

Секреты волшебства



САМОЛЕТЫ ПРОЛЕТАЮТ НАД ГОЛОВАМИ ВЗРОСЛЫХ, ТРЯПИЧНАЯ ЛЯГУШКА СОБИРАЕТ КОРЗИНКУ С ПОКУПКАМИ, ОРКЕСТР ИЗ 8-ЛЕТНИХ МУЗЫКАНТОВ ЗАСТАВЛЯЕТ ТАНЦЕВАТЬ РЫБИЙ КОСЯК ПОД ПОТОЛКОМ, А СОТНИ МЯЧИКОВ СКАЧУТ САМИ ПО СЕБЕ, РАЗЗАДОРИВАЯ ГИГАНТСКОГО КОРОЛЯ МЯЧЕЙ. И — СМЕЮЩИЕСЯ ДЕТИ, ВОЗБУЖДЕННЫЕ ДЕТИ, ДОВОЛЬНЫЕ ДЕТИ ВМЕСТЕ С НЕДОУМЕВАЮЩИМИ РОДИТЕЛЯМИ: КУДА МЫ ПОПАЛИ?.. ДЕТИ НЕ ЗАДАЮТСЯ ТАКИМИ ГЛУПЫМИ ВОПРОСАМИ, ПРОСТО НАСЛАЖДАЯСЬ ВОЛШЕБНОЙ АТМОСФЕРОЙ ИГРУШЕЧНОГО ИЗОБИЛИЯ И ВСЕДОЗВОЛЕННОСТИ.



Это — завязка недавней «Лавки чудес» (2007) с Дастином Хоффманом (в дословном переводе — «Чудесный универмаг мистера Магориума»).

Вскоре мистер Магориум, не сознаваясь своим маленьким посетителям, должен улететь, и оставить вместо себя достойного преемника.

Кого-то, кто сможет, не останавливаясь ни на мгновение, продолжать радовать малышей невероятными выдумками и чудесами — ведь во всем огромном городе это возможно только здесь, в «чудесном универмаге»...

Но сам магазин, эта «лавка чудес», чувствуя перемены, вдруг начинает проявлять капризный характер и в буквальном смысле дуться, так что его стены начинают лопаться и чернеть. Всмотревшись в эту аллегорию, становится очевидным связь места и человека. Дух здания должен совпадать с внутренними ощущениями людей, находящихся в нем. Эта связь обоюдна, иными словами — светлые люди озаряют светом дом, и наоборот.

«Антошка», наш собственный мир радости, тоже нуждается в непрерывной игре, в поддержании особого детского духа на своей территории. И если дети, и их родители, готовы к удовольствиям в «Антошке», то обязательным условием для этого становится отдача сотрудников детского супермаркета, их внимательность и умение поддерживать общение с большими и маленькими клиентами. Оглядываясь на чудаконатого Магориума, можно сказать, что те, кого встречают посетители в торговом зале, должны быть «чуть-чуть» волшебниками. Любая мелочь становится чудесной, неожиданно-приятной, если уметь ее преподнести. У одних людей способности к волшебству — от рождения. Счастье, когда они приходят работать в «Антошку». К ним, как к магнитам, притягивает и мальчиков, и девочек, и настойчивых бабушек, и растерянных пап, и очарованных мам. Но как быть, если волшебству хочется научиться, чтобы вот так же радовать и других, и, конечно, себя? Чтобы вокруг все кружилось, летало, сверкало, принося восторг, и чтобы стены не хмурились от тоски, а пели вместе с людьми?..

«Антошка» раскрывает свои «Секреты волшебства» для сотрудников, стремящихся овладеть ими. Под таким названием поступили в наши магазины пособия-помощники для четырех категорий персонала — продавцов, администраторов, кассиров и сотрудников охраны. Эти яркие брошюры можно было бы отнести к жанру «обучающего комикса». Типич-



ные ситуации взаимодействия с посетителями «Антошки» предстают легко, с юмором нарисованными. К каждому рисунку-ситуации есть комментарии с характерными для позитивного и негативного результата фразами, вариантами поведения. Потенциальные конфликты, ситуации, вызывающие замешательство, отныне имеют решение. Без скидки на регион, пособия одинаково применимы в любом магазине сети «Антошка», «Мега-Антошка» и «Казка Нова». Это значит, что, овладев их секретами, сотрудники каждого детского супермаркета смогут на одинаково высоком уровне помогать клиентам. Таким образом, еще более узнаваемым станет стиль общения и отношение к посетителям «Антошки» по всей Украине.

«Секреты волшебства» имеют и «официальное» название — «Стандарты обслуживания клиентов». А чтобы представить возможности этих «Стандартов» и показать все пути и закоулки их применения, для сотрудников «Антошек» проводятся встречи-семинары. Их организацией и проведением занимаются специалисты службы персонала концерна «Европродукт».





Ирина Сенина,
директор по персоналу

**Каждый тренинг — это
еще и работа на команд-
ное взаимодействие.**

« Мы даем очень насыщенную программу, материал которой в дальнейшем будет шлифоваться сотрудниками под чутким руководством директоров и администраторов магазинов.

На каждый регион отводится всего несколько дней. Чтобы успеть охватить максимальное количество человек, обучение проводится в группах из 15—20 участников. В каждой группе участвуют сотрудники различных магазинов одного региона, поэтому каждый такой тренинг — это еще и работа на командное взаимодействие. Сотрудники с удовольствием знакомятся со своими коллегами из других магазинов, искренне и с радостью делятся своим бесценным опытом и устанавливают настоящие дружеские связи, которые им очень помогают в дальнейшей работе.

Мы показываем стандарты в электронном виде, демонстрируя их на большом экране. Акцент делаем на основные этапы продаж, которые прописаны в «Стандартах», с учетом индивидуального подхода к каждому клиенту. Рассказываем, как пользоваться информацией из «стандартов», объясняем символы, иконки — они облегчают запоминание материала, снимают напряжение.

Когда все регионы пройдут обучение по новым стандартам, мы планируем выпускать небольшие календари с иллюстрациями из «Стандартов» — такие мини-плакаты на стену, которые будут находиться в комнатах для персонала.

Они будут рассчитаны на две недели или месяц.

В этом календаре сотрудники смогут отмечать свои рабочие планы, а забавная картинка будет напоминать им о какой-то ситуации с клиентом — через две недели, месяц, картинка меняется. Таким образом, мы закрепляем материал после непосредственного обучения с тренером.

В конце каждой встречи я собираю отзывы. Мне важно узнать, как люди восприняли наше общение, новую информацию — что было понятно, а что непонятно. Если люди пишут, что они что-то недопоняли, я ставлю себе отметку на будущее — при повторном тренинге в этом регионе усилить эту часть, более тщательно проработать эту тему.

Людей нужно слышать — они на передовой, они с клиентом. Каждый тренинг — это та необходимая обратная связь «с передовой», которой часто не хватает офису. Мы всегда получаем массу полезной информации, передаем ее в отдел маркетинга, категорийным менеджерам и другим сотрудникам офиса. Благодаря этому у нас есть возможность с каждым днем совершенствоваться.

Общаясь постоянно с людьми, сотрудники магазинов сами становятся психологами. Мы же со своей стороны поддерживаем их, даем им инструменты, чтобы стать настоящими „волшебниками“.



«Стандарты» представляют собой сборник рекомендаций и способов разрешения заковыристых ситуаций. В «Секретах волшебства» описаны типы клиентов. Для каждого из них существует максимально комфортный стиль диалога. Сотруднику магазина важно не просто услышать, что хочет клиент, а посмотреть на процесс покупки его глазами. Для этого распознать стиль клиента нужно в течение нескольких секунд. Когда мы знаем, как человек будет реагировать, нам проще будет установить контакт, удовлетворить его запрос, который, кстати, не всегда может быть выражен словами. Так, для «знайки» (адаптивный/логический тип клиента) при выборе одежды будет важно узнать об использованных при изготовлении технологиях, «мисс деликатность» (ищущая стабильности, спокойствия и внимания) заинтересуется наличием сертификатов качества, натуральностью

компонентов и т. п. Для «командира» (доминирующий/властный тип) ценно сэкономить время при покупке и проявить самостоятельность при выборе, а для «мисс обаяния» (оказывающий влияние, общительный и вовлекающий тип) важно будет приобрести экстрамодную брендовую вещь.

Как вести себя кассиру, если у клиента не хватило денег на покупку всех выбранных товаров? Как поддержать контакт с ребенком, который пришел в магазин без взрослых? Что нужно сделать продавцу, когда в магазин приходит семья с детьми? Вместе с ответами на эти и множество других вопросов в «Стандартах» подробно разбирается работа с возражениями клиента. Отдельный раздел касается правил общения с клиентом по телефону.



**Сотруднику магазина
важно не просто услы-
шать, что хочет клиент,
а посмотреть на процесс
покупки его глазами**





Наталия Муравенко,
бизнес-тренер концерна

Система внутреннего мониторинга развивает сотрудников, делая их с каждым днем более профессиональными.

« Мощный импульс, вдохновляющий нас на работу, — индивидуальный подход руководителей к своим подчиненным, а также сотрудников друг к другу, к клиентам и партнерам Концерна. Именно на развитие этого умения у сотрудников Концерна и направлено как внешнее, так и внутреннее обучение в этом году.

Внутреннее обучение — это всегда не только новые знания и навыки, но и, прежде всего, погружение в корпоративный дух. Об этом невозможно рассказать в теории, корпоративный дух впитывается в процессе работы и общения с коллегами, как традиции впитываются с молоком матери.

В 2009-ом году основной целью внутреннего обучения является эффективное внедрение обновленных стандартов обслуживания клиентов в сети магазинов «Антошка», «Мега-Антошка» и «Казка Нова».

Фокус внимания в обучении продавцов-консультантов и кассиров магазинов направлен на развитие умения индивидуального подхода к каждому клиенту на каждом этапе продаж. Если сотрудники в достаточной мере владеют данным навыком, мы достигаем наших основных целей в рознице: роста числа наших постоянных клиентов и приверженцев, и, как следствие, роста продаж.

Для качественного и оперативного внедрения обновленных стандартов обслу-

живания вводится система внутреннего мониторинга. Она позволяет предоставить сотрудникам своевременную и конструктивную обратную связь. Эта методика развивает сотрудников, делая их с каждым днем более профессиональными. Внедрение системы внутреннего мониторинга — это, несомненно, прерогатива внутреннего обучения. Поэтому одновременно с обучением продавцов-консультантов и кассиров обновленным стандартам обслуживания проводится обучение для директоров и администраторов магазинов по внедрению системы внутреннего мониторинга.

Интересным и продуктивным оказался внутренний проект обучения сотрудников охраны магазинов «Антошка» и «Мега-Антошка» в Одессе, который длился с сентября 2008 г. по май 2009 г.

Проект представлял собой короткие встречи периодичностью 1 раз в месяц. Они состояли из мини-лекций по вопросам безопасности и мини-тренингов по стандартам обслуживания клиентов.

Несмотря на первоначальное сопротивление со стороны сотрудников охраны, по их собственным отзывам в завершении проекта обучение оказалось очень полезным и интересным.

С сентября 2009 г. планируется проведение аналогичного обучения для сотрудников охраны магазинов во всех регионах »



Елена Владимировна Гевлич, директор розничной сети харьковского филиала:

« В Харькове Ирина Геннадиевна Сенина вместе с Наталией Муравенко провели тренинги в апреле. Обучение проходили продавцы и кассиры. До этого Наталией была проведена встреча с администраторами и директорами магазинов и подготовка их к внедрению системы внутреннего мониторинга.

Покупка товаров для ребенка — это совершенно другая покупка по сравнению с приобретением бытовой техники или продуктов питания. Здесь важно, насколько взрослый доверяет продавцу. Если вместе со взрослым приходит ребенок, задача усложняется — нужно удовлетворить потребности родителей в покупке качественного, безопасного товара, и в то же время сделать так, чтобы ребенок остался доволен. Яркий пример — магазин «Антошка» на Пушкинской. Ему уже 7 лет. Сейчас возле магазина демонтированы рельсы, полностью перекрыто движение. И, несмотря на затрудненный доступ, план реализации магазина по итогам мая оказался перевыполнен! Значит, люди заинтересованы в обслуживании именно в этом «Антошке», значит, клиенты приходят к конкретному продавцу. И введение новых стандартов даст персоналу возможность работать еще лучше. »

Лариса Николаевна Рудева, директор супермаркета «Антошка» (Днепропетровск, «Гранд Плаза»):

« Первую стадию обучения новым стандартам обслуживания, для администраторов, у нас проводила Наталия Муравенко. Вторую — Ирина Геннадиевна Сенина. Многие ребята проходят у нее тренинг уже второй или третий раз. И даже зная Ирину Геннадиевну, они выходили с горящими глазами после тренинга — всем очень понравилось, было очень много восторженных отзывов.

Обучение проходило в выходной день сотрудников, но и это было воспринято благосклонно.

По первым результатам внутреннего мониторинга, когда администратор заполняет контрольный лист наблюдения, у сотрудников набралось 98–100 баллов.

Такая обратная связь подтверждает овладение необходимыми навыками, а главное — желание, стремление наших ребят стать лучше.

У нас были пробелы в работе с возражениями. Не все сотрудники отдавали себе отчет, что такое открытые и закрытые позы, жесты. После обучения пришло новое понимание, замечания практически сошли на нет. »

У администрации каждого «Антошки» есть свои секреты и собственные волшебные средства. Новые «Секреты волшебства» обобщили лучшие приемы. Принять их, научиться использовать для блага людей, пришедших в «Антошку», и для собственного блага продавцам помогут более опытные наставники. Чем искреннее, доверительнее будет общение между администраторами и сотрудниками, тем больше вторые смогут получить у первых. Тем гармоничнее будет выглядеть образ всей компании — ведь о целом судят по части.

К сентябрю во всех «Антошках» продавцам станут досконально известны «Секреты волшебства». Сумеют ли сотрудники стать волшебниками хорошего настроения, смогут ли дарить при каждой встрече радость пришедшим в «Антошку» — зависит от их желания и мастерства.

**Обратная
связь под-
тверждает
главное —
желание,
стремление
наших ребят
стать лучше.**

