

## **ПСИХОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ**

Психологія продажів – це наука та мистецтво розуміння поведінки та мотивації людей, щоб впливати на їхні рішення про купівлю. Це динамічна сфера, яка постійно розвивається, адже поведінка споживачів змінюється під впливом нових технологій, соціальних трендів та економічних факторів.

Розуміючи психологію покупців, продавці можуть ефективніше спілкуватися з ними, будувати довіру та пропонувати продукти чи послуги, які відповідають їхнім потребам та бажанням.

Задоволені клієнти частіше повертаються за повторними покупками та рекомендують компанію друзям та родині. Ефективні методи продажу скорочують час, необхідний для закриття угоди, та зменшують кількість повернень та скарг.

Ключові принципи психології продажів:

- Люди купують емоціями, а потім виправдовують логікою. Важливо розуміти емоційні тригери ваших клієнтів та вміти апелювати до їхніх почуттів.
- Люди прагнуть до соціального схвалення. Відгуки, рекомендації та свідчення інших людей можуть значно вплинути на рішення про купівлю.
- Люди не люблять помилятися. Важливо чітко та лаконічно пояснювати переваги вашого продукту чи послуги, щоб у клієнта не виникало сумнівів
- Люди цінують дефіцит та ексклюзивність. Створіть відчуття терміновості або обмеженої пропозиції, щоб стимулювати прийняття рішення.
- Люди довіряють авторитету. Продемонструйте свої знання та досвід у своїй галузі, щоб стати довіреним радником для ваших клієнтів.

Практичні методи психології продажів:

- 1) Щоб зрозуміти потреби та бажання клієнта, важливо уважно його слухати та ставити запитання.
- 2) Спілкуйтеся з клієнтом на особистому рівні, знайдіть спільні інтереси та створіть атмосферу довіри.
- 3) Визначте проблеми та цілі клієнта, щоб запропонувати рішення, які їм дійсно потрібні.
- 4) Чітко та лаконічно презентуйте свій продукт чи послугу, підкреслюючи його переваги та відповідність потребам клієнта.
- 5) Будьте готові до заперечень клієнта та впевнено на них відповідайте, не вступаючи до суперечок.
- 6) Допоможіть клієнту зробити остаточний крок, пропонуючи чіткий заклик до дії.

Невербальна комунікація відіграє важливу роль у психології продажів. Це те, що ми говоримо без слів, включаючи мову тіла, міміку, інтонацію голосу, контакт очей та особистий простір.

Ефективні продавці розуміють мову невербальних сигналів та використовують їх на свою користь, щоб:

- Встановлювати довіру. Відкрита постава, посмішка та щирий контакт очей створюють позитивне враження та сприяють довірі.

- Визначити емоції. Невербальні сигнали можуть дати уявлення про те, що думає і відчуває клієнт, навіть якщо він не каже це прямо.

- Підкреслити свою думку. Жестикуляція, міміка та інтонація голосу можуть допомогти підкреслити ключові моменти та зробити презентацію більш переконливою.

- Зрозуміти заперечення. Невербальні сигнали можуть допомогти розпізнати приховані заперечення та вчасно на них відреагувати.

Невербальна комунікація - це складний процес, який потребує практики та уваги. Розуміння та ефективне використання невербальних сигналів може допомогти вам стати більш успішним продавцем та налагодити міцні стосунки з клієнтами.

Важливо пам'ятати, що психологія продажів – це не маніпуляція, а щире прагнення допомогти людям знайти рішення, яке їм підходить. Етичний та відповідальний підхід до продажів, ґрунтований на взаємоповазі та розумінні, буде міцні стосунки з клієнтами та веде до довгострокового успіху.

### ***Список використаних джерел:***

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>.

2. Словник понять і термінів з маркетингу / Борисова Т.М., Галько Л.Р., Дудар В.Т, Іванечко Н.Р., Окрепкий Р.Б., Процишин Ю.Т., Хрупович С.Є. - Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 112 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49382>.

3. Іванечко Н., Оконський М. Управління продажами у сфері послуг. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. № 6. С. 158-162. URL: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2023.06.167](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.06.167).