

AKADEMIA ZARZĄDZANIA

ENEA S.A.

Branża: dystrybucja energii
elektrycznej

integra
PEOPLE MOVING FORWARD



Czas trwania projektu:

V 2014 – IX 2014

Potrzeby organizacji:

- Zwiększenie osobistej aktywności sprzedażowej oraz efektywności działań związanych z pozyskiwaniem klientów.
- Utrzymanie wzrostu wolumenu sprzedaży i liczby klientów firmy Enea S.A.
- Wzmocnienie kompetencji działu sprzedaży związanych z komunikacją z klientem zewnętrznym i wewnętrznym.
- Wspieranie rozwoju osobistych umiejętności sprzedażowych i ich wykorzystanie w codziennej pracy w celu zwiększenia efektywności.

Cele:

- Wzmacnianie kompetencji związanych z komunikacją z klientem zewnętrznym i wewnętrznym.
- Poznanie technik zgodnych z najlepszymi praktykami w obszarze sprzedaży usług i produktów oraz obsługi klienta, istotnych z punktu widzenia pracy handlowca Enea S.A.
- Nabycie wiedzy, dotyczącej składowych poszczególnych etapów procesu sprzedaży, w oparciu o rzetelną analizę potrzeb.
- Standaryzacja procesu sprzedaży poprzez ćwiczenie umiejętności na sytuacjach z życia handlowca.
- Poszerzenie i ugruntowanie wiedzy w zakresie efektywnego zarządzania sobą w czasie, organizacji pracy własnej, podsumowywania rezultatów pracy.
- Poznanie i nabycie umiejętności posługiwania się narzędziami wspomagającymi zarządzanie własną aktywnością, takimi jak: wyznaczenie realistycznych celów, zasada Pareto, matryca Eisenhowera, harmonogramowanie.
- Optymalizacja własnego czasu pracy i praca nad swoim kalendarzem na podstawie cyklu doskonalenia działania OAPD.

Koordynator merytoryczny:



Olga Hołoga

Od sprzedaży przez konsulting do szkoleń, tak w skrócie można opisać jej drogę zawodową. Jako Field Manager w firmie handlowej, przez 4 lata zarządzała zespołem kilkudziesięciu sprzedawców. W czołowej polskiej firmie konsultingowej pełniła kolejno stanowiska: konsultanta, starszego konsultanta i managera zespołu Centrum Rozwoju Kadr. Była kierownikiem kilku projektów szkoleniowych i koordynowała pracę zespołów odpowiadających za przygotowanie i realizację wieloletnich programów, których celem był rozwój kapitału ludzkiego całych firm. W trakcie pracy stosuje podejście projektowe twierdząc, że trener powinien umieć rozpoznawać potrzeby szkoleniowe pracowników - ludzi i cele biznesowe klienta - organizacji.

Podjęte działania:

ETAP I – Badanie potrzeb szkoleniowych i dobór tematyki

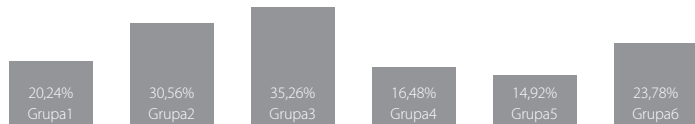
- Badanie ilościowe i jakościowe - rozmowy z wybranymi handlowcami, dyrektorem handlowym oraz przełożonymi uczestnikami.
- Przygotowanie autorskich scenariuszy szkoleń oraz materiałów szkoleniowych, w odniesieniu do zdiagnozowanych luk kompetencyjnych grupy docelowej.

ETAP II – Szkolenia

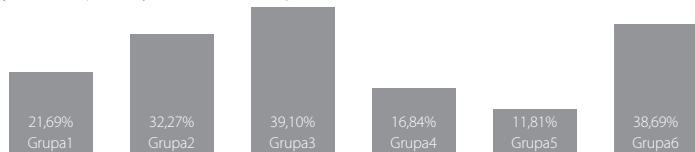
- Przeprowadzono trzy dwudniowe szkolenia, przy czym każde szkolenie rozpoczynało się wymianą doświadczeń dotyczących zastosowania wiedzy z poprzedniego szkolenia w codziennym życiu zawodowym.
- Szkolenia obejmowały następujące bloki tematyczne jak:
 - osobiste umiejętności sprzedażowe,
 - osobista skuteczność – zarządzanie czasem,
 - osobista skuteczność – komunikacja pisemna.
- Każde szkolenie kończyło się przekazaniem zadań wdrożeniowych z obszaru tematycznego szkolenia.
- Cykl zakończyło spotkanie raportowe wraz z przekazaniem pisemnych rekomendacji rozwojowych dla grupy pracowników objętych szkoleniami w projekcie.

Efekty:

- Wysokie zaangażowanie wszystkich uczestników projektu.
- Wzmocnienie kompetencji komunikacyjnych.
- Wzrost osobistych umiejętności sprzedażowych średnio o:



- Przyrost kompetencji w zakresie zarządzania czasem średnio o:



- Przyrost umiejętności osobistej skuteczności w zakresie obrony ceny średnio o:

