

*Мерзлякова Влада Ивановна,
студент бакалавриата Оренбургского филиала РЭУ*

им. Г.В. Плеханова

*Научный руководитель: Нестерова Татьяна Геннадиевна, доцент
кафедры экономических и социально-гуманитарных дисциплин,*

Оренбургского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова,

кандидат педагогических наук

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОДАЖ УСЛУГ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

***Аннотация.** В статье анализируются психологические особенности продаж услуг через интернет, с учётом которых формулируются правила работы в мессенджерах. В статье приводятся ситуации эмоциональной вовлеченности покупателя услуг, примеры выстраивания коммуникации короткими предложениями, генерирования специального текста-убеждения.*

***Ключевые слова:** покупатель, продажи, интернет, менеджер, маркетинг, психологические особенности.*

***Annotation.** The article analyzes the psychological features of sales of services via the Internet. The methods of work that every seller should own are considered: creating situations of emotional involvement in the purchase of services, building communication in short sentences, the manager's remark should end with a question, the amount of information generated by the client should be more than the text of the seller.*

***Key words:** buyer, sales, internet, manager, marketing, psychological characteristics.*

В наш век информационных технологий ежегодно все больше и больше продаж происходит посредством сети Интернет. Продажи в интернете — это удобный формат взаимодействия для покупателей и продавцов. Он снимает географические барьеры и позволяет вести переписку с клиентом из разных точек мира и позволяет экономить время.

Исследование услуг по интернету позволяет менеджеру заинтересовать будущего покупателя, ведь с каждым клиентом опытный продавец использует психологическое воздействие, которое будет наиболее эффективным в конкретном случае. Каждый предприниматель заинтересован в том, чтобы его товары и услуги были популярны и востребованы.

Цель статьи проанализировать психологические особенности продаж через интернет.

В современном бизнесе ничего не обходится без продаж по интернету. Каждый день мы что-то покупаем, а значит продавцам нужно каким-то образом привлечь клиента, чтобы он не ушел к конкурентам и не выбрал чужой товар или услугу. Эти проблемы решает реклама и грамотно организованный маркетинг. Продажи услуг по интернету являются одним из важнейших аспектов исследований, с помощью которого принимаются решения по разработке стратегий работы на виртуальном рынке, по выпускаемому объёму цифр продукции, созданию брендов, проведению рекламных акций [1].

Продажи в интернете и психология тесно связаны. Психология продаж — это набор принципов, приемов и методов воздействия на клиента с целью закрытия сделки. Часто покупатели принимают решения под воздействием эмоций. Создавая ситуации и контент, которые будут воздействовать на покупателей, можно значительно увеличить продажи и конверсию. Есть правила работы в мессенджерах через интернет. Первое правило — это короткие предложения, они обуславливают четкость восприятия клиента, так как он видит главное и у него сразу возникает чувство доверия. Рассмотрим

следующее правило. Каждое свое предложение менеджеру следует заканчивать вопросом, поскольку это подпитывает интерес и незаконченную коммуникацию, таким образом подталкивает совершить заказ.

Менеджеру по продажам услуг по интернету приходится проводить презентацию продукта. Он ведет переписку с клиентами и ему нужно наладить контакт с любым человеком, быть убедительным и всегда грамотно вести разговор. Также при воздействии на покупателя необходимо генерировать специфический текст, который отражает психологические особенности воздействия. Для этого менеджер использует психологию продаж, которая основана на манипуляции внутренними потребностями личности. Всегда нужно позволять клиенту писать и говорить больше чем менеджер, так как это отличный способ узнать о его истинных потребностях и желаниях.

На практическом этапе исследования мы опросили клиентов компании, которая занимается производством интеллектуального продукта для школьников с целью подготовки к ЕГЭ по всем профильным предметам, кроме географии и литературы. Мы постарались выяснить, какие психологические особенности заставляют потенциального покупателя принимать решение о покупке в процессе товарной презентации, можно услышать много разных вариантов, но частные ответы: цена, качество товара (услуги), квалификация учителя и средний балл подготовленных им выпускников.

Ученики обладают определенными психологическими особенностями, они в начале жизни и ориентированы на успех, учителя создают им убеждение, что если они хорошо сдадут ЕГЭ, то они поступят в вуз на бюджет и состоятся в жизни [2].

Опросив 20 учеников, мы выделили 2 фактора, на которые ученики обращают при выборе курса - это гарантия и цена.

Первый критерий, с которым мы сталкиваемся в работе с продажами в интернете - это цена. В основном ученики говорят, что платить за курсы слишком дорого и можно бесплатно заниматься по видео в YouTube. Работая

с подобным возражением мы используем психологию ценообразования, которая заключается в том, что мы устанавливаем привлекательные цены, заканчивающиеся на 9, 99 или 95. Эффект заключается в том, что девятизначные цифры в конце ценника воспринимаются потребителем, как предложение по более низкой цене, например, 3000 и 2990. Мы пытаемся донести до них, что час занятий всего 100р, так как в месяц всего 12 занятий по 2,5 часа – это получается 2990 поделить на 12 и поделить на 2,5 итого 100р час занятий с квалифицированным преподавателем, который будет их готовить целый год.

Второй критерий – это гарантия. При покупке курса в интернете клиенты спрашивают, смогут ли они подготовиться на 90+ и какую гарантию мы для них можем дать. В этом случае используем психологическое воздействие – убеждение, воздействуем с помощью аргументов. При работе с гарантией мы используем специфический текст воздействия. Мы даем ученику весь спектр материала, чтобы он подготовился на 90+ и поступил на бюджет в другой город, так как на курсе мы проходим все полностью с нуля, у него будет огромный заряд мотивации, крутая платформа и много практики. Этот опыт говорит о том, что к разным ученикам нужно подходить индивидуально, чтобы они видели ценность продукта.

Таким образом, психологические особенности продаж через интернет заключаются в создании ситуации эмоциональной вовлеченности покупки услуг, выстраивании коммуникации короткими предложениями, формулировании менеджера должно заканчиваться вопросом, учет разницы объёмов информации клиентом должно быть больше чем текст продавца. Это психологические особенности, которые должен учитывать каждый продавец для организации эффективных продаж.

Список литературы:

1. Сухов С. Интернет-маркетинг на 100% / С. Сухов. - М.,

2. Путилина Л.В., Нестерова Т.Г. Концепт «богатство» в индивидуально-авторской картине мира //Наука и образование: фундаментальные основы, технологии, инновации. Сборник материалов Международной научной конференции: «Наука и образование: фундаментальные основы, технологии, инновации», посвященной 60-летию Оренбургского государственного университета. 2015. С. 159-163.