



ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ СЕРВИС



Информация о компании:

Международная компания, отрасль - розничная торговля, компания имеет магазины в Москве и регионах, активно развивается.

Аудитория обучения:

Директора магазинов, руководители департаментов, внутренние тренеры компании, Москва и регионы.

Потребности компании

Компания рассматривает возможности для выхода на лидирующие позиции на российском рынке в своем формате. На момент выбора провайдера обучения компания провела анализ качества обслуживания в магазинах, после чего были сформулированы два стратегических приоритета:

1. Повысить качество обслуживания клиентов
2. Повысить качество управления на всех уровнях.

Задачи обучения:

- Оптимизировать стандарты обслуживания клиентов Компании.
- Провести комплексную программу развития кадрового резерва – менеджеров компании.
- Провести программу обучения тренеров компании.
- Разработать кастомизированные программы для компании.
- Провести сертификацию тренеров по разработанным программам.

Темы внутренних программ:

- “Продажи через сервис” - для продавцов-консультантов в магазинах.
- “Управление качественным сервисом” - для начальников отделов.

Наше решение

1. Стратегическая сессия с высшим руководством компании.
 2. Индивидуальные интервью с руководителями.
- Задачи: выработать единое понимание “качественного сервиса” и сформулировать стратегию сервиса всей компании.

1. Изучение внутренней документации компании.
 2. Создание **Service Book** - единого внутреннего документа, описывающего стандарты обслуживания для всех сотрудников компании.
- Стандарты обслуживания распространяются не только на работу с внешними, но и с внутренними клиентами; описывают рекомендации действий в различных ситуациях; определяют требования к качеству коммуникации внутри компании.

1. Проведение презентации для директоров магазинов с участием высшего руководства.
2. Подготовка информационных брошюр о проекте и рассылка всем руководителям среднего звена.
3. Рассылка пригласительных писем к каждому тренингу, в которых обозначены цели, задачи проекта, выгоды для участников, важные моменты, дано описание программы.
4. Вступительное слово руководства перед первыми тренингами для всех групп.

1. Разработка двух программ:
 - “Продажи через сервис”, 2 дня.
 - “Управление качественным сервисом”, 2 дня.
2. Сертификация внутренних тренеров по этим двум программам.

Обучение внутренних тренеров: “Профессиональные навыки тренера”, 4 дня.

- Обучение директоров магазинов и руководителей среднего звена:
1. “Управление розничными продажами”, 3 дня.
 2. “Межличностные навыки взаимодействия”, 3 дня.
 3. “Управление персоналом”, 3 дня.
 4. “Эффективное проведение презентаций”, 3 дня.

Организация, ориентированная на клиента

5 ЭТАПОВ ПРОЕКТА

Формирование стратегии сервиса

Формирование стандартов сервиса

Внутренний PR проекта

Обучение сотрудников

Разработка программ и сертификация