Аннотация дисциплины

Технологии продаж

Рабочая программа дисциплины «Технологии продаж» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии».

Цель дисциплины: формирование у студентов, следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

Место дисциплины в структуре ООП – «Технологии продаж» является дисциплиной модуля «Управление коммуникации в постиндустриальном обществе» цикла профиля (элективный) части, формируемой участниками образовательных отношений, направления подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии».

Краткое содержание:

Установление контакта. Способы установления контакта. Вербальное общение, невербальное общение. Внешний вид, правило сорока секунд, правило комплимента, вступительный тезис, типовые возражения. Открытые вопросы, закрытые вопросы, альтернативные вопросы. Языковые средства, обеспечивающие эффективное установление контакта. Выявление потребностей. Мотивы и потребности клиента. Определение и выбор целевых сегментов. Типы людей: внешняя референция, внутренняя референция, смешанная референция. Основные и дополнительные потребности. Формирование дополнительных потребностей. Презентация. Особенности обслуживания клиентов. Взаимодействие с клиентом. Презентация информации. Работа с возражениями. Алгоритм работы с возражениями. Алгоритм работы с возражениями: согласие, уточнение, аргументация. Приемы аргументации: рефрейминг, продажа недостатков, метафорическое влияние, сравнение «лучшее из худшего», прием «характеристика – выгода», подстройка под способы принятия решения, ссылка на опыт собеседника, ссылка на авторитеты, статистика и пр. Подстройка под метапрограммы. Влияния и убеждения. Работа с ценой, цена и ценность. Завершение продажи. Методы завершения сделки. Завершение сделки. Методы завершения: альтернативный опрос, дефицит и выгода от принятия решения прямо сейчас, сужение вопроса, вовлечение, частичная уступка, скидка, подарок, суммирование достоинств.