

PODNOSENIE EFEKTYWNOŚCI SPRZEDAŻY

Akzo Nobel Coatings Sp. z o. o.

Branża: powłoki, chemia,
farmacja



Czas trwania projektu:

IV – V 2010

Potrzeby organizacji:

- Wprowadzenie w 2010 roku programu partnerskiego dla 9 punktów sprzedaży w celu wzrostu wartości sprzedawanych produktów.
- Potrzeba opracowania i wdrożenia Standardów Obsługi Klienta (SOK) – jako narzędzia wspierającego pracę handlowców oraz monitorowanie przebiegu i rezultatów sprzedaży.

Cele:

- Wypracowanie wspólnych, optymalnych dla firmy standardów i procedur w kontaktach z klientami zewnętrznymi i wewnętrznymi firmy.
- Trenowanie świadomego operowania nabytymi kompetencjami handlowymi w sytuacjach zawodowych.
- Wyposażenie uczestników w wiedzę i umiejętności niezbędne do wdrażania Standardu Obsługi Klienta.
- Uwspólnienie wiedzy i umiejętności niezbędnych w efektywnej pracy.
- Podniesienie jakości współpracy wewnątrz organizacji.
- Wzmacnianie u pracowników odpowiedzialności za efekty własnych działań.
- Wyposażenie właścicieli/kierowników sklepów w narzędzia monitorowania i wspierania sprzedawców we wprowadzaniu standardów w codziennej pracy (poprzez szkolenia oraz przygotowanie testów wiedzy o produkcie, testów wiedzy na temat SOK).

Koordinator merytoryczny:



Beata Wołoszyn

Doktor nauk humanistycznych, od 15 lat trener, psycholog, asesor, doradca. Specjalizuje się w szkoleniach z zakresu zarządzania, obsługi klienta, rozwijania umiejętności interpersonalnych, osobistych i trenerskich. Realizuje projekty doradcze związane z tworzeniem systemów kompetencji, assessment i development center. Koordynator merytoryczny Szkoły Trenerów Biznesu INTEGRA (STBI).

Pozostali konsultanci: Magdalena Rybarczyk-Dominas, Dorota Tomaszewska, Marek Małkowicz

Podjęte działania:

- Przygotowanie Standardu Obsługi Klienta.
- Przeprowadzenie audytu - ocena jakości obsługi w wybranych sklepach (metodą TAJEMNICZEGO KLIENTA) - określenie mocnych stron oraz obszarów do rozwoju w aktualnej obsłudze klientów w sklepach.
- Rozmowy z kierownikami/właścicielami sklepów - badanie postaw wobec wprowadzania SOK oraz rozwoju pracowników w tym obszarze.
- Dokładna analiza (SWOT) wszystkich czynników wpływających na skuteczność wdrożenia SOK.
- Decyzja AKZO NOBEL o wprowadzaniu SOK.
- Opracowane narzędzia wspierających skuteczność wdrożenia:
 - szczegółowe doprecyzowanie procedur SOK;
 - arkusz oceny stosowania standardów dla tajemniczego klienta;
 - testy oceny kompetencji: standardów obsługi i wiedzy o produkcie;
 - podręcznik wiedzy o produkcie „MANUAL AKZO NOBEL”;
 - opis 20 wybranych produktów opisu według zasady: „Cecha – Zaleta – Korzyść”;
 - podręczne „ściągły” o produktach do codziennego wykorzystania przez sprzedawców.
- Szkolenia: SOK W SKLEPACH PARTNERSKICH AKZO NOBEL dla 15 sprzedawców (2 grupy x 2 dni) + realizacja zadań wdrożeniowych.
- Szkolenie: STANDARDY OBSŁUGI KLIENTA – CO MAM ROBIĆ I CZEGO WYMAGAĆ? dla 8 właścicieli/kierowników sklepów (1 x 2 dni).
- Przygotowanie raportu, określenie sposobu wprowadzenia SOK w kolejnych sklepach partnerskich.

Efekty:

- Wzmocnione siły sprzedaży poprzez ujednoczenie procedur w zakresie obsługi klienta oraz usystematyzowanie merytorycznej wiedzy o produktach (podręcznik wiedzy o produktach + skrócony opis 20 produktów).
- Przygotowane narzędzia, program oraz określone niezbędnych warunków brzegowych do efektywnego wdrożenia SOK w kolejnych sklepach partnerskich.
- Rozpoczęcie wdrożenia SOK (2011).
- Kontynuacja szkoleń produktowych i SOK w pozostałych sklepach partnerskich (2011).

„Prawdziwą sztuką sprzedaży jest udzielać klientom odpowiedzi na pytania, których wcale nie zadali.”

Maciej Kielan