

УДК 339.138

Краузе Ольга

Krause Olga

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СТРАТЕГІЇ ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТОМ CLIENT ENGAGEMENT STRATEGIES

Протягом останніх десятиріч в сфері продажів значної популярності набуло застосування методик нейролінгвістичного програмування. Сутність НЛП полягає у прихованих маніпуляціях, які спонукають потенційного клієнта до укладення угоди.

Визначальним фактором успіху комерційного підприємства є зростаючий або стало високий обсяг продажів. У зв'язку з насиченістю ринку пропозицією конкуруючих товарів, сучасного покупця доволі складно переконати здійснити покупку, тому виробники (продавці) для забезпечення комерційного ефекту вдаються до систематичного оновлення технологій продажу. Застосування методик нейролінгвістичного програмування (НЛП) на сьогоднішній день є доволі прогресивним, що при вмілому застосуванні дає можливість значно підвищити обсяги продажів, а відповідно сприяє зростанню прибутковості підприємства.

Опанування методів НЛП дає можливість підвищити результативність продажів та підвищити загальний рівень комунікативної компетентності продавців. Отже, НЛП – це набір вербальних і невербальних дій, що спрямовані на формування відповідної реакції з боку співрозмовника, тобто встановлення максимального контакту з клієнтом. Основний принцип НЛП ґрунтується на використанні того, що люди (клієнти) краще спілкуються з схожими на себе людьми.

НЛП містить ряд унікальних принципів і понять, які дають можливість аналізувати і виявляти значимі патерни цінностей, поведінки і

міжособових відносин та перетворювати їх на корисні та надійні інструменти. НЛП надає можливість оцінювати не лише поведінковий зміст вчинків, але й скриті сили, що приховуються за такою поведінкою, а також структури мислення, що забезпечують успіх нашим діям.

Методики НЛП все більше привертають увагу бізнесменів, топ менеджерів, спортивних тренерів, педагогів та широкого кола людей, які націлені на саморозвиток і успіх. Методики НЛП ґрунтуються на розвитку здібностей досягати поставленої мети, розвитку здатності навчатися у інших людей, особливо у тих, які досягли успіху.

Основною перевагою стає персональний підхід, розуміння психології клієнта, прихованих потреб. Менеджер, який володіє методиками НЛП в продажах, має можливість цілеспрямовано впливати на прийняття рішень щодо купівлі, успішно укладати угоди.

Основною складністю в застосуванні методик НЛП є щирість. Більшість сприймає техніки НЛП як маніпуляцію, але без щирого сприйняття клієнта успіху не досягти. Якщо менеджер з продажу не перейнявся інтересом до клієнта, не відчув ті емоції, які відчуває клієнт, а просто їх грає, більшість відразу відчує фальш, і бажаного результату не буде досягнуто. Відносини з клієнтом слід будувати на основі взаємовигоди створюючи мотивуюче підґрунтя для придбання певного товару.

Багато технік НЛП в продажах схожі з простим переконанням і використовуються менеджерами підсвідомо.

Також складність у використанні методик НЛП полягає в тому, що всі люди різні, і, не дивлячись на те, що етап підлаштування під клієнта існує завжди в процесі продажу, знайти контакт абсолютно з усіма неможливо. І третій недолік – не всіх дано опанувати методики НЛП в продажах.