примере профессии продавца): Дисс. ... канд. психол. наук. — М., 2005.*
- [2] *Глушач Н.Н. Индивидуальные психологические особенности предпринимателей: Дисс. ... канд. психол. наук. — М., 1998.*
- [3] *Каргина Н.В. Сравнительное исследование любознательности, настойчивости и общительности студентов: Дисс. ... канд. психол. наук. — М., 2005.*
- [4] *Романова Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. 2-е изд. — СПб.: Питер, 2004.*
- [5] *Рыбкин И.В. Психологическая подготовка продавца. — М., 2005.*

THE PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTIC OF PROFESSIONAL WORK OF SUCCESSFUL AND LESS SUCCESSFUL SELLERS

T.M. Babaev

Department of Psychology and Pedagogy|
Faculty of Philology
Peoples' Friendship University of Russia
Mikluho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

The results of researching psychological characteristic of sellers' sociability are considered in this article. The qualitative analysis of distinctions in psychological displays of sociability of successful and less successful sellers has proved, that in the first place they are appeared in originality of a set of various variables of sociability, and secondly — in a degree of preference of those or other attributes of sociability realization.

Key words: community (sociability), qualitative analysis, successful and unsuccessful sellers, professional work.