

Список использованных источников

1. Фролова, Т.А. Экономическая теория : конспект лекций / Т.А. Фролова. — Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2009.
2. Фомичев, В.И. Международная торговля : учебник / В.И. Фомичев. — М. : ИНФРА-М, 2001. — 446 с.
3. Внешняя торговля Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/vneshnyaya-torgovlya-respubliki-belarus>. — Дата доступа: 22.02.2018.

А.А. Николаенко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель **А.В. Кармызов**

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕФОННЫХ ПРОДАЖ

Главная особенность телефона как средства коммуникации — возможность использования только аудиального (слухового) канала восприятия для получения информации и возможность использования только голоса для передачи информации. В обоих случаях кроме содержания, передаваемого вербально (словами), используются специфические для телефонной беседы невербальные каналы аудиальной коммуникации: тембр голоса, интонация, скорость речи и высота тона. Именно посредством перечисленных качеств голоса мы получаем основную информацию о состоянии, отношении и заинтересованности собеседника.

Задача звонящего — создание положительных эмоций и хорошего настроения у вашего собеседника.

Важной составляющей успешных телефонных переговоров и любого делового звонка является тщательная подготовка к передаче информации и умение предвидения возможных вопросов собеседника, с заготовкой заранее соответствующих ответов и конкретных цифр, подкрепляющих фактов. Поэтому лучше заранее подготовить все необходимые документы и возможно запрашиваемую документацию, а также приготовить ручку и блокнот для записи вопросов, запросов и ключевых моментов предварительных договоренностей.

Типичные ошибки специалистов по телефонным продажам:

- 1) неудобное время для звонков. Более 50 % холодных звонков не являются результативными, потому что мы отрываем клиента от важных дел;
- 2) сравнение своей организации с нынешним поставщиком клиента. Необходимо уважать выбор клиента и показать ценность нашего товара, который прекрасно подходит под критерии клиента;
- 3) при выяснении потребностей необходимо задавать вопросы, выстраивая логичную цепочку вопросов, в итоге должен получиться диалог с клиентом.

4) возражения клиента — это вопросы, которые помогают нам получить дополнительную информацию и в итоге лучше понять клиента;

5) правильная фокусировка на клиентах. В первую очередь нужно осуществлять звонки нашим потенциальным покупателям;

6) презентация товара (услуги) — тем самым мы показываем заинтересованность в клиенте, в дальнейшем сотрудничестве с ним;

7) ваши покупательские мотивы — это не мотивы клиента. Поэтому необходимо проводить презентацию с учетом покупательских мотивов клиента;

8) общение с клиентом и после заключения сделки. Когда возникнет новая потребность в товаре, то он сразу вспомнит о вашей компании;

9) не всегда главным мотивом клиента является цена. Поэтому необходимо узнать и о других мотивах клиента для совершения сделки.

Телефонные продажи являются одними из самых сложных и не каждый специалист сможет работать в данном направлении. Поэтому специалистам телефонных продаж необходимо всегда совершенствовать свои навыки и знания. Только тогда они смогут добиваться плановых показателей и работать наиболее эффективно.

Д.И. Павловец, О.В. Шульгина

ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

Научный руководитель М.Е. Карпицкая

(канд. экон. наук, доцент)

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

В современных условиях развития науки и техники инновационной составляющей уделяется особое внимание. Инновации являются индикатором социально-экономического развития, выступают фактором повышения экспортного потенциала, конкурентоспособности регионов и национальной экономики в целом. В Республике Беларусь за последние два года в стране были утверждены два основополагающих документа, регламентирующих развитие инновационной сферы: «Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы» и Стратегия «Наука и технологии: 2018–2040».

Проведем анализ инновационного развития конкретного региона — Гродненской области. В области действует свободная экономическая зона «Гродноинвест», создающая благоприятные условия для быстрой окупаемости инновационных проектов. На территории региона инновационная деятельность курируется научно-техническим Советом, созданным при облисполкоме. Образован централизованный источник финансирования инновационной деятельности — областной инновационный фонд, размер которого в 2016 г. составлял 62 млрд руб. Расположенные в Гродненской области высшие учебные заведения и филиалы Нацио-