

Akvarel!

НІ ДНЯ
БЕЗ ТВОРЧОСТІ

ПРОДАВЕЦЬ-КОНСУЛЬТАНТ **ОСНОВНІ ПРОЦЕСИ**

3-4 робочі дні стажування

3-4 робочі дні стажування

Тема дня: «Вимоги до зовнішнього вигляду. Стандарти обслуговування клієнтів».

План стажування

№	ТЕМА	ДНІ
1.	Велкам-презентація.Правила роботи продавця-консультанта	2-й робочий день
2.	Дрес-код: вимоги до зовнішнього вигляду. Стандарти обслуговування клієнтів.	3-4 робочі дні
3.	Програма лояльності	5-й робочий день
4.	Види цінників.Переоцінка.	6-й робочий день
5.	Безпека: антикрадійки та етикетки.	7-й робочий день
6.	Словничок продавця. Асортимент мережі магазинів.	8-й робочий день
7.	Канцтовари (офіс, школа)	9-10 робочі дні
8.	Ігри та іграшки	11-12 робочі дні
9.	Художні матеріали	13-16 робочі дні
10.	Література	17-18 робочі дні
11.	Декор для дому, сувенірка	19-20 робочі дні
12.	Робота на касі. Повернення товару	20-23 робочі дні
13.	Підсумкове тестування	24-й робочий день

ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД ПРОДАВЦЯ-КОНСУЛЬТАНТА

ОДЯГ

- Співробітник має бути одягнений у формений одяг.
- Форма чиста та добре випрасувана.
- Наявність бейджу з ім'ям на лівому боці грудей – обов'язкове.

Неприпустимо кріпити бейдж до горловини, коміра або інших подібних місць.

Нижня частина одягу співробітника - штани (рос.брюки), джинси (не рвані) або спідниця середньої довжини: на долоню вище або нижче колін.

Заборонено носити лосіни або легінси, спортивні штани.

ВЗУТТЯ

Взуття **охайне, закритого типу**, бажано без підборів, на неслизькій підшві.

Допустимі кросівки або крокси під шкарпетки.

Не допустимі «капці».



ЗАЧІСКА, РУКИ, ГІГІЕНА

- Для жінок: волосся чисте, доглянуте. Довге волосся збирається в хвіст. Не допустиме розпущене волосся у разі довжини нижче за середню.

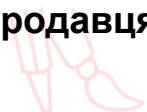
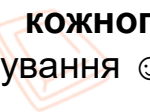
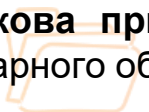
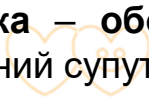
Пофарбоване волосся повинно мати доглянутий вигляд: вчасно пофарбовані корені, тощо.

- Для чоловіків: наявність охайної стрижки, поголене обличчя. У разі наявності бороди- доглянутий зовнішній вигляд.

- Руки та нігті чисті та доглянуті.
- Гігієна та парфуми: працівник має нейтральний, або приємний, ненав'язливий аромат парфумів.
- Важливо також стежити за свіжістю подиху, особливо це стосується курців.

УСМІШКА

Усмішка – обов'язкова прикраса кожного продавця і незмінний супутник гарного обслуговування ☺

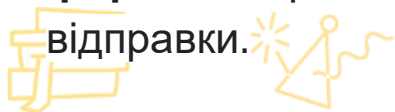


ФОРМА “Акварел” ПРОДАВЦЯ-КОНСУЛЬТАНТА

ЯК ОТРИМАТИ ФОРМУ НОВАЧКУ?

1. Співробітник отримує форму за рахунок компанії і повинен бережливо про неї дбати.
2. Директори подають **“Заявку на замовлення форми”** для своєї команди - нових співробітників або тих, хто хоче собі ще одну докупити, і на основі цього надалі відбувається комунікація з маркетологом щодо доставки нової форми.
3. При отриманні форми співробітник підписує:
 - Договір про матеріальну відповідальність;
 - Заяву з отримання форми.
1. Якщо співробітнику видали форму, і він **протягом 3 місяців після отримання звільнився**, то кошти за форму, **у розмірі 800 грн будуть утримані з його зарплатні** при розрахунку під час звільнення, а форма залишиться у нього назавжди.
2. Якщо співробітник **пропрацював більше 3 місяців з дати отримання форми** - вона залишається в нього і в подальшому із зарплатні при звільненні утримань за форму не буде.
3. Якщо співробітник матиме бажання придбати собі додаткову форму - він зможе її придбати із залишків. Кошти за форму можна буде розбити на 2 місяця з утриманням по 400 грн.
4. Якщо співробітник **бажає придбати додаткову форму, він заповнює Заяву з отримання форми** і маркетолог зв'яжеться з директором та домовиться щодо наявних розмірів і датам

відправки.



ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД ПРОДАВЦЯ-КОНСУЛЬТАНТА

Приклад зимової форми



лицьова сторона



вид зі спини

ПРАВИЛА ВИКОРИСТАННЯ ФОРМИ:

- Всі співробітники вдягнуті у фірмовий одяг.
- Форма чиста та добре випрасована.
- Наявність бейджу обов'язкова – на лівому боці грудей.



ПРАВИЛА РОБОТИ ПРОДАВЦЯ-КОНСУЛЬТАНТА

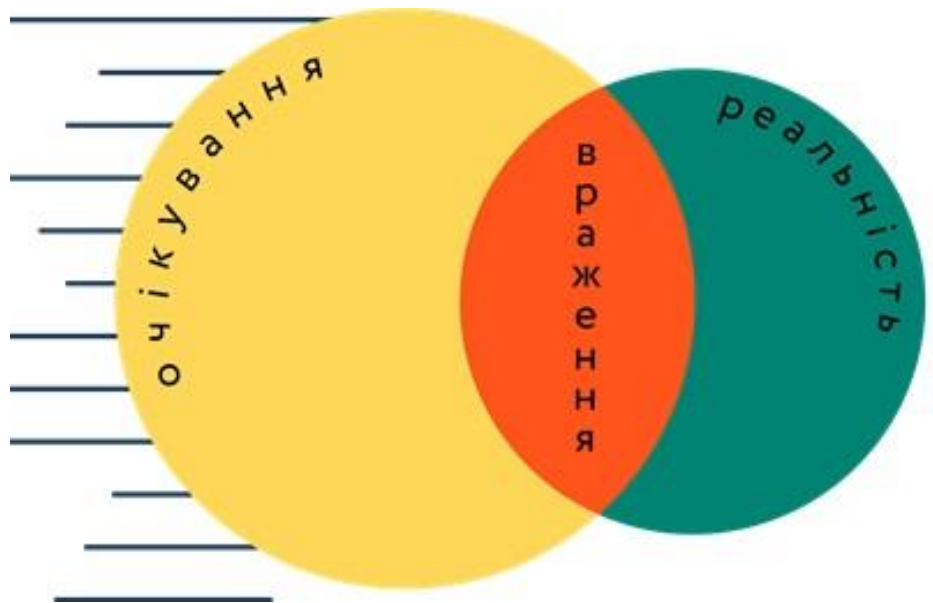
ЗАБОРОНЕНО

1. **Телефонні розмови в особистих цілях** в торговому залі в робочий час.
2. **Колективні збори у торговому залі та біля каси**, переговори, перегукування через зал.
3. Під час робочого дня **відсутність на робочому місці без поважної причини** більше одного працівника (в даному контексті: спільні обіди, перекури, тощо).
4. **Запізнюватись** або залишати робоче місце з відхиленням від робочого графіку.
5. **Розмовляти з колегами російською мовою в присутності клієнтів.**



СТАНДАРТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Враження клієнта = Реальність - Очікування



Стандарт надання послуг має перевищувати рівень очікування!

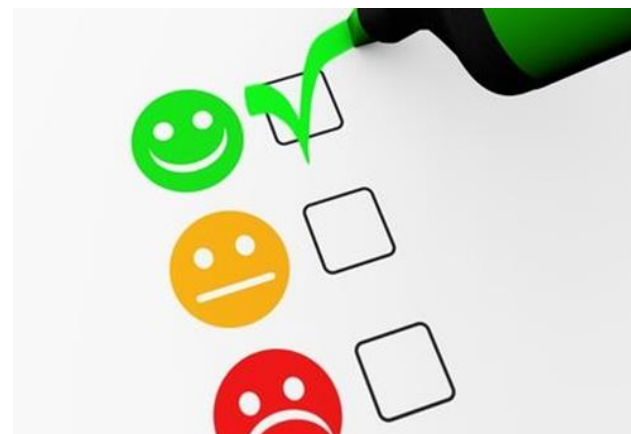
Наша мета — задоволений обслуговуванням клієнт з гарним настроєм та бажанням повернутись знову в магазин Akvarel.

Сервіс - це робота з очікуваннями клієнтами.

Коли клієнт говорить «Вау!» – це відмінний сервіс.

Просто хороший сервіс – це зробити в точності те, що очікує клієнт.

Поганий сервіс – нічого не зробити для клієнта:
не привітати, не подарувати гарний настрій, не приділити увагу або бути корисним клієнтові.





ЯК ПРОЯВЛЯЄТЬСЯ СЕРВІС?

Проактивність:

Першими:

вітаємо, розпочинаємо розмову, цікавимося потребами клієнта, пропонуємо, розказуємо про новинки та акції!

Оперативність обслуговування:

Обслуговування по головним етапам (конкретно і по суті).

Готовність та бажання допомогти

Бути в близькій доступності до клієнта, задати загальне питання (що шукає і чи потрібна допомога), пропрацювати потреби.

Професіоналізм:

Задоволення всіх потреб, створення бажання повертатись до нас, якісна та повна консультація (глибоке знання товару).

Емпатія: теплота та піклування

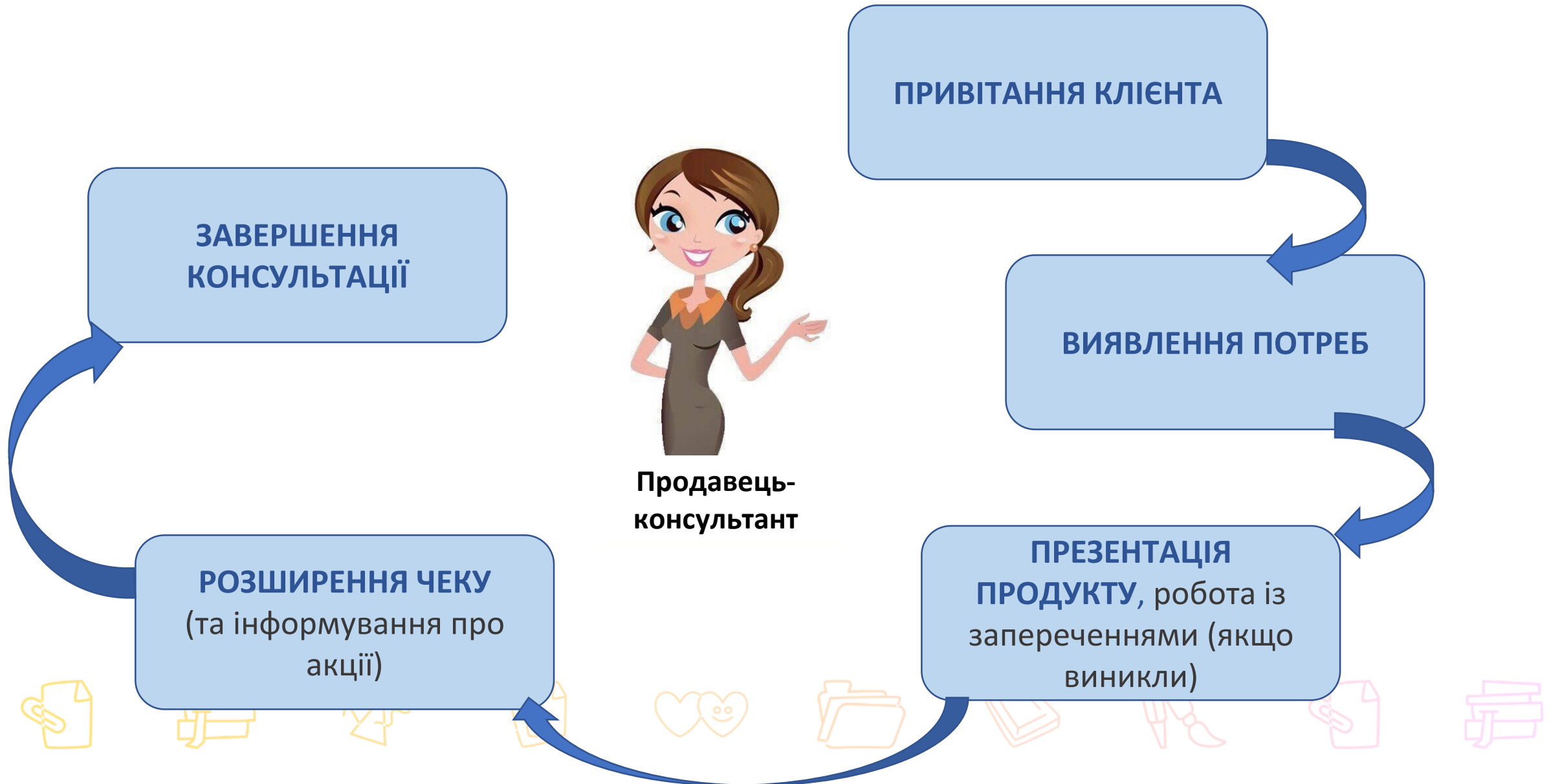
Емоційно позитивне ставлення до клієнта, небайдужість, толерантність.

Комфорт клієнта:

Чистий магазин, зрозуміла викладка, робота з віртуальною полицею, кошик клієнту.



ЕТАПИ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТА



ПЕРШИМИ ВІТАЄМО КОЖНОГО КЛІЄНТА

ВІТАЮЧИ КЛІЄНТА, МИ НІБИ ПОВІДОМЛЯЄМО

Клієнту тут раді

Його бачать і поважають

До клієнта позитивно
налаштовані

КОЛИ ВІТАЄМО

При вході в магазин

Клієнт проходить біля вас

Ви робите викладку,
клієнт проходить повз вас

Ви проходите біля клієнта

ЯК ВІТАЄМО

З приємною усмішкою

- Вітаю!
- Доброго ранку!
- Добрий день!
- Добрий вечір!
- Здрастуйте! – можна навіть так, це не русизм.

ЗАБОРОНЕНО!

✗ Не вітати
клієнта



✗ Чекати, що клієнт
привітає вас першим



✗ Мовчки проходити
повз клієнта



✗ Ходити в залі з байдужим
та понурим обличчям



ВСТАНОВЛЕННЯ КОНТАКТУ

Іноді достатньо однієї фрази, питання або влучного коментаря, щоб зав'язати діалог з клієнтом

Вже пробували ці маркери?

Якщо цікавлять олівці
рекомендую
спробувати ось ці...

До речі, дуже класна
якість, я придбала своїй
дитині - вона у захваті!

Цікавить фентезі? - читали
ось цю? - я не могла від неї
відірватись...

Потрібна
допомога чи
консультація?

Ці міні-мольберти в
нас так розкупають,
вони дуже зручні...

До речі, якщо шукаєте
подарунок малечі, можу
вам запропонувати цікавий
варіант...

Зверніть увагу на цей бренд,
зараз акція і друга одиниця,
що класно його доповнює,
буде зі знижкою...

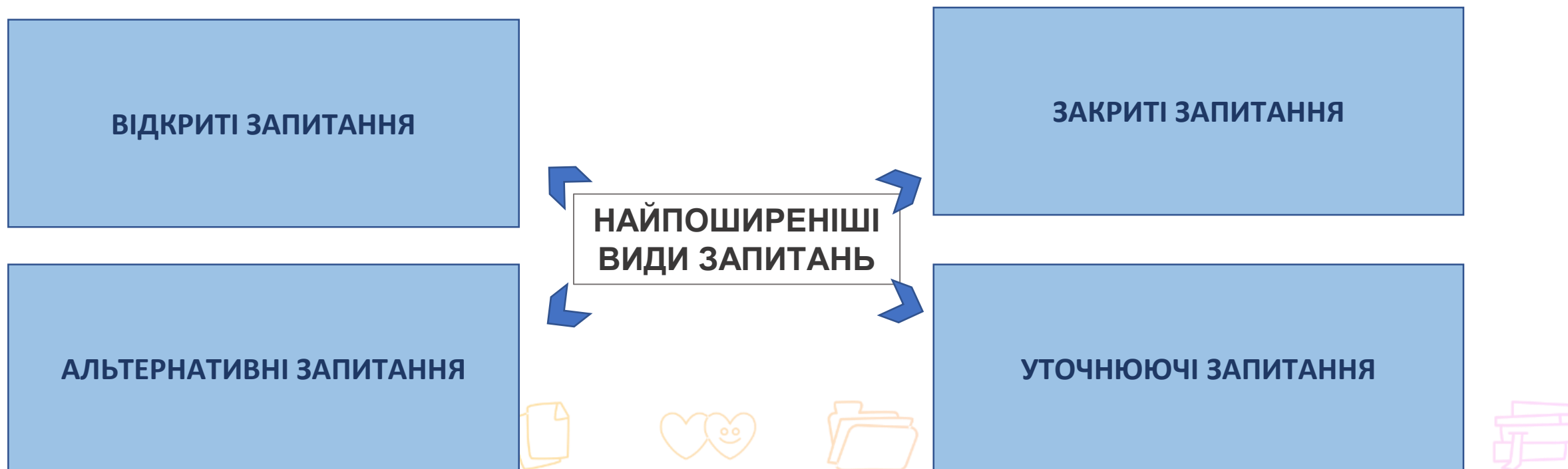
ВИЯВЛЕННЯ ПОТРЕБ КЛІЄНТА

ПРИЧИНИ СТАВИТИ ЗАПИТАННЯ

1. Встановити контакт з клієнтом.
2. Отримати інформацію.
3. Спрямувати фокус уваги клієнта.
4. Контролювати рух діалогу.
5. Спонукати до дії (підштовхнути до покупки).

Керує розмовою не той, хто багато говорить, а той, хто вміє ставити запитання!

Інструменти продавця у виявленні потреб клієнта:
ВМІННЯ СТАВИТИ ЗАПИТАННЯ + АКТИВНЕ СЛУХАННЯ



ВИЯВЛЕННЯ ПОТРЕБ

Мета:

- Допомогти клієнту найбільш повно задовольнити його потреби в товарі
- Проявити зацікавленість до інтересів та потреб клієнта, оскільки саме Продавець знає найбільше про асортимент та його корисність для клієнта.

Приклади питань для виявлення потреб:

- *Під яку техніку малювання шукаєте фарби?*
- *Для дитини якого віку потрібен рюкзак?*
- *Подарунок для дівчинки шукаєте? Скільки років?*
- *Якщо підбираєте файли, ось ці – з найвищою щільністю, найбільш довговічні)*
- *Собі вибираєте книгу? Чи на подарунок комусь?*
- *Цікавить щось з дитячої літератури? В нас є такі такі бестселери, від яких не можна буде відірватись – цікаві як підліткам, так і батькам)*



ПРИКЛАДИ ЗАПИТАНЬ

ВИД ЗАПИТАННЯ	ДЛЯ ЧОГО ВИКОРИСТОВУЄМО	ПРИКЛАДИ
Відкрите запитання	- Встановити контакт з клієнтом, на початку контакту - Залучити клієнта до розмови - Отримати від клієнта більше інформації - Дізнатися про уподобання, інтереси та потреби	- Що вам важливо при виборі щоденника (олівців, фарб, пензлів тощо)? - Під яку техніку малювання шукаєте фарби? - На який вік шукаєте подарунок?
Закрите запитання	- Отримати конкретну відповідь - Прояснити запит клієнта, щоб запропонувати продукт	- Вам потрібен датований щоденник? - Ваша дитина любить малювати маркерами? - Для якого віку цікавить рюкзак? - Вам допомогти в підборі пензлів?
Альтернативне запитання («вибір без вибору»)	- Допомогти клієнту визначитись з вибором - Підштовхнути до покупки	- Вам більше подобаються кулькові чи гелеві ручки? - Який варіант вам більше подобається А чи В? - Ви будете оплачувати готівкою чи картою?
Уточнююче запитання	- розширити чек - повідомити інформацію про додатковий продукт/акцію, що може зацікавити клієнта	- А стеки для роботи ви маєте? Показати ті, що в нас є?... - Не забули придбати обкладинки для зошитів, пенал? - До олівця підібрати гумку, чинку?

ПРИКЛАД ДІАЛОГУ З ВИЯВЛЕННЯ ПОТРЕБ

Мета:

- Запропонувати клієнту 2-3 варіанти продукції під його запит
- Розкрити цінність товару: описати 2-3 переваги, які отримає клієнт від придбання продукту

Продавець-консультант:

- *Добрий день! Який пензель підбираєте?*
- *Я хотів би якийсь художній пензель....*
- *Пензель для малювання аквареллю, маслом чи акрилом?*
- *Для масляного живопису!*
- *Зрозуміло! Є ось такі універсальні круглі пензлі: овальні підійдуть вам для заливки або розташування, а ось ця загостреної форма для промальовування деталей..."*
- *А яка якість цих пензлей із синтетики? Як довго, зазвичай, можна нею користуватися?*
- *Гарне запитання, оскільки у нас тільки сертифікована продукція, можете бути впевнені щодо її якості.*



КОНСУЛЬТАЦІЯ ПО ТОВАРУ (ПРЕЗЕНТАЦІЯ)

Мета:

- Запропонувати клієнту 2-3 варіанти продукції під його запит;
- Розкрити цінність товару: описати 2-3 переваги, які отримує клієнт від придбання продукту.

*На етапі презентації продукції продавець розкриває **цінність**, яку отримає клієнт, придбавши товар.*

Техніки, що використовують на етапі “ПРЕЗЕНТАЦІЯ”

- “властивість - зв’язка - вигода”
- “райська картина майбутнього”
- “продаж супутнього товару”
- “продаж сертифікату - як варіант подарунку”.



ТЕХНІКИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТОВАРУ

Техніка “**Властивість- Зв’язка - Вигода**”.

Називаєте певну властивість продукту, додаєте зв’язку і озвучуєте вигоду клієнта.

Властивість - це просто характеристика товару, яку потрібно розкрити клієнту на зрозумілій йому мові, перевести на “мову вигод клієнта”.

Маркери Scentos серії “Clean Colouring” малюють **лише на папері з набору**, **отже** не забруднюють тканину, меблі, шпалери і **збережуть вашу нервову систему**  **вигода клієнта**

властивість *слово-зв’язка*

Приклади використання прийому: “властивість - зв’язка - вигода”.

Олівці Faber-Castell - якісні та безпечні: виготовлені з **нетоксичних та безпечних для здоров’я матеріалів**, а значить ваша душа буде спокійною навіть якщо дитина полюбляє гризти кінчик олівця. Також, на кожному олівці є позначка “SV” - що означає спеціальну технологію виробництва, за якої стиржень олівця стає незруйнованим і водночас краще точиться!

Конструктор Deko навчить дитину логічно мислити, конструювати та вивчати електроніку і загалом допоможе **зрозуміти такий шкільний предмет, як фізику**, отже покращити шкільні оцінки по цьому предмету.

Склейки 99 ідей з двостороннім папером дозволяють малювати з обох сторін аркушу, що водночас буде для вас і зручно і вигідно!



ТЕХНІКИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТОВАРУ

Техніка продажу “Райська картина майбутнього”: малюєте в уяві клієнта його емоції або настрої у майбутньому, коли він вже користується товаром.

*Розкажете клієнту про безкислотний папір:
“Уявіть, робота на цьому папері не вигорає і збережеться роками, навіть, десятиліттями!”*

“Для того, щоб картина (за номерами) мала більш яскравий вигляд - покрийте її лаком, це також надійно захистить її від зовнішніх пошкоджень.”

“Іграшки ТУ - колекційні, кожна має своє ім'я, вони високої якості і витримують понад 60 циклів прання - гарантують вам спокій щодо користування іграшкою малюком. Такі іграшки добре зберігаються і можуть передаватись через покоління...”

Техніка продажу “Супутній товар”: доповнює основний товар, але нижчий за нього за ціною.

Приклади супутніх товарів:

Клієнт обирає картину за номерами - запропонуйте йому лак, щоб покрити картину після її завершення, для надання яскравості фарбам та захисту від пилу та інших впливів середовища.

Клієнт обирає закладки для дівчинки 3-7 років, запропонуйте спрей для полегшення розчісування волосся.

Клієнт придбає щось зі шкільного приладдя, уточніть, чи є в нього в запасі ручки “пиши-стирай” - які є беззаперечним помічником кожного школяра.

Клієнт придбає акрилові/олійні фарби, поцікавтесь, чи є у нього розчинник, що полегшує роботу такими фарбами - змиває фарбу з полотен, палітр та допомагає в очищенні пензлів.

РОЗШИРЕННЯ ЧЕКУ

Мета:

- Розширити чек
- Повідомити інформацію про додатковий продукт/ новинку/ акцію, що може зацікавити клієнта.

Чому ТАК важливо запитаннями нагадувати клієнту про товар, який ще може його зацікавити?

- Клієнт може “не бачити те, що йому ще може бути потрібно”.
- Якщо не запропонуєте те, що може бути цікавим і потрібним, клієнт так і піде тільки з тим, за чим прийшов.

Формули-фрази розширення чеку:

- *Клієнт обрав (пластилін, маркери, фарби, тощо...) - “...а стеки, склейки, пензлі/полотно маєте?”*
- *До (товар) підібрати Вам ...?*
- *А (товар) маєте для роботи з (тим, що обрав клієнт)?*
- *Зараз діє акція на ... (супутній товар), можна придбати за вигідною ціною!*
- *До цих ... є класні ... ! Підібрати вам?*



РОБОТА ІЗ ЗАПЕРЕЧЕННЯМИ

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ЗАПЕРЕЧЕНЬ*

1. Клієнт бажає отримати більше інформації по продукту.
2. Клієнт хоче переконатися у правильності свого вибору.
3. Клієнт не розуміє цінності товару.
4. Клієнт хоче посперечатися та «злити» свій негатив
5. Клієнт залишився незадоволеним товаром після його використання.

**тільки у перших 3-х пунктах слід відпрацьовувати заперечення. В інших варіантах потрібно враховувати рекомендації уникнення конфлікту.*

Рекомендації з уникнення конфлікту

- ✓ Не сперечайтесь із клієнтом
- ✓ Не підвищуйте голос, не піддавайтесь на провокації
- ✓ Прийміть заперечення та покажіть розуміння
- ✓ Запропонуйте вирішення питання (надайте альтернативу)
- ✓ Якщо вирішення питання виходить за межі вашої компетенції, вибачитесь та зверніться до досвідченого співробітника.

*Заперечення клієнта – буденна робота продавця, зазвичай, заперечення - **це СУМНІВИ клієнта** щодо цінності продукту та потреби клієнта в ньому.*

ЕТАПИ РОБОТИ ІЗ ЗАПЕРЕЧЕННЯМИ

1. ВИСЛУХАТИ КЛІЄНТА, НЕ ПЕРЕБИВАЮЧИ



2. ПРИЄДНАТИСЯ ДО КЛІЄНТА
(виказати розуміння його емоціям)



3. ВІДПОВІСТИ НА ЗАПЕРЕЧЕННЯ



4. УТОЧНИТИ, ЧИ ЗАЛИШИЛИСЯ ЩЕ ПИТАННЯ



5. ЩЕ РАЗ НАГАДАТИ ВИГОДИ ВІД ПОКУПКИ

ОБСЛУГОВУВАННЯ НА КАСІ

Мета:

- Привітатись, запропонувати пакет (це як піклування про клієнта – покласти в пакет товар) і запитати, чи є у клієнта бонусна карта.
- Повідомити *інформацію про сертифікати або товар, що представлений в прикасовій зоні.*
- Швидко обслужити клієнта (до 3 хв.) і залишити приємне завершальне враження від відвідування магазину.

Приклади мовного модулю на касі:

- *Добрий день! Вам потрібен пакет?*
- *Поки пробиваєте товар: “До речі, зараз діє вигідна пропозиція на продукцію Mermaid/ ароматизовані саше/ креми для рук (тощо), ...дуже гарної якості...”*
- *Після привітання, якщо побачили, що клієнта цікавить щось з акційного товару: “Наразі, при покупці 2-х одиниць продукції Kite, третя йде в подарунок – можете обрати собі ще одну, щоб скористатися пропозицією!”*



ОБСЛУГОВУВАННЯ НА КАСІ

Порядок обслуговування на касі

1. Привітати клієнта.

2. Запропонувати пакет.

3. Просканувати продукт.

4. Запропонувати сертифікат або товар з прикасової зони.

5. Запитати про наявність бонусної картки у клієнта

6. Повідомити суму покупки та розмір бонусів (якщо у клієнта вже є бонусна карта)

7. Проговорити клієнту чітко суму грошей, отриманих від клієнта, решту і дати чек:

“Сума покупки 360 гривень. Ваші п'ятсот гривень. Ваша решта - сто сорок гривень і чек”.

8. Попрощатись доброзичливим тоном з приємною усмішкою.



ПРОЩАННЯ З ПОКУПЦЕМ

Мета:

- Закріпити позитивну емоцію від перебування в магазині.
- Прощатись доброзичливим тоном, приємною усмішкою та підтримуючи візуальний контакт з покупцем.

Приклади завершальної фрази:

- *Дякуємо за покупку, завжди раді вас бачити в нашому магазині!*
- *Гарного настрою, приходьте ще!*
- *Гарного дня, будемо раді бачити вас знову!*
- *Гарного вечора, чекаємо на вас знову!*



ЧЕК ЛИСТ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Консультування клієнта відбувається **виключно УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**: від початку до завершення **розмови**, навіть, якщо клієнт привітався або розмовляє російською.

Єдиний виняток, коли можна перейти на російську – клієнт сам попросив вас про це і за умови, коли продавець не проти розмовляти російською і знає її.

ЕТАП ОБСЛУГОВУВАННЯ	МАРКЕРИ ОЦІНКИ
Привітання	1. Продавець ПЕРШИМ привітався з клієнтом українською мовою. 2. Привітання доброзичливе та з усмішкою.
Виявлення потреб	- Поставлені запитання, щоб уточнити потреби клієнта (якщо клієнт сам не озвучив конкретний свій запит).
Презентація товару та робота із запереченнями (за потреби)	- Коли клієнт вибирає продукт взагалі, без уподобань якогось бренду: «пластилін» або «фарби» - покажіть клієнту 2-3 альтернативи продукту різних брендів на вибір, порівняв їх та описав ключові переваги для клієнта; - Якщо виникли заперечення – відпрацюйте їх та ще раз перелічіть переваги товару клієнту, але не вступайте в суперечку.
Розширення чеку (проінформувати клієнта щодо поточних акцій магазину)	- на етапі консультації клієнта продавець намагається ненав'язливо розширити чек: пропонує товари, що можуть доповнити основний запит клієнта та розказує і про поточні акції в магазині Akvarel, які можуть зацікавити клієнта.
Завершення консультації (допомога визначитись та «поштох» до покупки)	- іноді клієнт потребує вашої допомоги, аби визначитись з вибором, оскільки саме продавець знає про товар більше і має бути поруч, щоб покупка відбулася; - якщо в руках клієнта декілька товарів – проявіть турботу – запропонуйте йому кошик.