**Коммуникативно-деятельностная проба «Мотивация в профессии менеджера по продажам»**

МБОУ «Октябрьская СОШ №1»

Руководитель апробации: Решеткова Е. В.

Педагоги-участники апробации: Попцова О. А., Дулесова И. Ф.

**Коммуникативная задача**- мотивация.

**Профессия**: менеджер по продажам

**Участники пробы**: группа учащихся, заявившихся на данную коммуникативную задачу; жюри.

 Эксперт- представитель данной профессии - участвует в разработке пробы.

**Процедура оценивания**:

Учащимся предлагается профессиональная ситуация ( с ней можно познакомить заранее), разрешить которую возможно, применив умения  **задавать вопросы, направленные на выявление причин покупки; умение приводить аргументы в свою пользу, выбирать модель поведения в соответствии с личностью клиента и умение добиваться желаемого результата.**

**Профессиональная ситуация для учащегося**:

Вы менеджер магазина «М.видео». Ваша заработная плата зависит от объема продаж, сделанных вами. Вы видите клиента, который пришел в магазин купить компьютер. Ваша задача - смотивировать клиента на покупку более дорогой модели компьютера. Время – 15 минут.

Критерии оценивания:

1. **Умение задавать вопросы, направленные на выявление причин покупки именно этой модели**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  1.Четкость формулировки вопроса | Вопрос сформулирован четко, понятноВопрос сформулирован нечетко, размыто |  1 балл0 баллов |
| 1. Количество вопросов
 | Задано 2-3 вопросаЗадан 1 вопрос Не задан ни один вопрос | 2 балла1 балл0 баллов |

1. **Умение приводить веские аргументы в свою пользу или контраргументы, выбирать модель поведения в соответствии с личностью клиента**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Приведение действенных аргументов с опорой на причины или контраргументов
 | Приведены веские аргументы с опорой на причины или контраргументы (не менее 2-х)Приведен один аргумент с опорой на причины или контраргументАргументы или контраргументы не приведены | 2 балла1 балл0 баллов |
| 1. Выбор модели поведения в соответствии с личностью клиента
 | Учтена личность клиента, его типаж, выбрана соответствующая модель поведенияСоответствующая модель поведения не выбрана, личность клиента не учтена | 2 балл0 баллов |
|  |  |  |
| **Тезаурус:***Аргумент*- логический довод, служащий основанием доказательства.*Контраргумент*- выдвижение своих доводов для опровержения аргументов и выводов собеседника*10 типов «сложных» клиентов* и рекомендации менеджеру ( по материалам http://liftmarketing.ru/:)1. **«Я не знаю, что мне нужно» (т**акому клиенту трудно принять решение. Что делать менеджеру? Сохраняйте терпение и конструктивно, поэтапно работайте со всеми возражениями).

**2) «А скидку дадите?» (т**акие клиенты всегда пытаются получить от вас скидку или какой-нибудь бонус. Что делать? Работайте с возражениями и поясните, из чего формируется цена на продукт).**3) «Мне нужно это согласовать» (**Что делать? Постарайтесь подобрать аргументы, подготовить письмо для дальнейших переговоров.**4) «На своей волне» ( к**лиент, жизненную позицию которого вам трудно понять, необщительный, скептик, часто отвечает вопросом на вопрос. Что делать? Используйте паузы в своих вопросах (чтобы побудить его к ответу и пояснению), проведите для него презентацию продукта, продемонстрировав со все преимущества).**5) «Я все знаю» (** Упрямый и недоверчивый клиент. Что делать? Внимательно его выслушайте, а лучше переведите общение в почтовую переписку и приводите свои контраргументы на его доводы и мнения).**6) «Ой, а как у Вас дела?» (**Разговорчив и доброжелателен, но часто отвлекается на посторонние темы. Что делать? Не стесняйтесь возвращать его к целевой теме разговора, не бойтесь его перебивать).**7) «Я с Вами не согласен!» (** Недоверчив, не любит риск и чаще всего настроен на негатив. Что делать? Терпеливо обсуждайте с ним моменты разногласий, сохраняйте позитивный настрой, в своих доводах ссылайтесь на экспертные мнения, цифры и факты).**8) «Я — сама дерзость» (**Очень быстро вступает в споры и проявляет агрессию. Что делать? Не принимайте высказывания клиента на свой счет, выслушайте его и приведите свои аргументы).**9) «Я просто посмотреть» (**Клиенту сейчас ничего не нужно, но потребность в товаре уже сформирована. Что делать? Вовлекайте клиента в разговор, максимально выявляя его актуальную потребность и возражения, получите его личные контакты, вернитесь к разговору через некоторое время).**10) «Не могу определиться» (** Клиент не знает, что ищет. Что делать? Сделайте выгодное индивидуальное предложение, объясните, почему нужно покупать именно у вас и прямо сейчас). |

1. **Умение добиваться желаемого результата**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.достижение результата  | Результат достигнут полностью (100%- клиент изъявил желание совершить покупку более дорогой модели компьютера)Результат не достигнут (клиент не совершил покупку) | 3 балла0 баллов |

Максимальное количество баллов по трем критериям- 10.

Проба считается пройденной, если испытуемый набрал от 5 до 10 баллов.

После пробы необходима рефлексия, чтобы понять дальнейший путь ребенка.

**Описание хода и результатов апробации**

**Краткая аннотация апробируемого модуля**

**Данная проба была направлена на решение коммуникативной задачи**- мотивация.

**Профессия**: менеджер по продажам

**Участники пробы**: группа учащихся, заявившихся на данную коммуникативную задачу; жюри. Эксперт, представитель данной профессии, участвует в разработке пробы.

**Процедура оценивания**:

Учащимся предлагается профессиональная ситуация ( с ней можно познакомить заранее), разрешить которую возможно, применив умения  **задавать вопросы, направленные на выявление причин покупки; умение приводить аргументы в свою пользу, выбирать модель поведения в соответствии с личностью клиента и умение добиваться желаемого результата.**

**Профессиональная ситуация для учащегося (техническое задание)**:

Вы менеджер магазина «М.видео». Ваша заработная плата зависит от объема продаж, сделанных вами. Вы видите клиента, который пришел в магазин купить компьютер. Ваша задача- смотивировать клиента на покупку более дорогой модели компьютера. Время – 15 минут.

До пробы испытуемый знакомится с критериями оценивания и тезаурусом.

Критерии оценивания:

**1.Умение задавать вопросы, направленные на выявление причин покупки именно этой модели**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  1.Четкость формулировки вопроса | Вопрос сформулирован четко, понятноВопрос сформулирован нечетко, размыто |  1 балл1. баллов
 |
| 2.Количество вопросов | Задано 2-3 вопросаЗадан 1 вопрос Не задан ни один вопрос | 2 балла1 балл0 баллов |

**2.Умение приводить веские аргументы в свою пользу или контраргументы, выбирать модель поведения в соответствии с личностью клиента**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.Приведение действенных аргументов с опорой на причины или контраргументов  | Приведены веские аргументы с опорой на причины или контраргументы (не менее 2-х)Приведен один аргумент с опорой на причины или контраргументАргументы или контраргументы не приведены | 2 балла1 балл1. баллов
 |
| 2.Выбор модели поведения в соответствии с личностью клиента | Учтена личность клиента, его типаж, выбрана соответствующая модель поведенияСоответствующая модель поведения не выбрана, личность клиента не учтена | 2 балл0 баллов |

**3.Умение добиваться желаемого результата**

Критерии:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.достижение результата  | Результат достигнут полностью (100%- клиент изъявил желание совершить покупку более дорогой модели компьютера)Результат не достигнут (клиент не совершил покупку) | 3 балла0 баллов |
|  |  |  |

Максимальное количество баллов по трем критериям- 10.

Проба считается пройденной, если испытуемый набрал от 5 до 10 баллов.

После пробы необходима рефлексия, чтобы понять дальнейший путь ребенка.

**Общая информация об апробации**

**Руководитель апробации:** Решеткова Елена Викторовна, учитель русского языка и литературы МБОУ «Октябрьская средняя общеобразовательная школа №1»

**Педагоги-участники апробации:** Попцова Ольга Антоновна, учитель немецкого языка МБОУ «Октябрьская средняя общеобразовательная школа №1»; Дулесова Ирина Федоровна, учитель физики МБОУ «Октябрьская средняя общеобразовательная школа №1».

**Классы, на которых проводилась апробация**: 8-9 класс

**Количество участников апробации**: 2

**Сроки апробации**: сентябрь 2016г.

**Результаты апробации**

1.Описание полученных результатов.

Результат, который подвергался оценке, достигнут (коммуникативная задача-мотивация- решена. Клиент совершил покупку более дорогой модели компьютера). Во времени испытуемые уложились.

2. Анализ составляющих элемента оценивания.

Техническое задание испытуемым было понятно.

По критериям оценивания выводы следующие:

- Предложенная критериальная база достаточна, на наш взгляд.

- Вопросов было задано больше, чем заявлено в критериях. Четкость, ясность вопросов прослеживалась.

- Аргументы продавец привел действенные, так как мальчик- испытуемый хорошо разбирался в компьютерной технике.

- Но во время пробы поняли, что менеджеру- продавцу необходимо уметь «видеть» клиента, поэтому добавили критерий «Выбор модели поведения в соответствии с личностью клиента».

Кроме этого, стало понятно, что если испытуемый не будет знаком с профессией менеджера по продажам и не будет разбираться в компьютерах, то коммуникативная задача не решится. Поэтому считаем необходимым заранее знакомить испытуемых с требованиями к профессии, с ее особенностями. Пути решения: 1) курс «Я хочу рассказать о…» (дети выбирают профессию, находят информацию о профессии, готовят презентацию продукта ); 2) приглашение родителей- представителей профессий - на встречи; 3) «Ярмарка профессий» и т.п.

Недостатком было и то, что рефлексию провели поверхностно. С целью определения дальнейшего пути ребенка рефлексия нужна более глубокая. Результат: если коммуникативная задача решена, то ребенок может выбрать курс по этой же коммуникативной задаче или пробе. Если нет, то выбрать другую коммуникативную задачу или постараться развить те навыки, которые необходимы.