

ЭТИКА И ПСИХОЛОГИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Психология менеджмента

Специалист по сервису должен опираться в своей деятельности на знание общечеловеческих потребностей.

В основе любого действия человека лежит некое желание, неудовлетворенная потребность, которая мотивирует (побуждает) его к определенной форме поведения.

▶ Специалист по сервису должен выявить и удовлетворить эту потребность.

В результате этого возникают деловые контакты, которые носят нравственно-психологический характер.

Психология менеджмента

Специалист социально-культурного сервиса и туризма должен уметь:

- ▶ удовлетворить потребность клиента;
- ▶ находить мотивы к приобретению турпродукта;
- ▶ понять интересы клиента, выслушать;
- ▶ убеждать клиента, вести переговоры;
- ▶ уметь аргументировано ответить на возражения;
- ▶ использовать выразительные средства речи;
- ▶ знать, как принять клиента и завязать контакт;
- ▶ внимательно следить за развитием отношений;
- ▶ завершить продажу тогда, когда это потребуется.

Психология менеджмента

Чтобы правильно пользоваться этими инструментами специалист сервиса должен сочетать в себе:

- ▶ энтузиазм – гордость своей профессией, порождающий энергию в работе;
- ▶ уверенность в себе – вера в себя, в свое умение продавать турпродукт;
- ▶ сильный характер – умение проявлять упорство и выполнять намеченные планы;
- ▶ порядочность проявляется в продаже только того турпродукта, который действительно выгоден туристу;
- ▶ искренность проявляется в честности с самим собой и с клиентами;
- ▶ доброжелательность – умение увидеть положительное во всех людях и во всех ситуациях;
- ▶ инициатива заключается в принятии на себя персональной ответственности за свои настроения и действия;
- ▶ оптимизм – понимание важности позитивного мышления и позитивных убеждений.

Психология менеджмента

Психологические особенности обслуживания клиентов в значительной степени основываются на психологической культуре делового разговора – это единство знаний, отражающих закономерности психической деятельности собеседников, и умение применять эти знания в конкретных деловых ситуациях.

Психология менеджмента

Одним из решающих факторов, влияющих на эффективность продаж туристского продукта, является способность менеджера создать о себе хорошее впечатление.

Для этого рекомендуется следующее:

- ▶ Избавиться от напряженности и скованности или, наоборот, фамильярности и развязности.
- ▶ Проявлять интерес к личности клиента.
- ▶ Указывать на моменты сходства с клиентом.
- ▶ Использовать комплименты.

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

Общение – важнейшая форма взаимодействия людей.

В современном менеджменте общение играет определяющую роль. Оно служит жизненно важной цели – установлению взаимосвязей и сотрудничеству людей.

Менеджеры на различные виды общения тратят в среднем 80% своего рабочего времени.

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

От того, насколько умело построено общение зависят:

- ▶ результативность переговоров;
- ▶ степень взаимопонимания с партнерами, с клиентами, сотрудниками;
- ▶ удовлетворенность работников фирмы своим трудом;
- ▶ морально-психологический климат в коллективе;
- ▶ взаимоотношения с другими предприятиями и организациями, а также с государственными органами.

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

По характеру и содержанию общение бывает **формальным** (деловым) и **неформальным** (светским, быденным, бытовым).

▶ Деловое общение – это процесс взаимодействия и взаимосвязи, в котором происходит обмен деятельностью, информацией, опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение или реализацию проблемы.

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

- ▶ Общение отличается по содержанию и по форме. Форма общения – это процесс взаимодействия людей, специфика их поведения по отношению друг к другу.
- ▶ Главное в выборе форм общения в том, чтобы «друзей не сделать врагами, о врагов сделать друзьями»

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

В данном случае речь идет о качестве общения, а точнее, о его культуре. В связи с этим важно выделить следующие *компоненты общения*:

- коммуникатор – тот, кто инициирует общение, сообщает информацию;
- аудитория (реципиенты) – тот, кому сообщают информацию;
- сообщение – то, что говорят (содержание информации);
- средства общения – технические средства, благодаря которым информация поступает к ее получателю

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

Деловое общение реализуется в различных формах:

- деловая беседа;
- деловые переговоры;
- деловые совещания;
- публичные выступления.

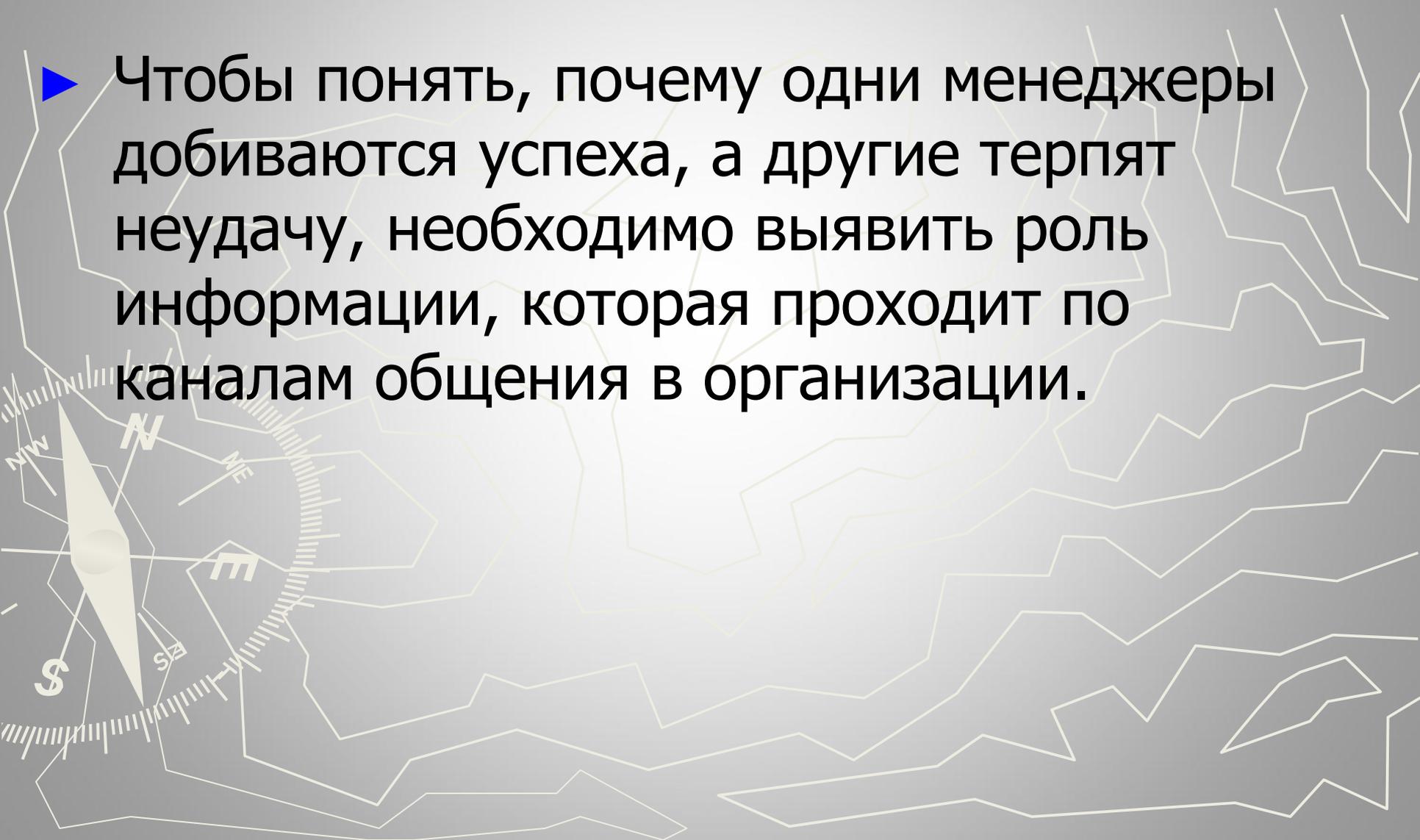
Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

Можно выделить два основных вида общения:

- опосредованное (косвенное) — через посредников, по телефону, факсу;
- непосредственное — вступление собеседников в контакт «с глазу на глаз». В этом случае применяется два вида коммуникации: вербальная (речевая) и невербальная (жесты, мимика, тембр голоса).

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

- ▶ Чтобы понять, почему одни менеджеры добиваются успеха, а другие терпят неудачу, необходимо выявить роль информации, которая проходит по каналам общения в организации.



Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

Информация может быть разделена на три категории.

1. Функциональная информация – передается всем или определенной группе лиц для того, чтобы они могли выполнять свои функции (о политике, целях и задачах организации, директивы и т.п.). Она поступает в разных направлениях (вертикально и горизонтально).

Традиционно обмен такой информацией называется формальным общением, так как она передается по официальным каналам организации.

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

2. Координационная информация — циркулирует между функциональными подразделениями организации; движется обычно в горизонтальном направлении.

В этом случае необходимое общение происходит при встречах, посредством телефона, служебных писем, объявлений и др. По существу, это общение, связанное с организацией совместной деятельности по решению задач фирмы.

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

3. Оценочная информация – происходит общение, которое имеет отношение к статусу сотрудников, восприятию ими друг друга. Каналы передачи оценочной информации обычно включают награды, поощрения за заслуги, поощрительные письма с благодарностью за значительный вклад в деятельность организации.

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

Особое внимание следует уделять технологии делового общения. Его слагаемые.

- ▶ 1. Формулирование цели: заключить соглашение, подписать контракт, разрешить спорный вопрос и т.д.
- ▶ 2. Подготовка к общению – моделирование процесса общения, определение тактики и манеры своего поведения.
- ▶ 3. Процесс непосредственного общения.
- ▶ 4. Подведение итогов делового общения.

Значение делового общения на предприятиях сервиса и туризма

Таким образом, межличностное общение базируется на навыках, которые в процессе трудовой деятельности менеджера постоянно совершенствуются. Руководитель не должен недооценивать навыков межличностного общения, без которых невозможно эффективное управление организацией.