**Практическое занятие 3**

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ СЕЛЬХОЗТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

Личные контакты с клиентами ИКС исключительно важны в работе службы и незаменимы в налаживании хороших отношений с ними. Личное влияние сотрудника ИКС может стать решающим при принятии решения клиентом.

Индивидуальные методы деятельности имеют различные формы:

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ

консультирование в хозяйстве

консультирование в офисе

консультирование по телефону

консультирование по переписке

консультирование при неформальных встречах

Индивидуальные методы работы широко практикуются в зарубежных ИКС. От правильности выбора формы личного контакта во многом зависит авторитет консультанта и эффективность деятельности службы. Выбор формы индивидуального контакта зависит от сложности проблемы, фактора времени, технических возможностей клиента и службы, экономического состояния клиента и т.д.

Индивидуальное консультирование не зависимо от формы должно завершится оформлением письменных рекомендаций в двух экземплярах. Один передается клиенту, другой подшивается в индивидуальное дело хозяйства и хранится в офисе ИКС.

Индивидуальные методы имеют как преимущества, так и недостатки.

**Преимущества:**

1. Индивидуальное консультирование позволяет работнику ИКС лучше узнать проблемы и потребности клиента. Работник службы может самостоятельно ознакомится с посевами, животноводческими объектами клиента и получить достоверную, подробную информацию о проблемах клиента.
2. Во время общения можно соотнести и обобщить информацию обеих сторон о причинах возникновения проблем с целью выработки решения.
3. Работник ИКС может эффективно помочь клиенту в выборе путей решения задач и прояснить его отношение к ним.
4. Грамотно применяя методы индивидуальной работы, работник ИКС может повысить доверие к себе и службе у сельских товаропроизводителей.

**Недостатки:**

1. Большие затраты времени и средств на поездки.
2. Сотрудник ИКС не в состояние на регулярной основе посещать большое количество сельхозтоваропроизводителей.
3. Работники в силу субъективных причин могут давать необъективную информацию. Такие негативные моменты при индивидуальных методах трудно отслеживаются руководством ИКС.
4. Товаропроизводитель не обращается за помощью или не открывает всю информацию о себе, если у него нет доверия к сотруднику службы.
5. Индивидуальные методы работы редко стимулируют коллективные интересы.

**Посещение хозяйств.**

Консультирование в хозяйстве наиболее распространенная форма контактов между консультантом и сельхозтоваропроизводителем. Поскольку эта форма требует затрат времени нужно четко планировать цель визита. Цели посещения хозяйств могут быть самыми разнообразными, например,:

–знакомство с товаропроизводителем;

–расширить знания о проблемах товаропроизводителя;

–реализовать рекомендации или контролировать исполнение и дать оценку результатам;

–вызвать заинтересованность товаропроизводителей и стимулировать их на контакты с ИКС.

Сотрудники службы могут посещать хозяйства клиента по их собственной инициативе, могут на плановой основе, по вызову клиента при возникновении у него проблем.

Посещение хозяйства сотрудником ИКС будет успешным при соблюдении определенных правил:

– о встрече необходимо договариваться заранее;

– дату и время посещения хозяйства необходимо внести в общий график своей работы;

– необходимо тщательно продумать цель визита, просмотреть индивидуальное дело товаропроизводителя, записи и др. информацию о клиенте;

– необходимо подготовить для клиента рекомендации специалистов ИКС других отраслей, если это требуется;

– полезно вести записи о поездках и заносить туда самую необходимую информацию о визите: дата, цель, проблемы, выводы, рекомендации). Такая система помогает при составлении отчетов, анализе деятельности, замене консультанта. Рекомендуется вести журналы с информацией за ряд лет.

**Посещение товаропроизводителем офиса**

**консультационной службы.**

Чем выше интерес товаропроизводителя к агенту службы, тем выше вероятность того, что он сам будет обращаться в офис ИКС. Такие визиты не требуют больших затрат времени сотрудника службы.

Такие визиты не всегда бывают подготовленными, однако нужно сделать все, чтобы клиент чувствовал себя комфортно. Для этого офис нужно оборудовать специальным местом для посетителей. На дверях сотрудников должны быть таблички с должностями, ФИО, на столах должны быть специальная периодическая литература. Необходимо вести базу данных о визитах товаропроизводителей и периодически ее обрабатывать.

В ходе визита посетителя сотрудник должен создать благоприятную обстановку для продуктивной работы. Нужно вести беседу таким образом, чтобы клиент с желанием излагал подробности, детали своих проблем. Наличие в офисе специальной литературы, демонстрационного материала и других информационных источников позволяет сделать беседу целенаправленным, убедительным. Разговор должен завершиться на ноте, сохраняющей желание клиента развивать достигнутый контакт.

**Правила ведения разговора по телефону.**

Одним из основных средств коммуникации сотрудников службы с клиентами является телефон. Следует придерживаться некоторых рекомендаций по ведению телефонного разговора с клиентами. Нужно отвечать на звонок без задержки, поздороваться, представиться, назвать организацию и спросить, чем можно быть полезным абоненту. При этом говорить четко, не спеша, сохранять спокойствие, быть вежливым не зависимо от возможных неприятных ассоциаций от разговора. Делать соответствующие записи о принятых решениях и согласованиях. Для сохранения деловых контактов нужно стараться оказать максимальную помощь позвонившему абоненту, не заставляя его ждать. Если нет возможности дать ответ немедленно, нужно обещать перезвонить после того когда будет получена нужная информация. Сделать это нужно быстро, при отсутствии такой возможности, нужно перезвонить и сообщить что занимаетесь сбором нужной информации. Нужно быть кратким при разговоре по телефону, в конце разговора следует поблагодарить позвонившего, за звонок. Выполнение этих не хитрых рекомендаций позволяет правильно строить свои отношения с клиентами.

**Рекомендации по оформлению письменных сообщений.**

Ведение деловой переписки – важный элемент в работе консультантов. Следует знать некоторые правила по правильному оформлению письменных материалов.

1. Предложения должны быть краткими. Краткость предполагает исключение из содержания письма второстепенных деталей, повторов и длинных, сложных оборотов речи. Но, в тоже время, нельзя упрощать текст, игнорировать основные факты, выхолащивая суть письма. От этого теряется смысл сообщения.
2. Необходимо отдавать предпочтение простому, перед сложным. Известно, что «все гениальное просто». Этот принцип должен удерживать автора письма от использования сложных выражений, если есть возможность высказаться проще.
3. В описании сложных идей нужно обращать внимание на подбор ясных и простых терминов. Однако это не означает, что следует ограничивать свой словарь. Общеизвестно, что интеллектуальный уровень и размер словарного запаса тесно связаны.
4. Необходимо придавать вес каждому слову. Пока отсутствует опыт составления делового письма, следует практиковать черновые наброски, где вычеркивают ненужные слова.
5. Лучше выражать действие глаголами. Материалы, составленные с использованием глаголов в пассивной форме, плохо воспринимаются. Например, лучше писать – «мы будем сотрудничать с Вами», вместо «сотрудничество с Вами входит в наши намерения».
6. Нужно использовать термины, которые читатель может увидеть, образно представить. Абстрактные слова плохо запоминаются, делают материал скучным и неинтересным.
7. Следует обращаться к опыту читателя. Клиент не примет новых идей пока в своих рекомендациях их не связать со старыми идеями, которые у него уже сформировались.
8. Гораздо лучшее впечатления оставляют простые, понятные изложения. Нужно писать, чтобы выразить свою мысль. Некоторые авторы письменных материалов, пытаясь проявить свою эрудированность, глубокие знания предмета, используют сложные термины, витиеватые выражения. Это лишне при ведении деловой переписки.
9. Следует избегать жаргона, вульгарных выражений.
10. Следует быть осторожным при использовании в письме цифр. Сами по себе цифры привлекают к себе внимание больше, чем слова. Нужно быть абсолютно точным при использовании цифр из других источников.

**Консультирование при неформальных контактах**

Консультирование при неформальных контактах, которые возникают при посещении ярмарок, выставок, семинаров, конференций позволяет адаптироваться консультанту к проблемам товаропроизводителей в своем районе.

**Практическое задание по теме:**

1. Изучить особенности индивидуальных методов консультирования