



ПРОЕКТНАЯ СЕССИЯ

ПРАКТИКА ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ. ТЕХНИКА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

ХОБРАКОВ СОЛБОН ЦЫРЕНЖАПОВИЧ, к.полит.н., проректор по научно-инновационной деятельности ГАУ ДПО РБ «Бурятский республиканский институт образовательной политики», руководитель Регионального центра финансовой грамотности.

Моя профессия не подходит для профсоюза

За членство придется платить

У меня всё устраивает — условий труда хватает

У меня нет времени заниматься активностью в профсоюзе

Я не хочу связываться с
бюрократией

ВОЗРАЖЕНИ

Профсоюз ничего не решает

Никогда не сталкивался с проблемами на работе

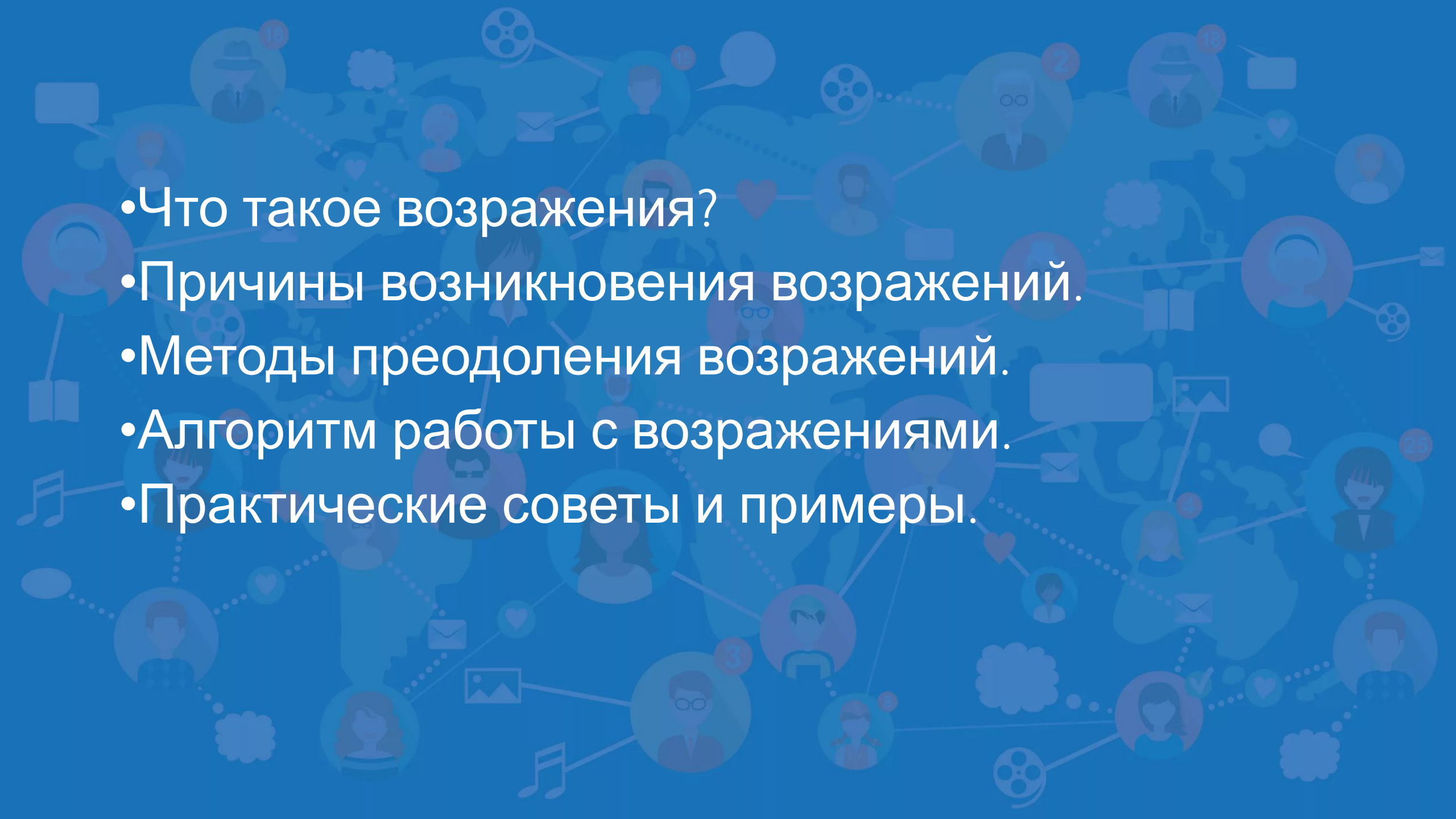
Я

Меня уволят, если вступлю в профсоюз

Я не понимаю, зачем мне это нужно

Инициатива сверху

навязывается

- 
- Что такое возражения?
 - Причины возникновения возражений.
 - Методы преодоления возражений.
 - Алгоритм работы с возражениями.
 - Практические советы и примеры.

ЧТО ТАКОЕ ВОЗРАЖЕНИЯ?

Возражение — это сомнение в отношении продукта или услуги, несогласие с условиями сделки.

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ВОЗРАЖЕНИЙ

- **Недостаток информации.** Сотрудник не понимает, что именно получает и за что платит.
- **Сомнения в ценности.** Сотрудник не видит явной выгоды: почему это решение стоит своих денег и времени.
- **Недоверие.** Сотрудник не уверен в работе профсоюза или лидере. Это может быть связано с негативным опытом самого сотрудника, непрозрачными условиями или плохой репутацией компании. Реальные недостатки предложения вступления в профсоюз.
- **Страх ошибки, страх риска, страх перемен.** Особенно часто встречается в случае дорогих покупок или долгосрочных решений: человек боится потратить деньги зря, сделать выбор, о котором пожалеет.
- **Несвоевременность.** У сотрудника действительно могут быть другие приоритеты: не тот момент или нехватка бюджета — и он отказывается от вступления, даже если продукт или услуга ему интересны.

ВИДЫ ВОЗРАЖЕНИЙ

- Ценовые;
- Неуверенность в необходимости;
- Отказ без объяснения;
- Другие: сроки, качество, конкуренты

Таблица 1: Типы возражений и ответы на них

Тип возражения	Описание	Пример	Ответ/Техника
Ценовые	Возражение связано с ценой	"Это слишком дорого"	"Понимаю, что цена важна. Позвольте показать, какую выгоду вы получите."
Необходимость	Скептицизм относительно необходимости продукта/услуги	"Я не уверен, что это мне нужно"	"Давайте я расскажу, как это решает ваши проблемы."
Отказ без объяснения	Нет конкретных причин, просто отказ	"Нет, спасибо"	"Понимаю. Может, я расскажу подробнее, чтобы вы приняли решение?"
Сроки	Вопрос о сроках выполнения	"Это занимает слишком много времени"	"Мы можем адаптировать сроки под ваши нужды."
Качество	Вопрос о качестве или надежности	"Мне кажется, это ненадежно"	"Наш продукт прошел множество проверок и имеет хорошие отзывы."
Конкуренты	Сравнение с конкурентами	"У конкурентов дешевле"	"Наш продукт отличается высоким качеством и гарантиями."
Страх рисков	Страх потерять деньги или время	"А вдруг это не работает"	"У нас есть гарантия, и отзывы клиентов подтверждают эффективность."

ОСНОВНЫЕ ТЕХНИКИ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

1. Активное слушание
2. Переформулирование
3. Метод "Да, но"
4. Предложение альтернатив
5. Использование фактов и доказательств
6. «СПИН»

ТЕХНИКА 1. АКТИВНОЕ СЛУШАНИЕ

- Внимательно слушайте клиента, выявите потребности
- Показывайте, что понимаете его позицию
- Используйте невербальные сигналы: кивки, зрительный контакт
- Задавайте уточняющие вопросы
- Разделяйте эмоции и факты

ТЕХНИКА 2 – ПЕРЕФОРМУЛИРОВАНИЕ

- Позитивное переформулирование
- Перефразировать возражение так, чтобы подчеркнуть интерес или потребность (например, «Я понимаю, что для вас важно...»)
- Повторите суть возражения своими словами
- Например: "То есть вы считаете, что цена слишком высокая?"

ТЕХНИКА 3 — МЕТОД "ДА, НО"

- Подтверждение возражения и последующее предложение решения
- Например: «Вы правы, это важно, и я предлагаю...»
- Подтверждаете озвученные опасения
- Предлагаете решение
- Например: "Да, цена немаленькая, но в результате вы получаете качество и долговечность"

Таблица 2: Примеры ответов по технике "Да, но"

Возражение	Ответ по технике "Да, но"
"Это слишком дорого"	"Да, цена выше, но в результате вы экономите на ремонтах."
"Я сомневаюсь, что это поможет"	"Да, это требует времени, но эффект стоит того."
"Я не уверен, что это нужно сейчас"	"Да, сейчас не лучший момент, но откладывать тоже не стоит."

ТЕХНИКА 4 – ПРЕДЛОЖЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВ

- Предложите альтернативные решения
- Например: "Если этот вариант не подходит, мы можем предложить другой пакет услуг"

ТЕХНИКА 5 – ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФАКТОВ И ДОКАЗАТЕЛЬСТВ

- Используйте факты и аргументы, кейсы, отзывы
- Подкрепляйте свои слова доказательствами
- Учитывайте потребности клиента
- Например: "Наши клиенты, подобные вам, уже достигли результатов"

ТЕХНИКА 6 – «СПИН»

- «СПИН» - это популярная техника, разработанная Нилом Рекхэмом, которая помогает структурировать диалог с клиентом и эффективно работать с возражениями.
- **S**: Situation questions (Вопросы о ситуации)
- **P**: Problem questions (Вопросы о проблемах)
- **I**: Implication questions (Вопросы о последствиях проблем)
- **N**: Need-payoff questions (Вопросы о выгодах)

Situation (Ситуация)

- Выяснение текущего положения клиента, сбор фактов и контекста.
- Например: «Можете рассказать, как вы сейчас решаете вопрос с...?»

Problem (Проблема)

- Выявление трудностей или неудобств, с которыми сталкивается клиент.
- Например: «Вы хотите?»

Implication (Последствия)

- Обсуждение негативных последствий текущей ситуации или проблем, чтобы усилить важность их решения.
- Например: «Если»

Need-Payoff (Выгода/Решение)

- Предложение решения и фокус на преимуществах для клиента.
- Например: «Наш профсоюз помогает»

Алгоритм работы с возражениями

- Алгоритм представляет собой последовательность действий, направленных на разрешение сомнений клиента:
- Принимаем возражение, показываем клиенту, что услышали его точку зрения.
- Задаем уточняющие вопросы, чтобы лучше понять причины сопротивления.
- Подтверждаем значимость проблемы, давая понять, что разделяем чувства клиента.
- Представляем убедительные контраргументы, подтверждающие ценность вашего предложения.
- Демонстрируем положительные стороны решения, подчеркивая выгоды для клиента.
- Проверяем готовность клиента принять решение.

Схема отработки возражений

Выслушать

Присоединиться

Аргументировать

Получить
согласие

Практические советы и примеры

Чтобы уверенно преодолевать возражения, полезно придерживаться следующих рекомендаций:

- Подготовьтесь заранее, изучив типичные возражения потенциальных покупателей.
- Регулярно практикуйтесь в применении разных методик и подходов.
- Будьте внимательны к невербальным сигналам клиента.
- Оставайтесь позитивными и уверенными в себе.

Упражнение 1: Ролевая игра

Разделиться на пары.

Один человек играет роль продавца, другой — клиента с возражениями.

После игры — обсудить, что получилось хорошо и что можно улучшить.

Упражнение 2: Создание собственной базы возражений и ответов

- Создать список наиболее часто встречающихся возражений в вашей сфере и подготовить к ним аргументированные ответы.
- Каждая команда составляет список возражений и формулирует эффективные ответы
- Обсуждение и обмен опытом

Выявление потребностей членов профсоюза — важный этап в обеспечении эффективной деятельности профсоюзной организации

1. Опросы и анкетирование

- Проведение регулярных опросов среди членов профсоюза для выявления их текущих потребностей и проблем.
- Использование онлайн-анкет или бумажных бланков для сбора информации.

2. Встречи и собрания

- Организация общих собраний и встреч с представителями членов для обсуждения актуальных вопросов.
- Создание форумов или круглых столов для открытого диалога.

3. Индивидуальные беседы

- Проведение личных консультаций и бесед с членами для более глубокого понимания их нужд.

4. Анализ жалоб и предложений

- Внимательное изучение обращений, жалоб и предложений, поступающих в профсоюз.

5. Мониторинг социальных сетей и форумов

- Отслеживание мнений и запросов в социальных сетях, профессиональных форумах и чатах.

6. Аналитика данных

- Использование статистических данных о занятости, условиях труда, заработной плате для определения проблемных областей.

7. Обратная связь

- Регулярное предоставление отчетов и обратной связи членам о принятых мерах и планах по их потребностям.

Важно учитывать, что выявление потребностей — это непрерывный процесс, позволяющий своевременно реагировать на изменения и повышать уровень удовлетворенности членов профсоюза.

КОЛЕСО БАЛАНСА



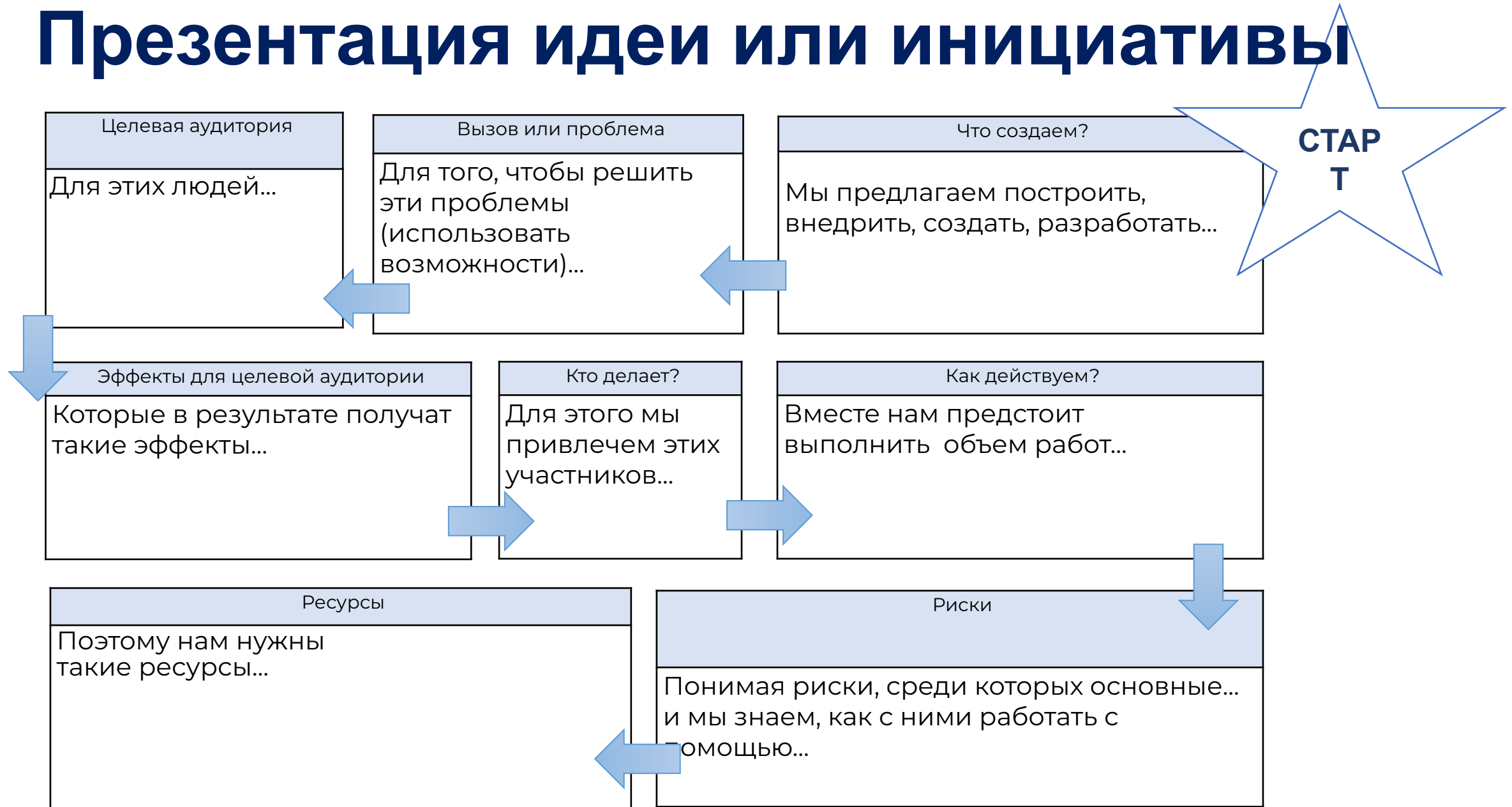
Задание №1. Индивидуально определите основные сферы деятельности вашего профсоюза по шкале от 1 до 10 , где 1 — самая низкая оценка, а 10 — высокая степень удовлетворения состоянием этой сферы

Задание №2. Определите 3 (три) направления, получившие наименьшие оценки, как **приоритетные для изменений**. Подчеркните их в «колесе» и пронумеруйте рядом по степени важности от 1 до 3.

Задание №3. По каждому из трех выбранных направлений запишите свою версию основной причины текущего состояния.

Задание №4. По каждому из трех выбранных направлений запишите Ваши идеи и инициативы, направленные на улучшение ситуации.

Презентация идеи или инициативы



Название: _____

Основная целевая аудитория		Вызов или проблема	Что создаем?
Эффекты для целевой аудитории	Кто делает?	Как действуем?	
Ресурсы		Риски	

ПРОЕКТНАЯ СЕССИЯ «ИНСТРУМЕНТЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ НОВЫХ ЧЛЕНОВ В ПРОФСОЮЗНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

- **ЦЕЛЬ СЕССИИ:** разработать эффективные инструменты и механизмы вовлечения новых членов в активную профсоюзную жизнь.
- **ЗАДАЧИ:**
 - Выявление барьеров и препятствий для вступления в профсоюз.
 - Формирование предложений по повышению привлекательности участия в работе профсоюза.
 - Разработка программы мероприятий и проектов для активизации молодежи.

Практический этап

Группа №1: разработка мотивационных механизмов (награды, конкурсы).

Группа №2: подготовка информационной кампании по привлечению новичков.

Группа №3: формирование планов образовательных и культурных мероприятий.

Группа №4: организация встреч и дискуссионных площадок для активного взаимодействия членов профсоюза.

Группа №5: барьеры и препятствия для вступления в профсоюз

Итоговая презентация и принятие решений

**ПРОДУКТЫ, ПРОЕКТЫ,
ИНИЦИАТИВЫ**

ПРОЕКТ 1

ПАМЯТКА ПРОФСОЮЗНОГО ЛИДЕРА

Цель

Задачи

Целевая аудитория

Технологии:

- Информирование
- Обучение
- Вовлечение
- Мотивация

Инструменты:

- Мероприятия

ПРОЕКТ 2

КАТАЛОГ ЛУЧШИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ПРОФСОЮЗНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- Район
- Название
- Куаркод
- Картинка
- Целевая аудитория
- Охват аудитории
- Разработчик
- Краткое описание практики
- Достигнутые результаты
- Возможности и инструменты для тиражирования
- Контактное лицо

ПРОЕКТ 3

АЗБУКА ПРОФСОЮЗНОГО ЛИДЕРА

- **А-Я**

ПРОЕКТ 4

МЕДИАПЛАН

- Информационная работа
- Работа над личным брендом
- Продвижение профсоюзной деятельности в социальных сетях.

ПРОЕКТ 5

СОЗДАНИЕ ПРОФСОЮЗНЫХ СЕРВИСОВ

- Налоговый вычет
- Финансовый консультант
- Юридическая помощь
- Финансовое страхование
- Досуг (бассейн, каток, фитнес-клуб, экскурсии, культурно-массовые мероприятия)
- «Семейный отдых»
- «Беспроцентный займ»
- «Доступная медицина»
- «Профсоюзный дисконт» (скидки в магазинах)
- «Витамины для беременных» (оплата покупки витаминов)
- Социальные программы (путевки и т.д.)
- Наставничество (HR менеджер)

ПРОЕКТ 6

ГОРИЗОНТ СОБЫТИЙ ДО 2030 ГОДА

- Повышение социальной активности профсоюзов
- Молодежь состоит/ не участвует
- Тренды: ИИ, информатизация, отток населения
- События
- Формирование доверия к профсоюзам
- Формирование лидеров мнений
- Интеграция участников СВО
- Точки бифуркации
- Занятость молодежи
- Институт наставничества для молодежи
- Новые рынки труда
- Новые трудовые отношения
- Трудовая миграция молодежи
- Регулирование деятельности самозанятых
- **Молодежные советы могут заниматься просветительской работой по вопросам трудового законодательства, оздоровлению и патриотическому воспитанию (как ветвь в студенческой лиге)**
- Поддержка учащейся и работающей молодежи

ПРОЕКТ 7

ЛИДЕРЫ ПРОФСОЮЗА

- Книга;
- Фильм;
- Репортаж;
- Статья в социальных сетях;
- Журнал