

что это обеспечит минимальный дополнительный товарооборот в 10 % (обычно эта цифра для рекламных кампаний ЗАО не опускается ниже 11 %), предприятие будет иметь дополнительно более 129 млн рублей прибыли при планируемой рентабельности кампании, равной 32,5%, что говорит об экономической эффективности предлагаемой рекламной кампании в Интернете.

#### Список использованных источников

1. *Синяева, И. М.* Маркетинговые коммуникации / И. М. Синяева. – М., 2007. – С. 211.

2. Корпоративный сайт ЗАО «Атлант» [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.atlant.by/>. – Дата доступа: 21.04.2014.

*А. С. Святская*

Научный руководитель – А. В. Жилан  
БГЭУ (Минск)

## РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРИ ПРОДАЖАХ

Для повышения эффективности продаж следует использовать все имеющиеся инструменты. Одними из таких являются невербальные коммуникации.

Невербальные коммуникации – это способ передачи информации на основе произвольных, неосознанных комплексов движений, выражений, обозначающих личностные особенности человека [1, с. 30]. Значение невербальных средств коммуникации было известно задолго до возникновения социальной психологии и задолго до того, как эти средства начали исследовать ученые. Невербальное поведение может дополнять вербальное, противоречить ему, замещать, усиливать или смягчать сказанное. Оно меньше поддается контролю, более спонтанно и поэтому в большей степени отражает внутренние побуждения. Невербальные средства общения делятся на визуальные, акустические, тактильно-кинестезические и ольфакторные.

Роль невербальных коммуникаций при продажах очень велика. Зачастую именно вовремя распознанный и интерпретированный жест становится решающим в результате переговоров. Одним из ритуалов делового мира, который может сразу расставить акценты в ваших отношениях, является рукопожатие. Выделяют четыре основных положения руки: положение ладони вверх, вниз, вбок и указующего перста, что интерпретируется как доверительное, доминирующее, равноправное и агрессивное настроения соответственно.

Расположение за столом позволяет достичь взаимопонимания и завоевать доверие. Выделяют позицию сотрудничества (наиболее благо-

приятное расположение), соперничества (наименее благоприятное расположение) и угловое расположение (рекомендовано при проведении презентаций).

Большое значение при проведении продаж имеют группы жестов обмана и оценки. К жестам обмана относятся: защита рта рукой (в момент речи он интерпретируется как ложь вашего собеседника, если же он прикрывает рот рукой в момент, когда говорите вы, – это означает, что он чувствует, как вы лжете); кратковременное прикосновение к носу и потирание века (замаскированные варианты предыдущего жеста); оттягивание воротничка (обычно он сопровождается ложью, но так же может означать, что человек расстроен или разгневан). К оценочным жестам относят подпирание щеки (степень наскучивания прямо пропорциональна выраженности использования руки как опоры); поглаживание подбородка (означает, что человек пытается принять решение, в этот момент его нельзя перебивать) [1, с. 32–33].

В результате проведенного исследования и изучения вопроса о невербальных коммуникациях можно выделить ряд ошибок, которые характерны при проведении переговоров и которых следует избегать:

- 1) не сутультесь;
- 2) следите за своими руками;
- 3) не крутитесь на стуле;
- 4) не трогайте лицо руками;
- 5) не прикрывайте рот руками;
- 6) сидя, не опирайтесь головой на руку или руки;
- 7) не скрещивайте руки на груди;
- 8) избегайте чрезмерных прикосновений;
- 9) соблюдайте дистанцию.

На шаш взгляд, продавец, обладающий знаниями невербальной коммуникации, способен быстро развиваться и достигать высоких показателей продаж.

#### Список использованных источников

1. Щербич, Г. А. Курс лекций по маркетинговым коммуникациям / Г. А. Щербич, И. М. Баско. – Минск, 2012. – Ч. 1.

2. Завадский, М. Работа с потенциальными клиентами / М. Завадский // Язык телодвижения [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: salesguru.pro/publication/21. – Дата доступа: 01.04.2014.