



## ”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 продавцов;
- внутренние тренеры в торговых сетях.

### Предпосылки создания тренинга:

Общественный Совет по проблеме подросткового курения обратился в консалтинговую компанию «Центр Поддержки Предприятий» с просьбой разработать для торговых работников тренинг «Этика в продажах - Сумей сказать «Нет!» Первый подобный тренинг был проведен в сентябре 2005 года.

### Цели тренинга:

- познакомить продавцов с основными положениями Закона РФ «Об ограничении курения табака» и Детским Краевым Законом № 1539 КЗ «О мерах по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних в Краснодарском крае»;
- стимулировать продавцов ответственно относиться к выполнению этих Законов;
- 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 психологического воздействия на подростков для подростков, оказавшихся в конфликтных ситуациях.



## 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;
- 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 сохранять 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 и не продавать табачные изделия подросткам.



## Учебный модуль 2

### *Изучение законов по теме семинара.*

Одна из причин, почему продавцы нарушают Законы, это незнание Законов. Изучение основных положений Закона РФ «Об ограничении курения табака» мы рекомендуем провести в форме пресс-конференции, во время которой «Президент РФ» и «Министры соответствующих ведомств» знакомят «общественность» и «СМИ» с Законом, анализируют причины, по которым Закон не работает в полную силу, и обсуждают способы эффективного применения его положений на местах. Помимо Федерального Закона продавцы обсуждают Детский Краевой Закон № 1539 КЗ «О мерах по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних в Краснодарском крае».

## 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;
- назло родителям;
- интерес к новому;
- «Запретный плод сладок!»;
- за компанию, не отставать от друзей;
- влияние рекламы \ СМИ;
- чтобы казаться взрослей;
- подражание родителям;



- плохой пример взрослых;
- безделье, от нечего делать;
- любопытство;
- запрет на курение;
- чувство новизны;
- привлечь внимание;
- снять стресс;
- успокоить нервы;
- привычка;
- возникшая зависимость;
- получение удовольствия;
- доступность сигарет;
- безнаказанность;
- незнание последствий;
- желание быть привлекательным;
- потому что модно;
- ритуал общения;
- способ познакомиться.

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

- по внешнему виду и одежде;
- первичные половые признаки;
- яркий макияж у девочек;
- выражение лица;
- манера общения;
- поведение (либо неуверенное, либо агрессивное, демонстративное);
- используют подростковый сленг;
- не смотрят в глаза, «глазки бегают»;
- приходят с группой поддержки с компанией;
- по рукам - руки ребенка отличаются от рук взрослого человека;
- отвлекающие маневры - пытаются «заговорить» и отвлечь продавца;
- сбивчивый ответ на вопрос о возрасте;
- настаивают на своем возрасте;
- отказ 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 типа «Папа просил купить», «Мама Послала»;
- покупают дешевые сигареты;
- покупают также жевательную резинку или что-либо, освежающее дыхание, чтобы скрыть запах.

## 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 и учатся навыку правильного отказа в требованиях продать табачные изделия лицам, не достигшим 18 лет, в корректной и вежливой форме. Изучение алгоритма сопровождается объяснениями тренера и просмотром учебного видеоролика, разработанного Общественным Советом по проблеме подросткового курения.

■ **Шаг первый:** Сообщить о том, что продажа сигарет подросткам, не достигшим 18 лет, запрещена Законом.

■ **Шаг второй:** Сказать «Нет!», применяя принципы эмпатического слушания, сказать подростку о своих чувствах: «Мне неприятно Вам отказывать, но у нас принят Федеральный Закон, который мы нарушать не будем». Обратите внимание, что к подростку мы обязаны обращаться на «Вы», тем самым проявляя уважение к нему. Обязательно употребляйте местоимение «мы», а не «я». Таким образом, Вы подростку продемонстрируете, что это не ваша личная прихоть, а политика, правила, принятые в магазине и разделяемые всеми продавцами. Затем повторите предыдущую фразу: «Мы не продаем сигареты подросткам. Продажа сигарет лицам, моложе 18 лет, запрещена Законом».

Этот прием называется «нормативный рычаг». Т.е. существует Закон, который Вы нарушить не можете, против подростка лично Вы ничего не имеете, Вы очень рады, что он пришел, как покупатель, именно в Ваш магазин. При помощи чувств Вы должны продемонстрировать подростку, что он Вам не безразличен, что Вы ему сопереживаете, поэтому Вы опять ссылаетесь на Закон, обосновывая Ваш отказ.

■ **Шаг третий:** Сделать паузу, чтобы выслушать ответ подростка. Уверенный в себе человек не боится держать паузу. Пауза несет огромную смысловую нагрузку. 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.

■ **Шаг четвертый:** Выслушав подростка, повторите фразу с отказом, но обязательно с учетом слов, которые подросток использовал в просьбе о продаже. Это последняя стадия правильно примененного принципа эмпатического слушания - «перефразирование содержания + отражение чувств». Такой психологический прием «подстройка под партнера» помогает не допустить конфликтную ситуацию. Обязательно употребляйте фразы «Я понимаю, почему... Мне неприятно Вам отказывать, но ...»

■ **Шаг пятый:** Если Вы сомневаетесь в возрасте покупателя, попросите его показать удостоверение личности – документ (паспорт), подтверждающий, что ему уже исполнилось 18 лет. Часто такой просьбы бывает достаточно, чтобы избежать спора, конфронтации и конфликтной ситуации.

**III Помните:** 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 Опекуна важно все, что связано с чувствительностью. Как чувствуют себя другие? Как это влияет на них? Выказали вы мне уважение и доброжелательность? Опекуну 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 любыми 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.

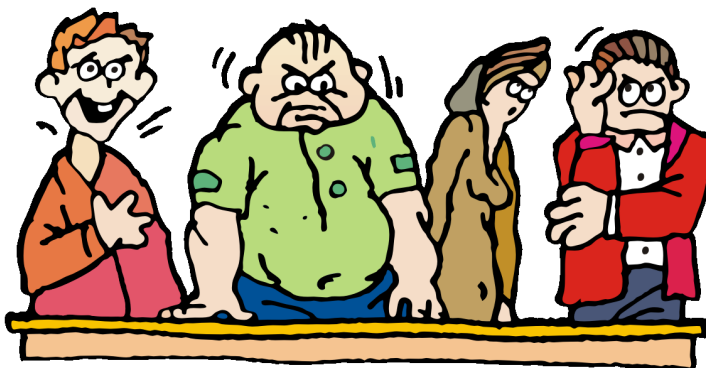
Поэтому:

- 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 «Заводилам» не принимать импульсивных решений, быть серьезнее, вдумчивее, ответственней, 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”

Пособие издано при  
содействии **Департамента  
потребительской сферы  
и регулирования рынка алкоголя  
Краснодарского края**

**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>