(cc) BY

Волков Кирилл Ильич

студент

Романова Наталья Геннадьевна

канд. филол. наук, доцент, доцент

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный

университет экономики и управления «НИНХ»

г. Новосибирск, Новосибирская область

ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОДАЖИ

Аннотация*: качества и общий уровень культуры речи торгового агента очевидным образом сказываются на результатах и самом протекании процесса продажи. Высокий уровень коммуникативной компетентности специалиста по продажам позволяет предотвратить возникновение коммуникативных барьеров при общении с потенциальным покупателем и усилить манипулятивное воздействие речи. В статье рассматриваются основные характеристики речи продавца, позволяющие решить данные задачи общения.*

Ключевые слова*: искусство продаж, культура речи, манипулирование информацией, деловая коммуникация.*

Речь, как известно, есть форма общения людей посредством языковых конструкций, существующая на основании определенных правил. Одна из важных функций языка – это средство общение, то есть коммуникация между индивидами. Она является важнейшим элементом профессиональной и повседневной деятельности любого человека. В свою очередь продажа – это такая коммуникация между индивидами, в которой каждый из участвующих имеет свою задачу и преследует свою цель, обусловленную экономическим интересом и условиями финансовой выгоды. Сам процесс продажи представляет собой обмен товаром или услугой на денежный эквивалент и непосредственную коммуникацию между людьми. Таким образом, мы можем сказать, что два этих понятия прочно взаимосвязаны. Продажи и умение профессионально вести диалог – это аспекты

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

успешного бизнеса, т.е. владение правильной речью является основополагающим фактором успешных и результативных продаж.

Основные качества культурной речи в условиях деловой коммуникации: понятность, выразительность, содержательность и действенность. Каждая из них важна в общении с покупателем, клиентом, сотрудником и др. Понятность речи – это правильно построенное предложение с точки зрения синтаксиса. Выразительность является эмоциональной составляющей речи, которая помогает при удержании внимания. Содержательность – это количество выраженных мыслей. Действенность – качество, способствующее убеждению. Такое свойство очень важно при совершении личных продаж. «Поэтому твоя речь должна быть мощной и искусной, ибо сила человека заключается в его языке и слова его сильнее целого войска», – сказал фараон Птахотеп 5000 лет назад.

Высокий уровень коммуникативной компетентности специалиста по продажам – залог его профессиональной успешности. Как известно, «Манипуляционное воздействие осуществляется независимо от воли субъектов, на которых оно направлено» [2, с. 90]. Речь продавца является особым инструментом и 85% успеха продаж составляет именно она.

По оценкам специалистов покупатели могут задавать до 100 вопросов в час, и речь продавца при таких условиях должна быть емкой, лаконичной и информативно насыщенной. Обладая обширным словарным запасом и умением четко выявлять главные характеристики товара, грамотный специалист обязан при построении высказываний в своей речи: проявлять вежливость к клиенту, быть убедительным, использовать наиболее выразительные и доходчивые языковые средства, формирующие правильный образ товара (например, яркие эпитеты, сравнения, подчеркивающие уникальные и инновационные свойства предлагаемого продукта).

Как правильно вести диалог с покупателем – это целая система принципов, установок и приемов, требующая знания теории деловой коммуникации и апробации наиболее эффективных тактик и стратегий на практике. Можно утверждать, что речь продавца регулирует уровень и объем продаж компании.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Соблюдение делового этикета – важная составная часть профессиональной коммуникативной компетентности торгового агента. Это соблюдение правил пунктуальности и принципов официального общения, то есть структурированная деловая речь без лирических отступлений, слов-паразитов, неуместных слов и т. п. Культура речи – это совокупность таких качеств, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата с учетом конкретной ситуации и в соответствии с поставленными целями и задачами конкретной ситуации личных продаж. Наиболее важными, на наш взгляд, чертами речи продавца являются: правильность речи – соблюдение норм современного языка; богатство и разнообразие – это оригинальность речи говорящего, достигаемая посредством большого словарного запаса и уровня эрудированности личности.

В современной бизнес-практике очень распространены различного рода тренинги для корпоративных и индивидуальных групп по ораторскому искусству. Умение использование приемов ораторского искусства – еще одно обязательное правило успешных продаж в компании. Это умение чётко, аргументированно, уверенно и образно изложить свои мысли аудитории. Также стоит упомянуть об искусстве полемики и импровизации, которые в свою очередь дают возможность продавцу ответить на самый неожиданный вопрос.

При общении стоит учитывать психологические, возрастные и социальные характеристики индивида. Исходя из них, мы можем определенным образом подстроиться под оппонента, ср.: «Сначала заставьте вашего собеседника страстно чего-то пожелать. Тот, кто сможет это сделать, завоюет весь мир, тот, кто не сможет, обречен на путь в одиночестве» [1]. Главной задачей продавца является побудить покупателя к покупке, чтобы это сделать нужно поставить себя на место собеседника. Задача – максимально завлекать, подчеркивать выгоду для клиента, выявить в диалоге с ним его клиента, вкусы, предпочтения и т. д.

Помимо вышеперечисленных, существует еще ряд существенных моментов, связанных с качествами речи торгового агента. Например, громкость голоса, влияющая на внимание и позволяющая достичь большего резонанса слов

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

продавца. Тембр, насыщенность речи, членораздельность, четкость и грамотность голоса также являются факторами успешно поставленной речи. В условиях конкурентно насыщенного рынка опытный и компетентный в вопросах речевой коммуникации продавец будет наиболее востребованным. «От обоснованности выбора цели и распределения ее между уровнями организации зависят содержание и эффективность всей деятельности. Расчленение цели на частные подцели конкретизирует процессы управления, создавая предпосылки для самоорганизации и самоуправления» [3, с. 91].

Таким образом, мы рассмотрели основные аспекты и по культуре речи при продаже. Соблюдение делового этикета и культуры речи в действительности повышает результативность продаж, помогает продвигаться по карьерной лестнице и совершать успешные сделки.

Список литературы

1. Карнеги Д. Как завоёвывать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://e-libra.ru/books/225049-kak-priobretat-druzej-i-okazyvat-vliyanie-na-lyudej.html (дата обращения: 23.12.2017).

2. Морозова Н.Г. Социальные установки и язык политики: к вопросу об особенностях политического дискурса / Н.Г. Морозова // Lingua mobilis. – 2012. – №4 (37). – С. 89–92.

3. Шадрина Л.Ю. Управленческий аспект исследования некоммерческих организаций с позиции социологии управления / Л.Ю. Шадрина, Т.В. Мартова, Н.Г. Морозова // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №12. – С. 90–92.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)