

# ФОРМИРОВАНИЕ СЕРВИСНОГО ПОВЕДЕНИЯ КОНТАКТНОГО ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Выполнила – Новикова Я.А.**  
**студентка группы – МО-091**  
**Науч. руководитель – Ивлева Т.Н.**  
**к.п.н., профессор**



# База исследования: ЗАО « Нью - Йорк Моторс Сибирь » дилерский центр Jeep – Chrysler – Dodge г. Кемерово.



## **Задачи исследования:**

1. Изучить теоретические аспекты формирования сервисного поведения контактного персонала в управлении предприятием.
2. Рассмотреть сервис и сервисное поведение контактного персонала.
3. Описать технологию процесса персональных продаж.
4. Проанализировать сервисное поведение контактного персонала в управлении предприятием.
5. Разработать и частично внедрить программу повышения квалификации контактного персонала в управлении предприятием «Технология проведения персональных продаж».

## **Методы исследования:**

- анализ литературных источников и электронных ресурсов,
- контент – анализ,
- анкетирование,
- тестирование.

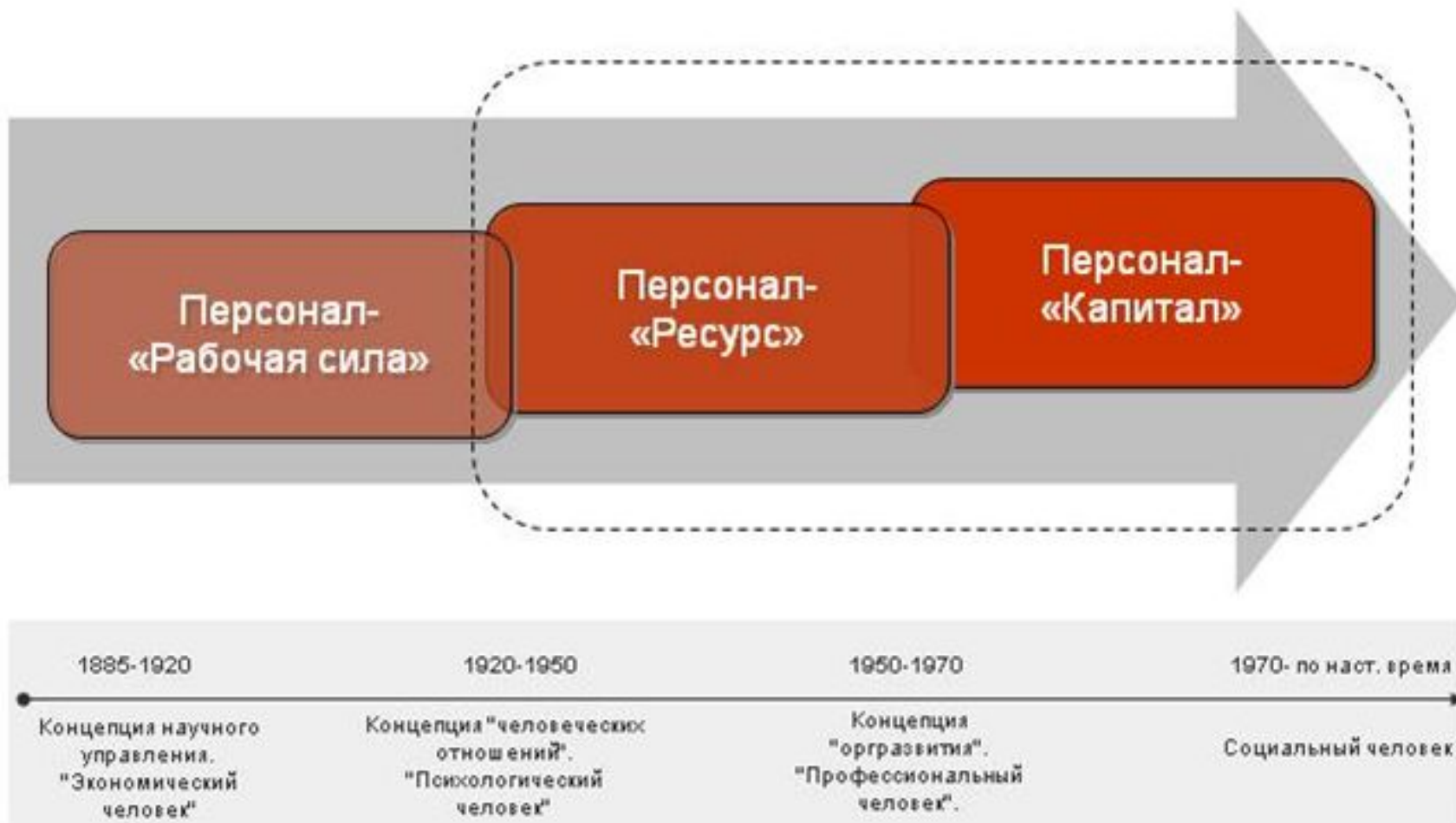
# CRM

(Customer Relationship Management) -

Управление взаимоотношениями с клиентами



# История и тенденции отношения к персоналу





# Контактный персонал

- это бесценные сотрудники, которые непосредственно лично знакомы с тем, что клиентов радует, с тем, что у них вызывает недовольство, с их ожиданиями и надеждами.



# Сервисное поведение контактного персонала

- это установки (готовность и желание реализовывать в своем поведении при обслуживании клиентов идею отличного сервиса);
- это знания (принятые в компании приемы, описывающие как именно необходимо обслуживать клиентов);
- это навыки (применение знаний на практике).



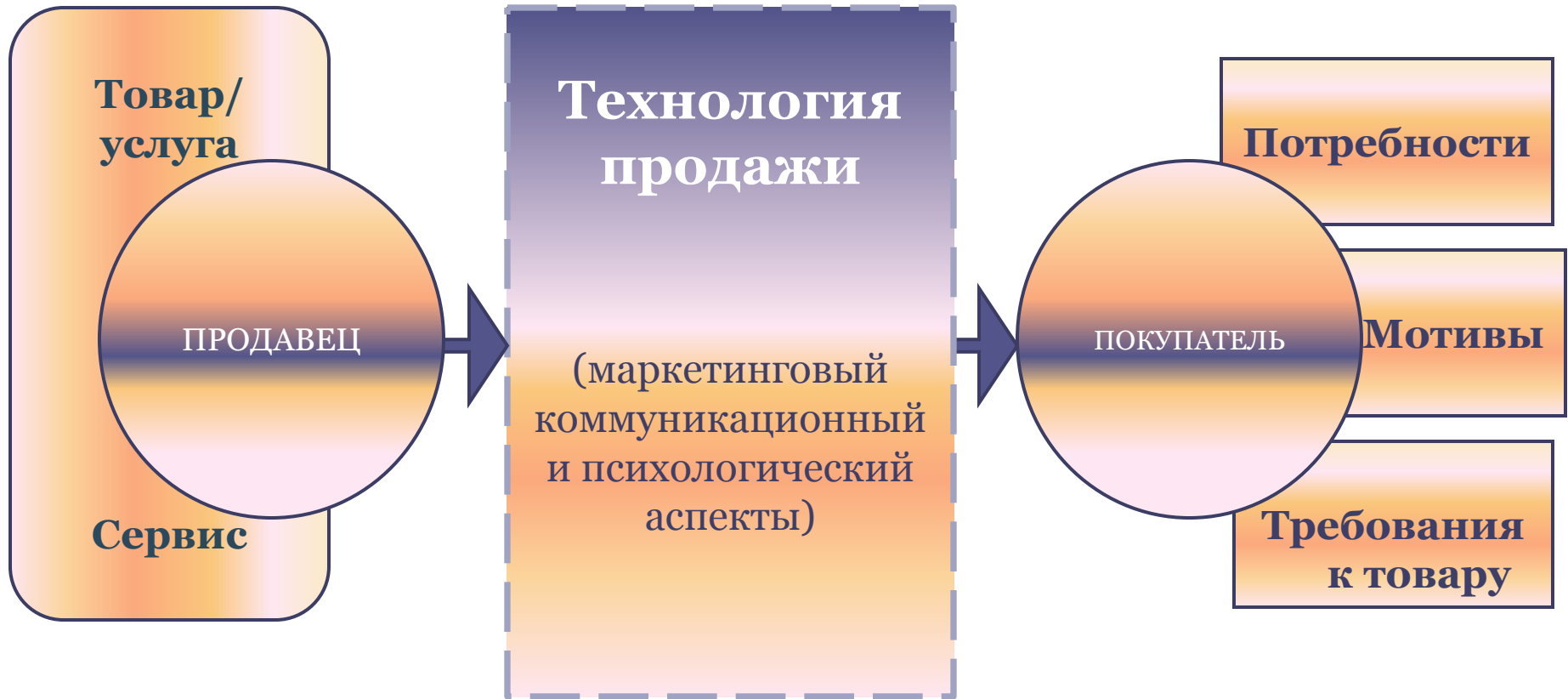
# Персональная (индивидуальная, личная) продажа

- процесс коммуникации, непосредственно заканчивающийся покупкой товара, имеющий явный коммерческий характер.





# Модель личных продаж



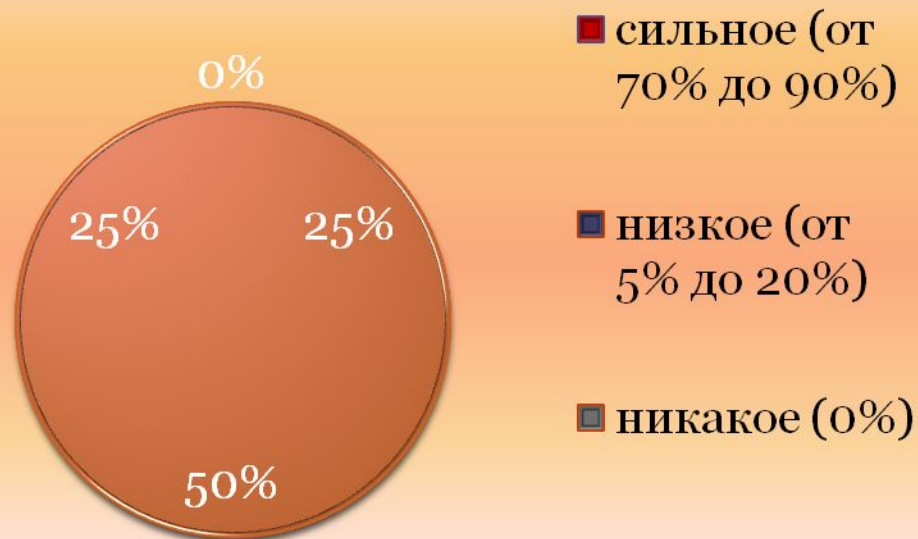
## Социально-демографическая характеристика контактного персонала

Шифр респ.	Пол	Возраст	Образование	Учебное заведение	Год оконч. Учебн. заведения	Квалификация по диплому	Должность	Общий стаж работы	Стаж работы в должности
1	М	32	Высшее	КУЗГТУ	2004	Инженер технолог	Руководитель отдела продаж	10 лет	7 лет
2	М	28	Высшее	КГСХИ	2011	Инженер производства	Специалист сервиса	8 лет	5 лет
3	М	44	Высшее	КУЗГТУ	1984	Инженер механик	Менеджер отдела продаж	20 лет	7 лет
4	М	29	Высшее	КЕМГУ	2007	Преподаватель по истории	Менеджер отдела продаж	7 лет	1,5 года
5	Ж	25	Высшее	КЕМГУКИ	2012	СКД ИГО	Менеджер отдела продаж	8 лет	3,5 года
6	Ж	22	Высшее	КЕМГУКИ	2014	Менеджер организации	Админ - ор	1 год	4мес.
7	Ж	23	Высшее	КЕМТИПП	2013	Сервис	Админ - ор	2 года	4 мес.
8	М	23	Высшее	КУЗГТУ	2013	Инженер управления недвижимостью	Менеджер отдела продаж	2 года	5 мес.
9	Ж	22	Высшее	РГТУ	2013	Финансы и кредит	Специалист по кредиту	2 года	1 мес.
10	Ж	23	Высшее	КГСХИ	2013	Финансы и кредит	Специалист по кредиту	6 мес.	6 мес.
11	М	21	Ср.-спец.	МЛТТ	2013	Техник по ремонту автомобилей	Секьюрити	1 год	4 мес.
12	М	22	Ср.-спец.	МЛТТ	2013	Техник по ремонту автомобилей	Секьюрити	3 года	4 мес.

# Результаты анкетирования:

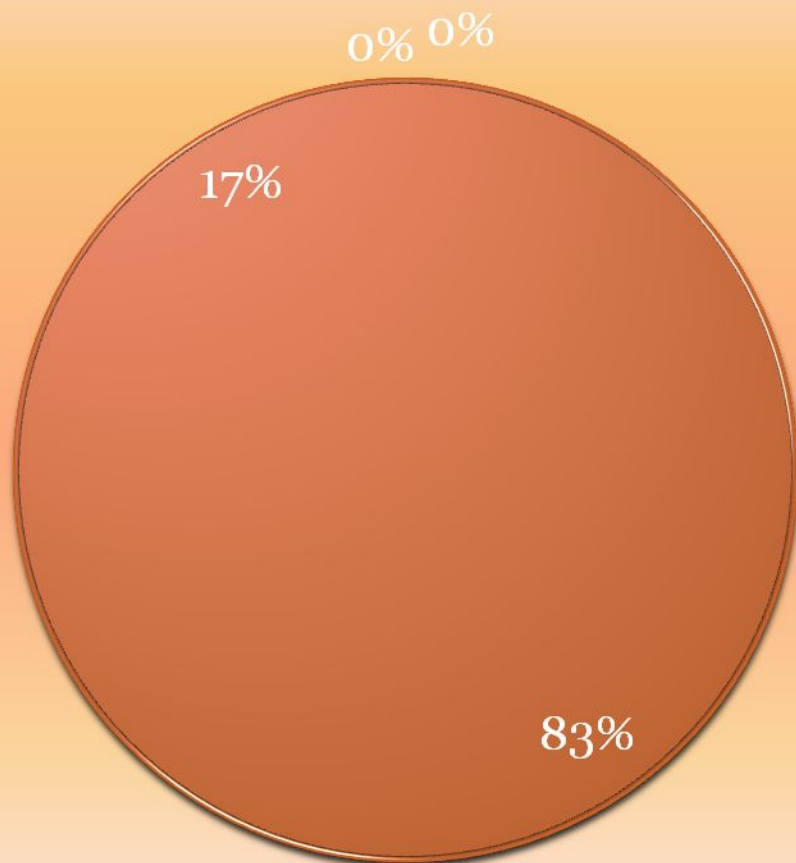
## 1. Узкое понимание «сервиса»

## 2. Влияние сотрудника на решение клиента о покупке



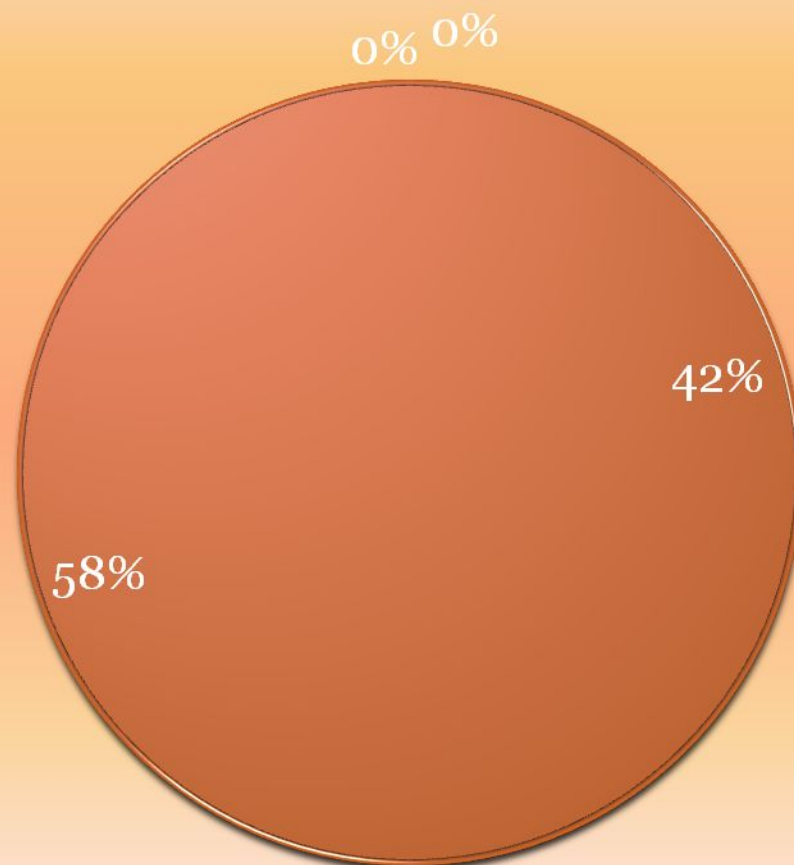
### 3. Приходилось ли Вам общаться с «трудными клиентами»?

■ ДА (10 чел) ■ НЕТ (2 чел)



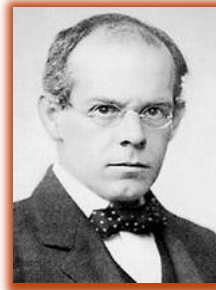
### 4. Обучались ли Вы специально технологиям организации персональных продаж?

■ ДА (5 чел) ■ НЕТ (7 чел)



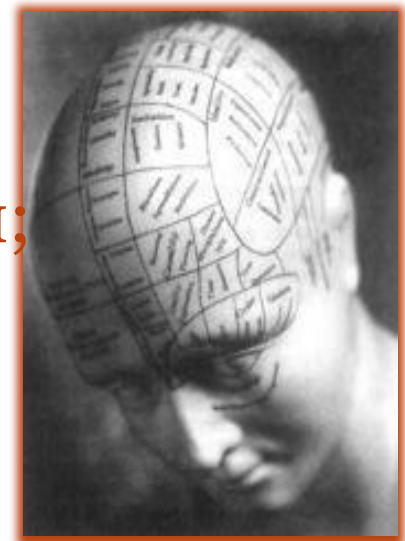
# Рекомендации по формированию сервисного поведения контактного персонала

## I. этап – тест Кеттелла.



Для этого :

1. проведено тестирование;
2. выявлены результаты тестирования;
3. проведены индивидуальные консультации и даны рекомендации.



## II и III этапы включают в себя

ПРОГРАММУ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КОНТАКТНОГО  
ПЕРСОНАЛА

**«ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ»**





**ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КОНТАКТНОГО ПЕРСОНАЛА  
«ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ПРОДАЖ»  
ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование тем</b>	<b>Лек- цион.</b>	<b>Прак- тичес.</b>	<b>Самос. работа</b>
1.	Цели и задачи организации продаж	2	-	-
2.	Специфика метода персональных продаж	2	-	2
3.	Основные этапы процесса продаж	2	-	2
4.	Деловая видеоигра «Доминирование в процессе общения»	-	4	-
5.	Психологические аспекты общения контактного персонала	2	-	-
6.	Деловая игра «Техники общения»	-	4	-
7.	Профилактика и методы разрешения конфликтов	2	-	4
8.	Деловая видеоигра «Конфликт»	-	2	-
9.	Технология невербального общения	2	-	2
10.	Видеотренинг «Азбука невербальных сигналов»	-	4	2
11.	Обучающая видеопрограмма Д. Морриса «Язык тела»	-	2	-
	<b>ИТОГО – 40 учебных часов</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>12</b>

# ФОРМИРОВАНИЕ СЕРВИСНОГО ПОВЕДЕНИЯ КОНТАКТНОГО ПЕРСОНАЛА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

