

Главное управление по образованию
Могилевского областного исполнительного комитета

Учреждение образования «Бобруйский государственный
торгово-экономический колледж»

СЦЕНАРНАЯ РАЗРАБОТКА
групповой дискуссии
на тему: «Акценты моей профессии»



Разработал:
преподаватель высшей
квалификационной
категории
Ильнич И.Г.

Бобруйск
2024

Групповая дискуссия «Акценты моей профессии»

Дискуссия (от лат. *discussio* — рассмотрение, исследование) — обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы; спор. Важной характеристикой дискуссии является аргументированность. Обсуждая спорную (дискуссионную) проблему, в которой каждая сторона, оппонируя мнению собеседника, аргументирует свою позицию.

Ведущий:

Магазин — это не только обустройство и дизайн помещений или выбор и завоз ассортимента, но и его персонал. Человеческий фактор особенно важен в сфере торговли, поскольку умение продавцов работать с людьми определяет рентабельность торговой точки в целом и значительно влияет на репутацию торгового предприятия.

Однако даже найм опытных сотрудников не гарантирует успешных продаж, если эффективность их работы невысока. Именно поэтому стоит изучить все актуальные сегодня способы улучшить продуктивность специалистов и, как следствие, обеспечить рост продаж и успешность предприятия.

У людей часто встает вопрос — что значит хороший продавец и как им стать? Эксперты утверждают — это общительный, приветливый, честный, воспитанный и не навязчивый продавец. Успешен тот, кто владеет техниками и правилами продаж, грамотно их применяет в работе

Ведущий:

Как вы считаете, влияет ли на объем продаж внешний вид продавца?

- Большинству покупателей все равно как выглядит продавец, главное — купить товар.

- Конечно, не даром существует в народе поговорка: «Встречают по одежке».

- Продавец как минимум должен выглядеть представительно. Не имеет значения, торгует он квартирами, 3D-принтерами, косметикой, компьютерными программами или топорами для лесорубов.

- Покупателям всегда приятнее общаться с продавцами в свежей выглаженной форме, с подстриженными ногтями и чистыми волосами.

- Уровень доверия выше к тем, кто выглядит хорошо. Если вы наденете костюм, людям будет психологически легче отдать в ваши руки свои кровные деньги. Хотя бы просто потому, что такой внешний вид придает вам статусность и солидность.

- Уставшему бледному человеку не продать туристическую путевку в теплую страну.

Ведущий:

Почему наниматели предъявляют большие требования к профессиональным знаниям продавца? И так ли они необходимы?

- Профессиональные знания, безусловно, необходимы. Что бы не продавал продавец, он должен знать об этом товаре все, чтобы дать грамотную консультацию покупателю.

- Знающий продавец — авторитет, в глазах покупателя. Знание товара рождает уверенность в его качестве.

- Если продавец излучает уверенность, оперирует профессиональными терминами, это подталкивает покупателя к совершению покупки.

- Не согласен. Необходимо знать главное, детали мало кого интересуют.

- Сегодня клиенты разборчивы, поэтому просто подойти и выдать заготовленный монолог — не вариант. Нужно хорошо знать продукт, который продаёте, вплоть до технических характеристик.

- Есть такие люди, которые не могут принять решение в силу разных обстоятельств. Кто-то боится брать на себя ответственность, кто-то бесконечно пытается взвесить все за и против и так далее. В продажах самые тяжелые клиенты именно такие. Они не говорят да, но и категоричного отказа тоже не дают. Вот где требуется профессионализм продавца.

Ведущий:

Как вы считаете, должен ли продавец заниматься саморазвитием?

- Саморазвитие является неотъемлемым условием успешности в любой профессии, потому что производство не стоит на месте, появляются новые товары, новые технологии.

- Саморазвитие способствует развитию профессиональных качеств продавца, расширению его кругозора, эрудиции. Очень часто при устройстве на работу соискателя рабочего места просят продемонстрировать умение поддержать диалог, а для этого он должен обладать большим словарным запасом, уметь понятно и последовательно излагать свои мысли.

- Для любой профессии достаточно обладать базовыми знаниями, а свободное время лучше посвятить отдыху или общению в социальных сетях.

- Хорошими продавцами не рождаются — ими становятся в процессе постоянной практики. Мир меняется, и чтобы продавать, нужно быть гибким,

искать новые подходы, технологии, методы, нужно постоянно совершенствоваться вместе - это положительно отразится на продажах.

- Компетентность в любой сфере деятельности обязательно предполагает владение базовыми знаниями. Этого достаточно для работы продавца.

Ведущий:

На ваш взгляд, какое психологическое воздействие на покупателя оказывает интерьер и экстерьер торгового предприятия?

- Экстерьер и интерьер магазина оказывают первое впечатление на покупателя, от них во многом зависит решение покупателя о том, стоит ли заходить в этот магазин или нет. Например, если человек заходит в магазин и на входе чувствует запах испорченного мяса или гнилого лука, то не каждый захочет пройти дальше, а лучше пойдет в соседнее торговое предприятие.

- Если в магазине приятный запах, то это стимулирует покупателя к совершению покупки. Например, запах кофе возбуждает аппетит и человек обязательно захочет что-то перекусить.

- Если человек пришел за покупкой, то его интересует наличие в магазине товара, а не его интерьер.

- Не согласна. Если зайти в гипермаркет под Новый год, где играет музыка, пахнет мандаринами и елкой, уютно мигают огоньки, то как тут не набрать подарков для всех близких и тысячу мелочей в придачу. А ведь пришел человек исключительно ради десятка яиц для оливье...

- Если зимой подход к одному магазину очищен от снега, а к другому нужно пробираться через сугробы, то большинство людей конечно выберут посещение первого магазина.

Ведущий:

Должен ли продавец обладать коммуникативными способностями?

- Обязательно. Хороший продавец в начале беседы может спросить о настроении клиента, чтобы просто наладить коммуникацию.

- Профессия продавца относится к типу профессий «Человек-Человек» и конечно же требует хорошо развитых коммуникативных способностей.

- Вопросы — двигатель продажи. Именно они позволяют выявлять потребности и подталкивать клиента к нужным действиям. Поэтому продавец должен уметь общаться с покупателем, но не в навязчивой форме.

- Не нужно загружать покупателя лишними вопросами, если он их не задает. Главное - продавать товар.

- Главная задача продавца – продать товар. А энергию лучше потратить на общение с друзьями.

- Идеальный продавец должен чувствовать собеседника, уметь вовремя сказать нужную фразу или промолчать, дав клиенту высказаться.

- Продавец должен строить свой диалог в зависимости от того, что говорит клиент. Если он будет видеть в клиенте собеседника, нуждающегося в понимании и чуткости, а не только кошелек, продажи пойдут лучше.

Ведущий:

Должен ли продавец быть отчасти психологом?

- Клиенты бывают разные, ситуации продажи — тем более, настроение у продавца — тоже. Идеальный продавец должен уметь быстро перестроиться и изменить свое настроение.

- Продавец не должен подстраиваться под настроение людей, если покупатель «встал не с той ноги» - это его проблема.

- Согласен, есть такие поговорки: «На каждый товар есть свой покупатель», «Не купит один – купит другой».

- Продавец должен уметь разбираться в людях, в этом кроется искусство продаж. Людям, склонным к риску, можно смело предлагать новый товар. Большинство людей осмотрительны в выборе товара, поэтому, прежде чем предлагать товар, нужно корректно выявить спрос. Часть покупателей упорно отвергают перемены и скептически относятся ко всем новинкам, продавец должен уметь убедить такого покупателя в преимуществах нового товара.

Ведущий:

Какое образование должен иметь продавец?

- Абсолютно неважно.

- Как минимум – профессиональное.

- В идеале – высшее. Так как это позволит ему продвигаться по карьерной лестнице.

Ведущий:

Важна ли в работе продавца грамотная речь?

- Конечно. Речь – это главный «инструмент» в работе продавца.

- Процесс продажи — это диалог, и продавец должен уметь в доступной форме излагать свои мысли, а для этого он должен обладать богатым словарным запасом.

- Хороший продавец должен уметь говорить о сложных вещах просто и понятно, четко и по делу.

- Важно говорить правильно, но не слишком быстро, выразительно, так, чтобы каждое слово легко воспринималось на слух

Ведущий:

Продавец должен быть экспертом в своем деле, который безукоризненно знает товар, грамотно, не навязывая, представляет его и тем самым убеждает покупателя к покупке.