

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ  
БАШКОРТОСТАН  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«СТЕРЛИТАМАКСКИЙ КОЛЛЕДЖ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ,  
УПРАВЛЕНИЯ И СЕРВИСА»

**ПМ 01. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ**

**МДК 01.01.**

**ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА**

**МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ЗАНЯТИЯ НА ТЕМУ:**

**«Работа с возражениями в личных продажах»**

**РАЗДЕЛ 4. Личные продажи в реализации и продвижении  
турпродукта**

**Уровень основной образовательной программы:** базовый

**Специальность:** туризм

**Форма обучения:** очная

**Автор разработки:** преподаватель туристских дисциплин Вахитова  
Диана Лермановна

## Содержание

Введение.....	3
План занятия.....	5
Технологическая карта занятия.....	8
Ход занятия.....	11
Заключение.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Список использованных источников.....	17
Приложения.....	18

## Введение

Современные туристские предприятия функционируют в непростых экономических условиях и находятся в условиях жесткой конкурентной борьбы. Организация турагентской деятельности требует использования не только накопленного опыта, но и целого наработанного инструментария продаж, иначе просто невозможно удержать хорошие позиции на рынке. Если раньше продажа туристских услуг сводилась к минимуму и основывалась на изучении менеджерами туристских направлений и ассортимента услуг, то сегодня данный процесс гораздо шире и включает в себя целый инструментарий, совокупность приемов, способов стимулирования спроса, продвижения услуг, удержания клиентов и др.

Процесс продажи, ориентированный на клиента, требует от работников сферы туризма способности точно оценивать ситуацию, принимать самостоятельные решения, создавать условия для взаимного удовлетворения сторон в процессе принятия клиентом решения о покупке. Целью написания данной методической разработки является формирование у студентов знаний специфики, навыков и приемов эффективных продаж на этапе работы с возражениями клиентов туристского продукта.

На занятии «Работа с возражениями» используются современные средства мультимедиа, что способствует индивидуализации обучения, развивает способность принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность, оказывает эмоциональное воздействие на студентов, и, тем самым, повышает эффективность обучения.

Технология сотрудничества позволяет создать условия для формирования партнерства в субъектных отношениях, повышает мотивацию студентов, личную вовлеченность в учебный процесс.

Использование методов проблемного обучения позволяет развивать коммуникативные компетенции и способствует формированию исследовательской деятельности обучающихся.

На протяжении всего урока решаются воспитательные и развивающие задачи, направленные на развитие логического мышления, культуры речи, толерантного отношения к точке зрения других людей, самостоятельности и ответственности за результаты деятельности. Студенты оценивают свою деятельность и партнера по взаимодействию, выполняя задания в режиме онлайн.

Занятие подготовлено с учетом современных образовательных технологий. Развивает необходимые навыки и умения, предусмотренные программой: умения взаимодействовать с потребителями с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения, представлять турпродукт индивидуальным потребителям, в результате чего студент овладевает компетенциями.

## План занятия

**Раздел программы:** «Личные продажи в реализации и продвижении турпродукта».

**Тема занятия:** «Работа с возражениями в личных продажах».

**Тип занятия:** комбинированный урок с элементами тренинга.

**Цель занятия:** изучить основные особенности работы с возражениями в процессе коммуникации, способствуя реализации и продвижению турпродукта в соответствии с требованиями ФГОС к результатам освоения программы профессиональному модулю «Предоставление турагентских услуг».

### **Задачи:**

образовательная: ознакомление обучающихся с приемами работы с возражениями в туристском бизнесе и способствованию формированию умений лучшего понимания людей и общения с ними.

развивающая: развивать интеллектуальные, коммуникативные и личностные качества обучающихся в процессе межличностного общения.

воспитывающая: воспитание профессионально значимых качеств личности – креативности, внимания, наблюдательности, логического мышления, памяти обучающихся, формирования глубокого и разностороннего склада мышления обучающихся, развивать навыки учебного сотрудничества, умение работать в команде.

### **Методы обучения:**

1. Метод групповых технологий.
2. Метод проблемного обучения.
3. Метод тренингов
4. Метод использования информационно-компьютерных технологий.

### **Материально-техническое оснащение:**

1. Методическое обеспечение занятия:

- методическая разработка открытого занятия;
- 2. Дидактическое обеспечение:
  - карточки для упражнения «Утверждение, вопрос или недовольство»;
- 3. Информационно-компьютерное обеспечение:
  - презентация к уроку PowerPoint2010;
  - тест по теме урока в редакторе «Quizlet»;
- 4. Оборудование:
  - персональный компьютер;
  - мультимедийный проектор;
  - колонки;
  - ноутбуки (смартфоны) у обучающихся.

### **Формируемые профессиональные и общие компетенции**

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

### **Требования к знаниям и умениям**

Знать требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора, статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры, основы маркетинга и приемы маркетинговых

исследований в туризме, виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий

Уметь взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения, принимать участия в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами, разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах.

Формированию интеллектуальных качеств личности студента помогает необычность, нестандартность формы изложения материала. Данная методическая разработка может быть использована в качестве образца при планировании урока с применением инновационных технологий.

## Графическая структура урока

№ п/п	Этап занятия	Время	Виды работы, формы, приемы	Форма организации учебной деятельности обучающихся	Средства обучения	Содержание педагогического взаимодействия	
						Деятельность преподавателя	Деятельность студентов
1.	Организационный этап	2 мин	Словесное приветствие. Интерактивная игра «Поделись позитивом»	Фронтальная	Мультимедийная презентация	Приветствие студентов, проверка готовности к занятию. Обеспечение учебной обстановки в аудитории, психологическая настройка студентов на работу.	Организовывают рабочее место. Здравуются с учителем. Отвечают на вопросы, обмениваются позитивными репликами.
2.	Этап постановки целей, начальная мотивация	3 мин	Решение проблемной ситуации.	Фронтальная	Мультимедийная презентация	Формулировка темы практического занятия. Характеристика ее профессиональной значимости, новизны, актуальности и степени изученности, подчеркивание значения этой темы для будущей практической деятельности, постановка целей занятия.	Студенты внимательно слушают преподавателя. Осмысливают темы, план занятия. Ставят перед собой цели.



№ п/п	Этап занятия	Время	Виды работы, формы, методы, приемы	Форма организации учебной деятельности обучающихся	Средства обучения	Содержание педагогического взаимодействия	
						Деятельность преподавателя	Деятельность студентов
3.	Этап актуализации опорных знаний	5 мин	Упражнение «Утверждение, вопрос или недовольство»	Индивидуальная	Карточки заданиями	Управление мыслительной деятельностью учащихся с опорой на ранее изученный материал	Студенты демонстрируют уровень своей подготовки к занятию, степень владения материалом, готовность погрузиться в рабочий процесс.
4.	Этап выполнения практических заданий	20 мин	Серия упражнений, объединенных идеей бумажного самолетика: упражнение «Корзина возражений», упражнение «Вам важно», упражнение «Контраргумент». Игра «Крошка-Енот»	Индивидуальная, групповая	Технологическая карта занятия, мультимедийная презентация	Контроль в процессе выполнения упражнений	Студенты самостоятельно выполняют упражнения
5.	Контрольный этап	7 мин	Выполнение тестового задания в редакторе «Quizlet»;	Индивидуальная	Использование ресурсов сети Интернет	Организация контроля выполненных практических упражнений	Студенты демонстрируют результаты выполнения практических упражнений

№ п/п	Этап занятия	Время	Виды работы, формы, методы, приемы	Форма организации учебной деятельности обучающихся	Средства обучения	Содержание педагогического взаимодействия	
						Деятельность преподавателя	Деятельность студентов
6.	Информация о домашнем задании, инструктаж о его выполнении	3 мин	Восприятие материала	Индивидуальная	Технологическая карта занятия, мультимедийная презентация	Преподаватель дает задание на следующее занятие для самостоятельной работы студентов: Домашнее задание преподаватель дает всей группе.	Студенты внимательно слушают и записывают домашнее задание, задают вопросы.
7.	Рефлексия	4 мин	Обобщения и выводы по ходу проведения занятия в форме игры «Мишень»	Индивидуальная	Мультимедийная презентация	Организация аналитической деятельности по изученному материалу	Самоанализ и самооценка через исследовательскую и практическую деятельность

## Ход занятия

### 1. Организационный этап

Добрый день! Я рада вас видеть. С каким настроением вы пришли на занятие? Те, у кого хорошее настроение, пусть встанут. Подойдите к своим товарищам, которые сегодня «не в духе» и передайте им частичку своего позитива: скажите приятные слова, улыбнитесь и пожмите руку, обнимитесь и т.д. Итак, мы начинаем.

### 2. Этап постановки целей, начальная мотивация

Ребята, представим такую ситуацию: Алена устроилась работать в турагентство. Однажды к ней зашла её давняя подруга Оксана.

Как повела себя Алена при виде подруги?

Что она должна была выяснить?

Девушки весело разговаривали, Оксана рассказала, куда она собирается поехать отдохнуть. Алена подобрала для подруги тур, рассказала о стране, об отеле, подсказала, как проще оформить визу.

Однако, Оксана отказалась от предложения и ушла в соседнее турагентство. Что же произошло?

Итак, с учетом ваших ответов, я предлагаю такую трактовку: Алена не смогла убедить Оксану. На нашем сегодняшнем занятии мы будем учиться убеждать клиента сказать «Да» на наше предложение.

### 3. Этап актуализации опорных знаний

Для начала давайте выполним задание. На столах у вас лежат карточки с заданиями (*приложение 1*).

Прочитайте, пожалуйста, фразы и представьте, что вы только что слышали их по телефону. Определите, что это за фраза. Если вы считаете фразу утверждением, рядом с ней поставьте букву «у», если фраза кажется Вам вопросом – «в», если выражением недовольства – «н».

Легко ли удалось справиться с упражнением?

Над каким вопросом вы сильнее всего задумались?

Чем полезно это упражнение для вашей работы?

#### **4. Этап выполнения практических заданий**

А сейчас, пожалуйста, вспомните и запишите как можно больше возражений, которые вы слышали.

Например: «Не хочу жить на первом этаже», «Это дороговато», «Не доверяю данному туроператору» и т. д.

##### Упражнение «Корзина возражений»

*Записать на бумаге как можно большее количество возражений.*

Выслушав возражение клиента, необходимо присоединиться к его словам. Тем самым вы выражаете понимание его реакции и настраиваете клиента на позитивный разговор.

Это означает, что прежде чем предметно отвечать на вопрос или возражение клиента, необходимо расслабить ситуацию, сказав, например:

- я вас понимаю;
- мне понятна ваша реакция;
- наверное я также отреагировал бы на вашем месте;
- хороший вопрос;
- вы просто читаете мои мысли, именно этот вопрос я хотел сейчас с вами обсудить;
- отлично, что вы задаете такой вопрос, я планировал ответить чуть позже на него;
- да, это самый острый вопрос, сейчас все объясню;
- и так далее.

Любое возражение клиента свидетельствует о наличии у него скрытой, то есть неосознаваемой, потребности. Чтобы снять возражение клиента, первое, что мы должны сделать, — это понять, какая потребность за ним скрывается, и переформулировать скрытую потребность в явную.

А сейчас давайте подумаем, какие потребности наших клиентов скрываются за теми их возражениями, которые вы выписали. Что хочет клиент? В чем он нуждается?

Каждый из вас возьмет лист бумаги из ранее написанных и попытается получить согласие от клиента.

#### Упражнение «Вам важно»

*Студенты должны «обработать» высказывание по правилам присоединения и получить от агрессора согласие. Основной принцип таков: нужно исходить из соображения, что человек сообщает нам некую информацию о том, чего он хотел бы избежать в будущем (что для него важно). Поэтому ответ на критику или агрессию полезно просто сообщить человеку, что его услышали.*

Следующий этап «Логический аргумент». После присоединения вам необходимо аргументировать возражение клиента. Выяснить, чем он недоволен, почему так думает. Аргументация не может быть какой-то стандартной, она зависит от вопроса или от возражения. Если продавцу недостаточно ясно, как в связи с выявленной потребностью аргументировать товар, то он задает уточняющий вопрос.

Ваша задача – придумать аргумент в связи с выявленными потребностями и одновременно сложить самолетик.

#### Упражнение «Контраргументация»

*Студенты приводят аргументы к написанным ранее возражениям*

После того как вы аргументируете возражение клиента, вы переходите к следующему этапу «Закрытие». Для того, чтобы наш самолетик полетел, нужно заправить его топливом. В нашем случае топливом будут выступать те или иные фразы. В качестве закрытия используйте вопрос, чтобы вовлечь клиента в диалог и понять сняли вы это возражение или нет?

Например:

- Я ответил на ваш вопрос?

- Все ли мы прояснили?
- Теперь мы можем перейти к заключению договора?
- и.т.д.

Продавец принимает решение, предложить ли другой товар, соответствующий вскрытой потребности клиента, или привести контраргумент в защиту этого товара, продемонстрировав его другие свойства, которые перевесят по значимости этот «минус».

### Игра «Крошка-енот»

А теперь мы с вами сыграем в игру. Вспомните мультфильм про Крошку-Енота. Когда Крошка-Енот отправился один в лес, он, переходя через реку, заметил в пруду чью-то рожицу. Он испугался, но решил идти дальше и отпугнуть «Того, кто сидит в пруду». Крошка-Енот зарычал и скорчил гримасу, но «Тот, кто сидит в пруду», скорчил еще более страшную гримасу. Крошка-Енот взял большую палку и погрозил ею. Но «Тот, кто сидит в пруду» не убежал. Наоборот, он взял палку побольше и тоже погрозил.

Мы все помним, что бедный Енот очень тогда напугался собственного отражения. А мама посоветовала ему просто улыбнуться. На этом и закончился инцидент.

Ваша беседа с возражающим клиентом очень похожа на этот мультик. Мультфильм — прекрасная метафора к тому, что если мы раздражаемся на критикующего нас и наш товар клиента, то клиент становится еще более безжалостным. И наоборот, наше дружелюбие помогает нам из возражения сделать осознаваемую потребность и побудить клиента не просто к покупке, но к долговременному и очень приятному сотрудничеству.

Итак, внимание!

Первая команда, вы — Крошки-Еноты. Вам нужно придумать как можно больше вариантов поведения (улыбка уже есть), которые бы позволили Енотику не бояться «Того, кто сидит в пруду».

Вторая команда, вы — «Тот, кто сидит в пруду». Вам реально нет никакого дела до Крошки-Енота, так как вы — всего лишь его отражение. Ваш взгляд — философский. За 10 минут с высоты вашего философского взгляда напридумывайте как можно больше вариантов поведения Крошки-Енота, которое бы создало атмосферу безопасности и комфорта для самого Енотика.

*Команды получают по ватману и комплекту фломастеров, чтобы наглядно изобразить свои идеи. После 10 минут генерации идей и их оформления каждая команда выступит со своей презентацией. Пусть идей у вас будет как можно больше!*

Первой выступает команда Крошек-Енотов. Итак, что вам надо предпринять, чтобы не бояться «Того, кто сидит в пруду»? У вас на презентацию три минуты».

*Команда выступает. Это может быть как один ее представитель, который просто зачитывает все, что они оформили на ватмане, так и несколько участников команды, которые даже могут разыграть сценку. Все зависит от желания самих участников.*

Замечательно! Очень интересные идеи. Пожалуйста, вторая команда, вопросы к участникам первой команды. У вас есть пять минут, чтобы спросить все, что вы пожелаете!.. Теперь слово предоставляется второй команде — «Тем, кто сидит в пруду». С высоты своего философского взгляда они поведают нам свою версию того, что надо было предпринять Крошке-Еноту, чтобы создать обстановку безопасности и комфорта для себя. У вас три минуты на презентацию!»

*Команда выступает.*

После выступления обеих команд тренер сравнивает идеи команд друг с другом, выделяет сходства и различия. Крошка-Енот олицетворяет менеджера, работающего с возражениями. «Тот, кто сидит в пруду» олицетворяет клиента, партнера по переговорам.

В конце игры тренер вместе с группой еще раз повторяет общий вывод о том, что во время работы с возражениями важно наше собственное эмоциональное состояние. Вера в себя и свою цель, доброжелательное восприятие клиента как союзника позволяют легче пройти сквозь возражения. И наоборот, собственный негативизм влечет трудности на этапе работы с возражениями, застревание на этом этапе.

## **5. Контрольный этап**

Для того, чтобы проверить, насколько хорошо вы усвоили задание, я предлагаю вам пройти небольшой тест в системе «Quizlet».

*Студенты проходят тестирование в системе «Quizlet».*

## **6. Информация о домашнем задании, инструктаж о его выполнении**

Для закрепления материала дома я вам предлагаю сделать шпаргалку по нашему сегодняшнему занятию. Напомню вам требования к шпаргалкам:

- 1) «шпаргалка» оформлена на листе бумаги форматом А4;
- 2) в шпаргалке нет текста, а информация представлена отдельными словами, условными знаками, схематичными рисунками, стрелками, расположением единиц информации относительно друг друга;

## **7. Рефлексия**

Давайте подведем итоги занятия. Перед вами нарисована мишень. Каждый участник маркером или фломастером (ручкой, карандашом) "стреляет" в мишень, делая метку (точку, плюс и т.д.). Метка соответствует его оценке результатов состоявшегося взаимодействия. Если участник очень низко оценивает результаты, то метка ставится им в "молоко" или в поле "0" на мишени, если выше, то в поле "5". Если результаты оцениваются очень высоко, то метка ставится в "яблочко", в поле "10" мишени.



### Список использованных источников

1. Быстров С.А. Технология продаж и продвижения турпродукта. – М.: Кнорус, 2017.
2. Виноградова Т.В. Технология продаж услуг туристской индустрии. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.
3. Гребенюк Д.Г. Технология продаж и продвижения турпродукта. – М.: Издательский центр «Академия», 2016.
4. Джоббер Д., Ланкастер Д. Управление продажами. – М.: Юнити-Дана, 2015.
5. Диксон М., Адамсон Б. Чемпионы продаж. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
6. Моисеев А.А., Завьялова Ж.В. Работа с возражениями и сопротивлением. – М.: Речь, 2015.
7. Николаев Р.С. Работа с возражениями в продажах. URL: <http://smart2.ru/7-etapov-prodag/40-rabota-s-vozrazheniyami.html> (дата обращения 26.11.2017 г.).
8. Славнов Д.Г. Пошаговая схема работы с возражениями. URL: <http://fgconsulting.ru/prodazhi/poshagovaya-shema-raboti-s-vozrazheniyami/> (дата обращения 26.11.2017 г.).

# Приложения

**«Утверждение, вопрос или недовольство»**

Прочитайте, пожалуйста, фразы и представьте, что вы только что услышали их по телефону. Определите, что это за фраза. Если вы считаете фразу утверждением, рядом с ней поставьте букву «у», если фраза кажется Вам вопросом - «в», если выражением недовольства - «н».

1. \_\_\_\_ - Мне нравится, как вы обслуживаете клиентов.
2. \_\_\_\_ - Почему в договоре стоит сумма 30000 рублей.
4. \_\_\_\_ - Ваши цены слишком высоки для меня.
5. \_\_\_\_ - Когда этот отель начнет принимать гостей.
6. \_\_\_\_ - Что Вы собираетесь делать с отмененным бронированием.

Мультимедийная презентация по теме занятия