

*Афанасьева А.Н. Технология формирования коммуникативной компетентности у работников в сфере продаж // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 06 (июнь). – АРТ 164-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

### **РУБРИКА: ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ**

**УДК 740**

**Афанасьева Алёна Николаевна**

студентка 4 курса факультет психологии

*Научный руководитель:* Черкасова С.А., к.п.н., доцент

ФГБОУ ВПО

«Тульский государственный педагогический университет

им. Л. Н. Толстого»

г. Тула, Российская Федерация

[afanasieva.aa14051994@yandex.ru](mailto:afanasieva.aa14051994@yandex.ru)

## **ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ У РАБОТНИКОВ В СФЕРЕ ПРОДАЖ**

*Аннотация:* Статья посвящена технологиям формирования коммуникативной компетентности у работников в сфере продаж. Описываются основные методы формирования и развития коммуникативной компетентности менеджеров. Так же раскрывается специфика этих методов, и рассматриваются преимущества и недостатки. Делается вывод о том, какие методы формирования коммуникативной компетентности являются более эффективными в сфере продаж.

*Ключевые слова:* коммуникативная компетентность, очные виды обучения, заочные виды обучения.

**Afanasyeva Alyona Nikolaevna**

4th year student psychology faculty

Supervisor: S. Cherkasova, PhD, Associate Professor

FGBOUVPO

"Tula State Pedagogical University. L.N. Tolstoy »

## **TECHNOLOGY OF COMMUNICATIVE COMPETENCE FORMING IN WORKERS IN THE SPHERE OF SALES**

*Annotation:* The article is devoted to the technologies of forming communicative competence among employees in the sphere of sales. The basic methods of formation and development of communicative competence of managers are described. The specifics of these methods are also disclosed, and advantages and disadvantages are considered. It is concluded what methods of forming communicative competence are more effective in sales.

*Keywords:* communicative competence, full-time education, correspondence education.

Основными методами формирования и развития коммуникативной компетентности персонала, занимающегося продажами на сегодняшний день, являются (в порядке убывания частоты использования):

- тренинг на рабочем месте в рабочее время (сравнимо с понятием инструктаж),
- программы обучения in-house (разработанные непосредственно на предприятии),

- коучинг линейными руководителями или экспертами организации,
- курсы дистанционного обучения,
- внешние конференции и практические семинары,
- обучение с помощью инструктора не на рабочем месте,
- сочетание очного обучения с инструктором с дистанционными технологиями,
- формальные обучающие курсы и курсы, организовываемые внешними провайдерами [1].

Каждый из перечисленных методов имеет свою специфику и эффективность. По своей сути, указанные методы, возможно, разделить на очные и заочные виды обучения.

Очные виды обучения. К ним относят занятия, проводимые тренером или инструктором, как дистанционно, так и в присутствии обучающихся. Это могут быть инструктажи, лекции, тренинги, бизнес-тренинги, семинары, внешние мероприятия (организуемые сторонними тренинговыми компаниями), вне рабочего места, и удаленные дистанционные курсы (вебинары) – на рабочем месте или вне его, и ряд других.

Неоспоримым преимуществом очного обучения является живой контакт с инструктором или тренером – это несет в себе несколько положительных моментов:

- Сбор ожиданий участников навыкового тренинга – очень важная фаза, в течение которой инструктор или тренер имеет возможность оценить настрой участников, подкорректировать программу;
- Управление групповой динамикой – максимум динамики достигается только на очном обучении;

- Обучение практически всегда выполняется в игровой форме – участники не перегружаются материалом, имеют возможность ближе познакомиться друг с другом, что также влияет на укрепление корпоративного духа и т.д.
- Инструктор или тренер во время фазы отработки навыка может скорректировать поведение участника(ов) с целью коррекции усваиваемого навыка;
- Очное обучение может нести в себе компонент создания внутреннего бренда компании [2].

Но, помимо перечисленных преимуществ, имеются и отрицательные стороны, такие как:

- Высокая стоимость проведения (особенно возрастает при организации обучающих мероприятий с помощью сторонних организаций);
- Высокая длительность (обычно тренинги длятся от 2 до 5 дней);
- Работник на время обучения выключается из трудового процесса, что несет в себе ряд издержек.

Несмотря на подобные недостатки, тренинги являются одним из предпочитаемых методов очного развития коммуникативных компетенций в сфере продаж.

Более низкой эффективностью обладают занятия, проводимые тренером или инструктором дистанционно с помощью пользовательских компьютерных инструментов – вебинары, коучинги линейными менеджерами или экспертами – во время такого обучения участники могут слышать и (не всегда) видеть выступающего.

Данный метод устраняет почти все недостатки очного тренинга, но появляются и собственные недостатки:

- Ограниченность во времени (занятие длится не более полутора часов, далее снижается его эффективность и возрастает усталость участников);

- Для того чтобы дать полную тему, рассчитанную, например, на 4 академических часа необходимо три занятия, т.е. три дня – налицо высокая частота занятий;
- Отсутствует управление групповой динамикой, игровая форма обучения;
- Самый главный недостаток – с помощью такого метода невозможно формировать желаемые навыки и профессиональные компетенции. Тем не менее, данный метод высокоэффективен при низких инвестициях в L&D и может сочетаться с инновационными методиками [3].

Среди очных методов обучения особенно необходимо отметить наставничество. По большому счету данный метод возможно отнести к очным видам обучения, но основное отличие состоит в том, что на время обучения к вновь принятому работнику прикрепляется куратор (наставник) на определенное время, обычно не более года.

Задачами куратора являются ознакомление сотрудника с компанией, корпоративной культурой, первичный инструктаж, помощь в выполнении рутинных задач – таким образом, куратор помогает сформировать организационную компоненту компетенций работника.

Преимуществами данного метода являются его низкая стоимость – данный метод может обходиться компании только стоимостью увеличения ФОТ для наставника, и при этом высокой эффективностью, т.к. наставник как наиболее опытный сотрудник может передавать полученные знания и навыки вновь принятому работнику без отрыва от трудового процесса (хотя достаточно проблематично измерить эффективность данного метода).

Стоит также отметить, что в сфере продаж использование только данного метода формирования профессиональных компетенций недостаточно, т.к. в течение наставничества невозможно проводить формирование и отработку желаемых навыков [4].

Заочное обучение. При реализации данного вида возможно различать самостоятельное обучение с контролем инструктора в виде зачетов и экзаменов (как это часто бывает в корпоративных университетах) и полностью самостоятельную подготовку.

Несмотря на многочисленные споры, самостоятельное обучение имеет ряд неоспоримых преимуществ:

- Удобство для обучающегося – возможность распределять время, затрачиваемое на изучение, по своему усмотрению в пределах установленных курсом временных рамок; также удобство выражается в самостоятельном распределении затрачиваемых сил и ресурсов самим участником обучения;
- Низкие инвестиции компании в организацию обучения.

В случае подготовки печатных материалов, медиафайлов, передаваемых на внешних носителях, затраты будут измеряться стоимостью ФОТ сотрудников, готовивших материал и тратами на носители информации.

Если самостоятельное обучение организовано с помощью компьютерных технологий – то стоимостью программы-оболочки (если обучение проходит в специальной компьютерной программе) и ФОТ специалиста, проводящего контроль обучения, если он предусмотрен, и специалиста, готовившего учебный материал;

- В тоже время, самостоятельное обучение не может использоваться как единственный способ формирования профессиональных компетенций – оно лишь может повлиять на индивидуально-личностные характеристики участника (знания), и тем более, оно будет совершенно бесполезно в формировании желаемых навыков.

На наш взгляд, метод обладает средней эффективностью, стремящейся к низкой, т.к. не все участники обучения обладают достаточным упорством в

самостоятельном изучении материала, и, при отсутствии контроля, бросают процесс обучения.

К заочному виду обучения можно отнести: дистанционные курсы посредством сети интернет или интранет (с записями лекций инструктора или без таковых), самостоятельная подготовка по печатным материалам или материалам, передаваемым на внешних носителях или посредством мобильных приложений. Иногда можно встретить сочетание методов очного и заочного обучения различных пропорциях.

Таким образом, можно сделать вывод, что при выборе метода формирования коммуникативной компетентности, а также вне зависимости от избранного типа обучения, в первую очередь необходимо уделять особенное внимание развитию компетенций (или их компонент) первого приоритета, т.к. это обеспечит сокращение срока трудовой адаптации работника и его включение в трудовой процесс с максимально возможной эффективностью на данном этапе.

В сфере продаж наиболее эффективными методами формирования коммуникативной компетентности будет являться сочетание очного и заочного типов, первого для формирования непосредственно навыков продаж, ведения и управления бизнесом, отработки коммуникативных компетенций, а второй для обучения требуемым профессиональным знаниям.

#### **Список используемой литературы:**

1. Антосенков, Е.Г., Курамышев В.В. Эффективное управление персоналом на малых и средних предприятиях: проблемы, опыт решения./Е.Г. Антосенков, В.В. Курамышев //Труд и Социальные отношения – 2014.- No2. - С. 48-60.

2. Ветошкин, Т.И. Роль компетенций в управлении персоналом / Т. И. Ветошкин // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2015. – N 3. – С. 1118.
3. Волгин Н. А. Продуктивное образовательное взаимодействие [Текст]: монография / Н. А. Волгин, Г. И. Ефимов, О. А. Жирков. – М.: Проспект, 2013. – 80 с. –100 экз. – ISBN 978-5-98597-270-2.
4. Вотякова, И. В. Компетенции и мобильность персонала в условиях инновационного развития кадрового потенциала организации / И. В. Вотякова // Управление персоналом. – 2015. – N 4. – С. 55-56.

*Дата поступления в редакцию: 01.06.2017 г.*

*Опубликовано: 03.06.2017 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник»,  
электронный журнал, 2017*

*© Афанасьева А.Н., 2017*

