

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/140792>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Медицина

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ 5

Прохождение техники безопасности, ОТ, ПБ, ГО и ЧС 5

Выявление потребностей клиента 5

Овладеть аргументацией при выборе средств коррекции зрения 7

Объявление и обоснование цены 7

Завершение акта продажи 8

Особенности выдачи заказа 9

Решение конфликтных ситуаций 9

Подбор оправ реальным клиентам оптического салона с учетом антропометрических параметров головы клиента, медицинских показаний, возраста и вида деятельности 11

Подбор оправ и рекомендация линз реальным клиентам оптического салона различных социальных групп с точки зрения создания общего визуального имиджа 12

Индивидуальная тема 13

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 17

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 19

## ВВЕДЕНИЕ

При решении разнообразных задач во всех сферах человеческой деятельности могут возникать различные по своему содержанию и силе проявления конфликты. Они занимают значительное место в жизни каждого человека, поскольку последствия некоторых конфликтов бывают слишком ощутимы на протяжении многих лет жизни.

Деловые отношения могут считаться наиболее конфликтными из всех возможных. В профессиональной среде постоянно имеются процессы общения «руководитель – подчиненный», «сотрудник – сотрудник», «менеджер организации – клиент (покупатель)» и т. д., каждый из которых характеризуется особой структурой взаимоотношений между сторонами-участниками.

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Прохождение техники безопасности, ОТ, ПБ, ГО и ЧС

Техника безопасности при работе на оборудовании для контроля и изготовления очков.

Надеть халат, застегнуть на все пуговицы (не иметь завязок, тесемок), волосы убрать под головной убор.

Перед началом работы необходимо проверить исправность электрической вилки. Электрический кабель необходимо держать вдали от источника отопления, режущих и колющих материалов.

Перед началом работы на приборе, проверить соответствие напряжения в электросети, указанному в руководстве.

Прежде, чем включать, убедитесь, что в камере сканирования нет оправы или вспомогательных принадлежностей.

Перед включением проверьте правильность подсоединения дренажного шланга.

Подачу воды отрегулировать с помощью регулятора основного канала подачи воды, расположенной с левой стороны станка.

На рабочем месте не должно быть лишних, загромождающих и мешающих процессу обработки линз предметов

Выявление потребностей клиента

Внимательно выслушайте клиента, оцените его психологический тип, выберите манеру поведения. Очертите для себя круг вопросов, которые вы будете обсуждать с ним. Практики полагают, что удачная продажа основывается на человеческих потребностях и что, в конечном счете, мы покупаем не товары или услуги, а удовлетворение желаний и потребностей, которое они обеспечивают.

Самый простой способ выявления потребности – через определение мотивации клиента. Чтобы выявить мотивацию, необходимо правильно задавать нужные вопросы и уметь выслушивать ответы на них. В ходе мотивационного анализа и выявления потребностей вы не должны подавлять собеседника. Считается, что при общении с покупателем продавец должен быть «в эфире» не более 30% времени. Остальные 70% оставьте своему клиенту.

Следует попытаться вызвать покупателя на откровенность, полностью понять его желания. Если у клиента нет потребности в вашем товаре, все усилия могут стать пустой тратой времени.

Человек, нуждающийся в коррекции, просто скажет вам, что ему нужны очки. Он не знает, какие линзы существуют на данный момент на оптическом рынке, в чем преимущества и недостатки различных оправ, в чем особенности контактной коррекции. Предложить возможные варианты, озвучить достоинства товара, оказать помощь в окончательном выборе должны ему вы. Для того чтобы предложить наилучший продукт, необходимо владеть информацией об образе жизни, месте работы, хобби, предпочтениях покупателя. Именно эти сведения вы должны получить в разговоре с ним. Например, предложения по коррекции пресбиопии будет зависеть от того, что в конечном итоге хочет получить покупатель. Ему нужны «очки для жизни» - вы предлагаете прогрессивные линзы. Он мечтает о комфортном зрении и в пасмурную и в солнечную погоду – вы предлагаете прогрессивные фотохромные линзы. При этом он заядлый автомобилист – вы рассказываете ему про прогрессивные поляризационные линзы или линзы из поликарбоната. В случае если покупателю принципиальны поля зрения, приоритет для него работа и большую часть времени он проводит за компьютером, вы предлагаете линзы офисного дизайна. В дальнейшем вы дополняете свое предложение, достоинствами определенного материала очковой линзы и её покрытия.

При продаже очков, в начале любого разговора у покупателя необходимо выяснить какие очки он носил или носит.

Для рекомендации наилучшего варианта, вы должны знать:

- какими средствами коррекции клиент пользуется сейчас;
- что его заставило поменять средство коррекции;
- если до этого момента клиент не пользовался средствами коррекции, то почему;
- какие проблемы хочет устранить или решить клиент;
- что клиента абсолютно устраивает в том, чем он пользуется или пользовался;
- что клиент хочет изменить или добавить.

Овладеть аргументацией при выборе средств коррекции зрения

Достоинства коррекции зрения при помощи очков:

- имидж образованного человека;
- широкий диапазон модных оправ во всех ценовых категориях;
- широкий диапазон очковых линз для коррекции различных дефектов зрения во всех ценовых категориях;
- возможность совмещения корригирующих и солнцезащитных линз;
- отсутствие контакта с глазом и риска инфекционных глазных заболеваний;
- простота пользования и ухода.

Достоинства коррекции зрения при помощи контактных линз:

- отсутствие нарушений пространственного восприятия и нормальный угол обзора;
- «невидимость» для окружающих;
- возможность изменения цвета глаз;
- отсутствие ограничений в выборе активного отдыха и спорта;
- в некоторых случаях достижение более высокой остроты зрения и лечебный эффект.

Объявление и обоснование цены

Нет проблем с обсуждением стоимости, когда потребность клиента выявлена, и когда клиент узнал обо всех преимуществах предложения. Но когда клиенту еще неизвестны все преимущества, и его глаза «не горят» от желания приобрести товар/услугу, продавцы, как правило, начинают применять техники презентации цены. Обычно такие:

Обосновать свою задержку с ответом. Вместо того чтобы назвать цену, продавцы говорят что-то вроде: “У

нас есть множество возможных вариантов, и мне нужно уточнить ваши потребности, прежде чем я смогу дать вам точную цифру”;

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конфликты являются повседневной реальностью, с которой сталкивался каждый человек. Самые яркие инциденты на длительное время оставляют неприятный осадок. Любой конфликт является столкновением интересов, различием в ценностях или недостатком открытого общения, когда люди друг другу что-то не договаривают. Все это сопровождается сильными эмоциональными переживаниями.

Конфликты влияют не только на самочувствие и работоспособность сотрудников салона оптики, но и на прибыль учреждения. Последствия инцидента могут быть разными. Если проблема быстро и конструктивно решилась, при этом состоялась продажа и клиент ушел довольным, высока вероятность, что его доверие к салону укрепитсЯ.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Основные источники:

1. Жан-Патрик Мурадян. Оптики: как увеличить продажи; пер. с французского Д. Б. Рыловой. - 2-е изд. Пересмотр. И доп. - СПб.:»РА»Веко»», 2018. - 144с.
2. Методическое пособие для оптика – мастера. Технологии изготовления очков. ООО «БМГ», 2016.-146с.
3. Мищенко Г.Н., Вардикова Е.А. Прекратите торговать...Для продавцов оптики. Пятигорск, 2020. - 143 с.
4. Самойленко И.С. Стратегия и тактика оптического салона. Увидеть всё. Записки продвинутого портюбителя о поиске возможностей на оптическом рынке. СПб.: ООО «РА «ВЕКО»», 2017. - 160 с.

Дополнительные источники:

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердников И.П., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57028>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Носенко И.А. Основы оптометрии: практикум/ И.А. Носенко.- Ростов н/Д: Феникс, 2016.-141с. (Библиотека практикующего врача).
3. Рубан Э.Д. Глазные болезни: новейший справочник/Э.Д. Рубан.- Ростов н/Д:Феникс, 2016.-622с. (среднее медицинское образование).
4. Сергиенко Н.М. Офтальмологическая оптика /Сергиенко Н.М. – Киев: Кафедра офталь-мологии НМАПО им.

П.Л. Шупика, 2015. – 264с.

5. Филип Котлер Маркетинг от А до Я [Электронный ресурс]: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер/ Филип Котлер— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 211 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43688>.— ЭБС «IPRbooks».

Интернет –ресурсы:

1. <http://www.edu.ru>. Российское образование. Федеральный образовательный портал.

2. «Консультант Плюс:Версия Проф», содержащей более 32 тысяч нормативных актов Российской Федерации. <http://www.vadimstepanov.ru/library/special.htm>.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/140792>*