

УДК 658 (075.8)

Ткачук О. - ст. гр. БМм-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ФОРМУВАННЯ ПРАВИЛЬНОГО ПІДХОДУ ДО КЛІЄНТА ЯК ОДНЕ З ГОЛОВНИХ ЗАВДАНЬ МЕНЕДЖЕРА ЗІ ЗБУТУ**

Науковий керівник: к.е.н., доц. Мосій О.Б.

В час швидкого науково-технічного процесу людський фактор не втрачає свою значимість. Недостача знань у тій чи іншій галузі спричиняє значні перепони у вирішенні бізнес-питань.

Тому пропонуємо розглянути методи покращення діяльності підприємства на етапі поставлення цілей (особистісних комісійних, плану реалізації продукції, кількості поданих комерційних пропозицій, повторних продажів в існуючим клієнтам).

Організація співпраці з клієнтами повинна базуватись на врахуванні принципів правильно поставлених цілей (SMART): точність (що зробити?), вимірюваність (яким буде результат?), досяжність (як це можна зробити), реалістичність (які ресурси для цього потрібні), строковість (встановлення термінів).

При цьому можна виділити три типи орієнтації в роботі менеджера зі збуту:

- орієнтація на себе. Основним способом продажів такого менеджера є більш або менш прихований тиск на клієнта. Менеджер вважає, що він сам здатен достатньо повно оцінити потреби клієнта і тому не особливо цікавиться думкою потенційного споживача продукції чи послуг. Рішення про асортимент, ціну, умови поставок нав'язуються ще до початку презентації самого товару. До переваг такого типу можна віднести можливість швидкого укладення угод, а до недоліків – зменшення кредиту довіри до менеджера і компанії загалом, що позбавляє можливості налагодження довготривалої співпраці;

- орієнтація на клієнта. Менеджер при такому типі орієнтації вникає у проблеми і потреби клієнта, детально інформує його про особливості товару, дає зрозуміти вигоди укладення угоди. Перевагами є можливість створення позитивних стосунків з клієнтами, а недоліками те, що менеджер, остерегаючись бути нав'язливим, не вважає за потрібне наполягати на підведенні підсумку переговорів, тому часто робота з клієнтом не закінчується конкретними поставками і оплатою вартості товару;

- «ми-орієнтація». Її суть полягає у тому, що менеджер готує клієнта до прийняття пропозиції поступово, виявляючи інтерес до його проблем і допомагаючи зрозуміти, яким чином запропонований товар допоможе їх вирішити. Клієнт підводиться до самостійного прийняття рішення. Такий підхід дає можливість менеджеру отримати високий кредит довіри до себе, налагодити довгострокову співпрацю, а отже, одержати високий позитивний результат роботи. До недоліків слід віднести тривалий час на підготовку потенційного клієнта до прийняття ним ділового рішення.

Важливим питанням у процесі роботи з клієнтами є формування свідомої та підсвідомої довіри до себе. Свідомо довіра – це позитивне ставлення до людини, поведінку якої можна прогнозувати з досить високою імовірністю, а підсвідомо – сприйняття людини такою, що поділяє Ваші цінності, і виникнення бажання погоджуватись з її намірами. На процес формування довіри впливають як вербальні, так і невербальні засоби спілкування (зовнішній вигляд, рухи, інтонація, ритм розмови, дихання, та інші). Формування правильного підходу до клієнта дасть можливість менеджеру зі збуту забезпечити підвищення ефективності його діяльності.