



Коровина Н.И.,  
Масленицина Н.В.,  
Сосновская Е.В.

Российский государственный  
профессионально-педагогический  
университет

### РАЗРАБОТКА ТРЕНИНГА ПРОДАЖ ДЛЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ

В настоящее время в психологии не существует единого понятия психологического тренинга. В наиболее широком смысле под "тренингом" подразумеваются разнообразные формы групповой психологической работы. При этом не разделяются такие понятия, как групповая психотерапия, психокоррекция и тренинг. В этой связи нам кажется актуальным графическое представление соотношения этих понятий, предложенное И.В. Вачковым.



Рис. 5. Соотношение понятий "психотерапия", "психокоррекция", "обучение" и "психологический тренинг"

Данный рисунок подразумевает "использование активных групповых методов практической психологии для работы со здоровыми людьми с целью решения задач по развитию и совершенствованию" того, что необходимо для улучшения социальной и профессиональной сфер. Исходя из этого, психологический тренинг можно определить как "многофункциональный метод преднамеренных изменений психологических феноменов человека, группы и организации" (Макшанов).

Психологический тренинг имеет достаточно широкую область применения, в том числе для нужд управления и развития персонала организации. Несмотря на огромный спрос в указанной области, она является менее разработанной в теоретическом и практическом планах. Данные тренинги часто проводятся без какого-либо теоретического обоснования и целостного представления о личности и групповой динамике. Мы



попытались учесть отмеченные недостатки и подойти к разработке тренинга с научной точки зрения.

В организациях психологический тренинг обычно применяется для решения следующих задач:

- адаптация сотрудников,
- мобилизация внутреннего потенциала,
- расширение круга возможностей, связанных с особенностями рабочего места,
- обмен опытом,
- овладение новыми знаниями, умениями, навыками,
- сплочение коллектива, формирование команды,
- оценка потенциала сотрудников,
- личностный рост и совершенствование персонала.

Мы разрабатывали тренинг, главным образом, для решения круга задач, связанных с овладением новыми навыками через "проигрывание" (в том числе пополнение недостающих знаний о психологических аспектах продаж, развитие и закрепление навыков работы при выполнении особо важных профессиональных функций). В этой связи психологический тренинг представляет собой доступный метод резкого ускорения обучения в группе благодаря мощному эмоциональному подкреплению и обратной связи.

Таким образом, психологический тренинг, являясь многофункциональным методом преднамеренных изменений, в нашей работе выступал в качестве метода личностных изменений с целью овладения новыми профессионально значимыми навыками через "проигрывание".

Основные подходы к психологическому тренингу: по данным Ассоциации психотерапии и тренинга, в настоящее время можно выделить три основных концептуальных направления в понимании психологического тренинга: психодинамическое, гуманистическое и поведенческое.

Психодинамический подход, прежде всего, включает в себя транзактный анализ, телесно-ориентированную психотерапию и психодраму. Данный подход рассматривает бессознательные процессы в качестве основной детерминанты личностного развития и поведения. В ходе тренинга в рамках этого подхода тренер способствует осознанию сознательных и бессознательных процессов и их конфликта, способствует проявлению бессознательного во внешнем плане.



В рамках гуманистического подхода личность рассматривается с точки зрения самоактуализации, подчеркивается необходимость принятия ответственности за совершенные поступки, стремления к аутентичности. Тренер в рамках этого подхода создает условия для переживания эмоционального опыта, способствующего личностной интеграции, самопринятию и самоосознанию.

Поведенческий подход рассматривает человека исключительно с точки зрения поведения живого существа, зависящего от положительного или отрицательного подкрепления. Тренер в рамках этого подхода способствует выделению неэффективных способов поведения и апробации новых способов в безопасных условиях. Наиболее распространенный вид тренинга в рамках данного подхода – тренинг умений (в том числе тренинги уверенности, лидерства, продаж и т. п.).

Мы придерживались поведенческого подхода и рассматривали разрабатываемый тренинг как форму активного обучения, что обусловлено задачами тренинга и особенностями целевой группы.

Чаще всего, логика построения группового процесса в тренинге не зависит от теоретического подхода. Принято выделять следующие этапы работы с группой:

0. Знакомство, презентация, выработка правил.
- I. Выведение из внутреннего плана во внешний неконструктивных моделей и элементов поведения. Участники решают задачи так, как они это делали обычно, до тренинга.
- II. Построение модели идеального поведения во внешнем плане. Применяя различные стратегии, тренер и участники находят оптимальные модели поведения в каждой конкретной ситуации.
- III. Модификация поведения участников в направлении максимального приближения к эталону и закрепление его во внутреннем плане. Участники овладевают во внутреннем плане новыми способами поведения.

При разработке тренинга мы учли все выделенные этапы группового процесса и соотнесли их с упражнениями.

"Тренинг продаж" – общее название обучающих программ для торговых представителей, продавцов и продавцов-консультантов имеющая достаточно длительную историю применения в торговой практике (главным образом, в США и Европе), дающая представление о психологических особенностях и закономерностях взаимодействия с клиентом, ведения переговоров и презентации товаров и услуг. В данной статье



речь идет о тренинге продаж для торговых представителей, учитывающем специфические особенности их взаимодействия с клиентом. Содержанием этой тренинговой программы является описание и анализ процесса продаж с учетом психологических составляющих данного процесса, и усвоение, развитие и закрепление навыков контакта с клиентом, основанных на психологическом подходе к этому взаимодействию. Целью тренинга является ознакомление торговых представителей с психологическими проблемами процесса продаж, с содержанием и спецификой взаимодействия с клиентом, а также овладение торговыми представителями знаниями и умениями, позволяющими им в дальнейшем более гибко вести себя, контактируя с клиентом, и применять психологические знания во время этого взаимодействия.

Предлагаемая программа не предполагает обязательного наличия у обучающихся опыта ведения сделки, – она вполне подходит и для новичков и для торговых представителей, имеющих опыт данной деятельности.

Разработка данного тренинга осуществлялась на основе предшествующих исследований мотивации, удовлетворенности трудом, ценностных ориентаций, а так же психологического анализа деятельности торговых представителей.

Эффективность тренинга контролировалась с помощью рабочей тетради и специально разработанного опросника.

Таблица 4

ПЛАН И СХЕМА ТРЕНИНГА

Этап деятельности	Тематический план		Требуемое время
	Тема этапа	День	
Введение	Решение организационных вопросов и ознакомление участников с целями тренинга	1	1 час 30 мин
Анализ потребностей	Психологически обоснованное выявление потребностей клиента	1	4 часа 10 мин
Подчеркивание преимуществ	Нахождение и использование преимуществ товара, фирмы	1	2 часа 10 мин
Подведение итогов дня	Создание целостной картины продажи. Рефлексия поведения.	1	1 час 50 мин
Работа с возражениями	Определение типов возражений и способы их отклонения.	2	2 часа 15 мин
Завершение сделки	Эффективное завершение процесса продажи.	2	2 часа 35 мин
Заключение	Подведение итогов тренинга, планирование дальнейшего развития.	2	30 мин



Тренинг был проведен 20 февраля 2003г. для работников "Уральской вино-водочной компании" города Екатеринбурга.

В результате итогового опроса участники выразили положительное отношение к факту проведения тренинга, удовлетворенность его тематическим содержанием, методами работы и квалификацией тренеров, желание продолжать обучение (90 % участников оценили обозначенные параметры на 4 и 5 баллов по пятибалльной шкале). В ходе тренинговой работы выявились проблемные зоны в работе торгового представителя, вопросы необходимые для дальнейшего рассмотрения.

В качестве направлений дальнейшей работы можно рассматривать:

- дифференциацию сложности содержания тренинговых занятий в зависимости от квалификации ТП;
- включение в тренинг продаж компонентов тренинга переговоров, коммуникативных, социально-психологических, мотивационных и других тренингов;
- учет особенностей предлагаемого товара/услуги в тренинге (вино-водочные изделия или автомобили).

Разработанная нами схема тренинга может применяться в торговых организациях различных направлений деятельности.

Коровина Н.И.,

Сосновская Е.В.

Российский государственный  
профессионально-педагогический  
университет

## ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОФОРИЕНТАЦИИ У СТАРШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Одной из основных тенденций современного образования является поиск новых форм обучения, новых методологических подходов к передаче знаний, позволяющих в большей степени учитывать особенности учащихся как субъектов образовательного процесса. Среди таких особенностей можно отметить гендерные различия в профессиональных интересах, склонностях и способностях учащихся. Исследованию указанных различий и посвящена данная статья.

Подобные исследования проводились неоднократно. Хотя в обыденном сознании распространено убеждение о том, что у мужчин более развиты технико-