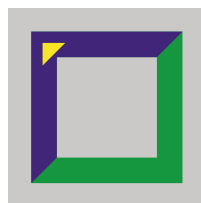




## ”Шпаргалка для тренера”

Методическое пособие  
для проведения тренинга  
*«Этика в продажах-  
Сумей сказать «Нет!»*



ОБЩЕСТВЕННЫЙ  
С О В Е Т  
ПО ПРОБЛЕМЕ  
ПОДРОСТКОВОГО  
К У Р Е Н И Я

**Этот тренинг** интересен для тех,  
кто хочет научить своих продавцов  
**уверенно и корректно**  
отказывать подростку-покупателю в продаже  
сигарет или алкоголя,  
избегать **конфликтных ситуаций**  
при общении с проблемными категориями покупателей,  
к которым относятся подростки.

## Название тренинга «Этика в продажах - Сумей сказать «Нет!»

### Целевая группа:

- продавцы и кассиры - торговые работники, которые непосредственно взаимодействуют в процессе продаж с покупателями-подростками;
- руководители, которые хотят усовершенствовать навыки продаж у своих подчиненных;
- внутренние тренеры в торговых сетях.

### Цели тренинга:

- познакомить продавцов с основными положениями Федерального Закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»;
- стимулировать продавцов ответственно относиться к выполнению данного Закона;
- сформировать социально-активную позицию у торговых работников;
- научить продавцов вежливо, корректно и уверенно отказывать подросткам в продаже сигарет (при помощи 5-шагового алгоритма);
- научить участников определять свой личностный тип и тип покупателя по методике ОПАЗ, использовать этот метод с целью минимизации конфликтных ситуаций.



## Прикладной характер тренинга:

- минимум теории;
- максимум практической отработки навыков в виде ролевых игр;
- групповая работа с применением метода «мозговой штурм»;
- презентации, основанные на личном опыте участников;
- демонстрация обучающего фильма с последующим обсуждением реальных ситуаций, возникающих при попытке несовершеннолетних приобрести сигареты;
- отработка пошаговых алгоритмов поведения продавцов в случае обращения к ним несовершеннолетних покупателей с просьбой продать сигареты.

## Учебный модуль 1

### *Знакомство, обсуждение ожиданий участников и целей тренинга*

Тренинг необходимо начать со знакомства, наработки ожиданий участников, вовлечения группы в обсуждение названия. Не случайно тренинг называется «Этика в продажах - Сумей сказать «Нет!». Этика означает нравственность, соблюдение законов и правил. Продавцов должна отличать высокая социально-активная гражданская позиция. Если продавец продает сигареты подростку, то он поступает, с одной стороны, противозаконно (и это нарушение чревато наложением административного штрафа), а, с другой стороны - аморально, так как курение подростков отрицательно сказывается на их здоровье. Кроме того, продавцам необходимо научиться достигать баланс, обслуживая две категории покупателей:

- взрослые покупатели имеют право сделать осознанный выбор курить или нет, и продавцы должны уважать их выбор;
- в то же время Закон запрещает продавать табачные изделия подросткам, и продавцы обязаны руководствоваться положениями Закона.



## Учебный модуль 2

### *Изучение законодательных актов*

1 июня 2013 года утратил силу Федеральный Закон «Об ограничении курения табака» и вступил в силу Федеральный Закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака».

С одной стороны, новый Закон ужесточил требования к торговым работникам при реализации табачной продукции и значительно увеличил штрафные санкции за нарушения и несоблюдение ограничений в сфере торговли табачной продукцией и табачными изделиями. С другой стороны, Закон **обязал** продавцов требовать у покупателя документ, удостоверяющий его личность и позволяющий установить возраст покупателя. Если такой документ не будет представлен, то продавец **обязан** отказать покупателю в продаже табачной продукции. Новая формулировка в Законе расширяет права продавцов, утвердив их на законодательном уровне, что приведет к снижению количества конфликтных ситуаций с несовершеннолетними покупателями.

## Учебный модуль 3

### *Подросток покупает сигареты: психологические аспекты*

Участники нарабатывают в группах при помощи “мозгового штурма” список причин, почему подростки начинают курить. Чаще всего указываются следующие причины:

- стадный инстинкт, принадлежность к группе;
- самоутверждение;
- «Запретный плод сладок!»;
- за компанию;
- чтобы казаться взрослей;



- интерес к новому;
- влияние рекламы \ СМИ;
- чувство новизны;
- привычка;
- безнаказанность;
- желание быть привлекательным;
- ритуал общения;
- подражание родителям;
- плохой пример взрослых;
- безделье, от нечего делать;
- любопытство;
- привлечь внимание;
- снять стресс;
- возникшая зависимость;
- получение удовольствия;
- доступность сигарет;
- незнание последствий;
- потому что модно и «круто»;
- способ познакомиться.

Участники наработывают список признаков, по которым продавцы определяют, что это подросток:

- внешний вид и одежда;
- яркий макияж у девочек;
- манера общения;
- подростковый сленг;
- поведение (либо неуверенное, либо агрессивное);
- не смотрят в глаза, «глазки бегают»;
- приходят с «группой поддержки»;
- отвлекающие маневры - пытаются «заговорить» и отвлечь продавца;
- сбивчивый ответ на вопрос о возрасте;
- настаивают на своем совершеннолетию;
- отказываются предоставить удостоверение личности;
- часто рассчитываются мелкими купюрами (всем двором \ классом скидывались);
- отсутствие бумажника;
- покупают дешевые сигареты;
- нет особого предпочтения к определенной марке сигарет;
- придумывают отговорки: «Папа просил купить», «Мама послала»;
- покупают дешевые сигареты;
- покупают также жевательную резинку или что-либо, освежающее дыхание.

## Учебный модуль 4

### Эффективные модели поведения с проблемными категориями покупателей

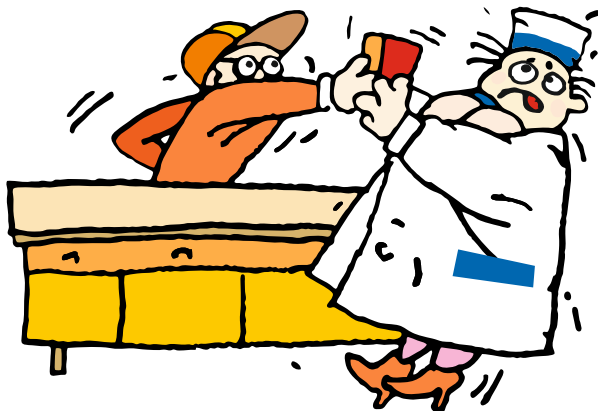
Участники обсуждают элементы коммуникации, на которые необходимо обращать внимание, чтобы понять поведение подростка и выбрать соответствующую модель поведения:

- контакт глаз;
- позы;
- жесты;
- мимика;
- движения;
- дистанция;
- внешний вид.

Затем участники учатся создавать доверительную атмосферу при контакте с подростком, применяя следующий алгоритм поведения:

- улыбка;
- приветствие;
- контакт глаз;
- управление мимикой.

Участники знакомятся с основными моделями поведения (агрессивное, неуверенное, уверенное и манипулятивное), отработывают навыки активного и эмпатического слушания в форме ролевых игр, проигрывая реальные ситуации общения с покупателями, отработывают эффективную интонацию и тембр голоса. Основной принцип этого упражнения – «если ты сам можешь правильно сыграть определенное поведение клиента, то, значит, сможешь правильно определить и, соответственно, адекватно отреагировать на поведение покупателя в торговом зале».



## Учебный модуль 5

### Отработка алгоритма

#### «Как правильно сказать подростку «Нет»

Участники знакомятся с 5-шаговым модулем корректного отказа в требовании продать табачные изделия лицам, не достигшим 18 лет. Изучение алгоритма сопровождается объяснениями тренера и просмотром учебного фильма.

■ **1. Шаг первый:** В случае сомнения в возрасте покупателя, продавец **обязан** попросить его показать удостоверение личности – документ\* (паспорт\*\*), подтверждающий, что ему уже исполнилось 18 лет. Часто такой просьбы бывает достаточно, чтобы избежать конфликтной ситуации.

■ **2. Шаг второй:** Если покупатель отказывается предоставить Вам документ, сказать «Нет!», применяя принципы эмпатического слушания: «Мне неприятно **Вам** отказывать, но существует Федеральный Закон, который **мы** нарушать не будем». К подростку нужно обращаться на «**Вы**», тем самым проявляя к нему уважение. Таким образом, Вы демонстрируете подростку, что все продавцы в вашем магазине соблюдают Закон. Затем повторите фразу: «Мы не продаем сигареты подросткам. Продажа сигарет лицам моложе 18 лет запрещена Законом». Этот прием называется «нормативный рычаг». Существует Закон, который Вы нарушить не можете.

■ **3. Шаг третий:** Сделать паузу, чтобы выслушать ответ подростка. Уверенный в себе человек не боится держать паузу. В споре (в конфликтной ситуации) выигрывает тот, кто не боится задавать вопросы и делать паузы. Выслушивайте подростка спокойно, пока он не договорит фразу до конца. Таким образом, Вы продемонстрируете подростку поведение уверенного в себе человека.

■ **4. Шаг четвертый:** Выслушав подростка, повторить фразу с отказом, но обязательно с учетом слов, использованных подростком в просьбе о продаже. Это заключительный этап эмпатического слушания - «*перефразирование содержания + отражение чувств*».

■ **5. Шаг пятый:** В случае отказа показать документ, **НЕ** продавать сигареты. Объяснить покупателю, что согласно новому Закону, вступившему в силу с 1 июня 2013 года, продавец **обязан** в случае сомнения в возрасте и нежелания покупателя показать документ **НЕ** продавать ему сигареты.

\* В соответствии с приказом N 524 Министерства промышленности и торговли РФ от 15 апреля 2011 г. утвержден **перечень документов**, удостоверяющих личность и возраст покупателя. Среди основных документов указаны:

- паспорт гражданина Российской Федерации
- общегражданский заграничный паспорт
- военный билет гражданина РФ

**!!! Запомните:** Водительское удостоверение не внесено в список документов, удостоверяющих возраст покупателя. Ксерокопия паспорта не является документом! Принимается только ксерокопия паспорта, заверенная нотариально.



## Учебный модуль 6

### Тестирование по Методике «Динамика ОПАЗ», определение личностного типа продавца

Большая часть конфликтов между покупателем и продавцом – результат того, что мы слишком сосредотачиваемся на том, что случилось, вместо того, чтобы понять, почему это случилось. Тест по Методике ОПАЗ помогает ответить на вопросы:

- Каков мой стиль?
- Каков твой стиль?
- Какая динамика возникает при взаимодействии разных типов личностей и как нам понять причину возникновения конфликтов и разногласий?

Каждый тип личности обладает многими особенностями – и положительными, и сомнительными, но – каждая личность имеет простую и понятную ось, вокруг которой они вращаются. Понять, что собой представляет ось личности или «спинной мозг» личности – значит, сделать первый большой шаг к познанию самого себя и других. Оси задают 4 типа личности, а именно:

#### **Опекун** – *Чувства, отношения*

Для Опекунa важно все, что связано с чувствительностью. Как чувствуют себя другие? Как это влияет на них? Выказали вы мне уважение и доброжелательность? Опекунy боятся обидеть кого-нибудь отказом, поэтому для них проблематично говорить людям «Нет».

#### **Предприниматель** – *Результаты, целеустремленность*

Предприниматели ориентированы на доведение начатого дела до конца и достигают при этом результатов. Они хотят управлять своей судьбой и все держать под контролем. Властные, часто грубые, индивидуалисты по натуре, Предприниматели живут с убеждением: «Если хочешь, чтобы что-то было сделано, сделай это сам». Им нравится торопить достижение целей любимыи способами.

#### **Аналитик** – *Точность, план*

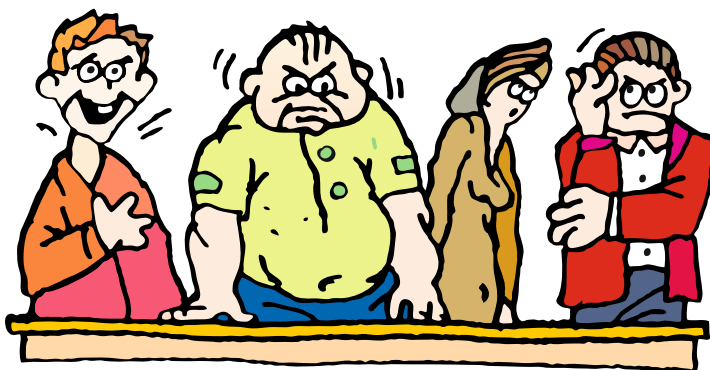
Аналитики стремятся все делать точно и аккуратно. Им нравится планомерный и предсказуемый процесс, и им хочется, чтобы все соответствовало процессу. Их тяга к точности является причиной непомерного желания делать все как надо, в соответствии с инструкциями, процедурами, правилами.

#### **Заводила** – *Энергия, счастливый случай*

Заводилы тяготеют к местам, где кипит веселье и жизнь бьет ключом. Они придерживаются более беспорядочного и менее предсказуемого подхода к жизни, их неумная энергия требует выхода. Они обожают быть в движении, наслаждаются деятельностью и любят вращаться среди людей, источающих положительную энергию и юмор.

Поэтому:

- продавцам «Опекунам» нужно научиться говорить категорическое, решительное « **НЕТ!** », не извиняться, не терзаться по этому поводу и ни в коем случае не пропускать неприятные случаи общения с агрессивными покупателями в свою личную зону;
- продавцам «Предпринимателям» необходимо научиться навыкам эмпатического слушания, сопереживать подростку, не грубить, не разговаривать свысока, а говорить с ним на языке чувств;
- продавцам «Аналитикам» относиться к подросткам сердечнее, с пониманием, не читать нотаций скучным голосом и не морализировать с позиций Родителя;
- продавцам «Завоذيлам» не принимать импульсивных решений, быть серьезнее, вдумчивее, ответственной, не переходить на позиции «панибратства» с подростком.



## Учебный модуль 7

### *Проведение блиц-опроса «Твой совет коллегам»*

В конце тренинга участники делятся удачным опытом, когда им на практике удалось убедить подростков отказаться от покупки сигарет. Мы считаем этот модуль самым удачным вариантом окончания тренинга.

## Заключительный модуль

### *Подведение итогов тренинга*

Участники анализируют, насколько были достигнуты цели тренинга, говорят о своих впечатлениях и пользе полученных знаний и отработанных навыков, заполняют листок обратной связи с оценкой тренинга и получают именные сертификаты о прохождении обучения по теме «Этика в продажах – Сумей сказать «Нет!»

Над созданием пособия  
работали:

***Чернышова Светлана***

Председатель Общественного Совета  
по проблеме подросткового курения

***Иванова Наталья***

Тренер - Консультант  
консалтинговая компания  
“Центр Поддержки Предприятий”

**Общественный Совет  
по проблеме подросткового курения**  
г.Краснодар, ул.Красная, 113  
тел./факс (861) 273 1220  
e-mail:office@ysp.ru  
<http://www.ysp.ru>