

■ Michał Rusek, www.MarketingDlaCiebie.pl

Szkolenie dla Ekspedientek

Wzorowa obsługa klienta potrafi zwiększyć zyski firmy, pobudzić rynek zbytu, wywołać lojalność klienta, a nawet zbudować markę. O tym, jak łatwo ją wprowadzić, przeczytasz w dalszej części relacji ze szkolenia dla obsługi klienta.

25 marca br. odbyło się „Szkolenie dla Ekspedientek” pod patronatem „Mistrza Branży” w miejscowości Piwniczna-Zdrój w województwie małopolskim. Tego typu szkolenia stają się popularne wraz z coraz większą konkurencją na rynku, a także panującym kryzysem ekonomicznym. Dlaczego tak się dzieje? Ponieważ odpowiednie wyszkolenie personelu obsługującego klienta potrafi podnieść zyski firmy poprzez zwiększenie ilości sprzedawanych produktów. Co więcej, dobrze wyszkoleni pracownicy potrafią zachęcić klienta do zakupu produktów o większej marży. Oznacza to, że sprzedaż za ladą wymaga nie tylko ładnego uśmiechu, jak uważa większość pracodawców. Prawidłowa obsługa klienta to kontrolowana i efektywna sprzedaż, dlatego, szczególnie w obecnych trudnych czasach, jest ona wskazana zarówno w piekarni, lodziarni, cukierni czy kawiarni, jak i innych punktach sprzedaży bezpośredniej.

Dlaczego warto szkolić personel?

Przede wszystkim chodzi o zwiększenie sprzedaży produktów, na którą składa się wiele aspektów, dlatego przeanalizujmy, w jaki sposób wpływają one na sprzedaż. Jednym z najistotniejszych punktów jest umiejętność prowadzenia sprzedaży krzyżowej. Wówczas ta sama liczba klientów kupuje znacznie więcej produktów niż odbywało się to do tej pory.



Kolejnym aspektem jest obsługa trudnego klienta w taki sposób, by wszelkiego rodzaju reklamacje przynosiły zyski, a nie straty, co, wbrew pozorom, jest możliwe do osiągnięcia. Odpowiednia obsługa to także element budujący lojalność klienta, który wró-

Wszystkie te aspekty są kluczowe, dlatego zostały przekazane uczestnikom „Szkolenia dla Ekspedientek” w Piwnicznej-Zdroju, a teraz może je poznać również obsługa w Twoim biznesie, o czym dowiesz się w dalszej części artykułu.

Prawidłowo wyszkolona kadra przyczynia się do współtworzenia wizerunku i marki, dzięki czemu z biegiem czasu klient, robiąc zakupy, przestanie zwracać uwagę na cenę, a zacznie patrzeć na logo i jakość.

ci do nas jeszcze wiele razy. Prawidłowo wyszkolona kadra przyczynia się do współtworzenia wizerunku i marki, dzięki czemu z biegiem czasu klient, robiąc zakupy, przestanie zwracać uwagę na cenę, a zacznie patrzeć na logo i jakość.

Równie ważnym elementem, który może stanowić o sukcesie firmy, jest umiejętne budowanie bazy klientów.

Opinia uczestnika szkolenia

O tym, że warto zorganizować takie szkolenie we własnej firmie, przekonał się właściciel Lodziarni-Kawiarni „Florence”, Pan Piotr Sabadasz-Żywczak, o czym świadczy jego wypowiedź: „Szkolenie, w którym uczestniczyłem wraz z personelem mojego biznesu, przebiegło znakomicie. Przekazano nam mnóstwo cennych informacji i konkretnych porad na przykładach

sytuacji z dnia codziennego. Wiedza w nim zawarta była ukierunkowana na zwiększenie sprzedaży oraz budowanie rynku klientów. Tematy przedstawione zostały w sposób profesjonalny. Osobą prowadzącą szkolenie – Pana Michała Ruska – znałem już dużo wcześniej, pomagał mi rozwijać firmę w zakresie marketingu i reklamy. Potrafi on doskonale nawiązać kontakt z klientem, zdobywając jego przychylność – co starał się przekazać nam na szkoleniu.

Dzięki szkoleniu uświadomiłem sobie, że pomimo mojego wieloletniego doświadczenia zawodowego popełniam jeszcze wiele błędów, a szkolenie praktyczne (scenki sprzedażowe klient – sprzedawca) wniosły wiele nowinek w bieżącą obsługę klienta. Prowadzący wskazał nam w trakcie szkole-



Kilka słów o prowadzącym „Szkolenia dla Ekspedientek”

■ Michał Rusek – ekspert w dziedzinie marketingu i reklamy, doświadczony szkoleniowiec oraz stały współpracownik „Mistrza Branży”. Michała co miesiąc można spotkać na naszych łamach, gdzie prowadzi autorski cykl artykułów poświęconych efektywnej sprzedaży i marketingowi. Potrafi doskonale przekazać wiedzę merytoryczną zarówno w formie niestandardowych tekstów, jak i niesztampowo prowadzonych szkoleń z marketingu, organizowanych m.in. podczas targów branżowych. Jest Project Managerem firmy szkoleniowej, która od początku roku przeszkoliła już około 1000 osób.

nia wiele sztuczek i metod opartych na psychologii, o których nie słyszałem nigdy przedtem. Za demonstrowałem w praktyce, jak należy je stosować. Bardzo się cieszę, że to właśnie on poprowadził szkolenie dla mojej firmy, w której traktuję pracowników jak jedną wielką rodzinę i jestem pewny, że teraz przełoży się to na zwiększenie zysków ze sprzedaży. Zarówno ja, jak i mój personel, możemy wystawić Michałowi Ruskowi najlepszą rekomendację”.

Przebieg oraz zakres szkolenia

Szkolenie przebiega w taki sposób, by w pełni przygotować sprzedawcę do jego roli i prawidłowej obsługi klienta. Zawiera ono wszystkie etapy sprzedaży, począwszy od przywitania klienta, aż po zamknięcie sprzedaży i budowanie trwałej bazy klientów. Ponadto do celów szkolenia należy przedstawienie elementów motywujących do pracy, a także pokazanie, jak budować markę lokalu. Część szkolenia obejmuje warsztaty praktyczne, w których każda z uczestniczek wciela się w rolę klienta oraz sprzedawcy, odgrywając losowo wybrane scenki dotyczące obsługi różnych typów klientów. Scenki nagrywane są za pomocą kamery, po czym są odtwarzane przy całej grupie, dzięki czemu uczestniczki mogą przyjrzeć się sobie oraz swojemu zachowaniu za sklepową ladą.

Dodatkowo otrzymują przygotowany wzór obsługi klienta, który mogą przechowywać za ladą, by móc spojrzeć na niego w każdej sytuacji i korzystać podczas obsługi klientów. Każda uczestniczka zyskuje materiały szkoleniowe, a także dyplom ukończenia kursu.



Dostępne warianty szkoleń

Obecnie dostępne są dwa warianty przeprowadzenia szkolenia dla własnej kadry pracowniczej. W pierwszym z nich szkolenie dotyczy personelu jednej firmy, z kilku sklepów, dzięki czemu szkolenie odbywa się na miejscu, w lokalu u klienta. Preferowana liczba uczestników to grupa 10- lub 20-osobowa. Wówczas szkoleniowiec przyjeżdża w umówionym terminie i przeprowadza szkolenie na miejscu. Drugi wariant jest popularny wówczas, gdy klient zatrudnia kilkoro pracowników, ponieważ może wysłać personel na szkolenie zbiorowe, w którym uczestniczą pracownicy kilku firm. Obecnie tego typu szkolenia odbywają się w kilku miejscach w Polsce, gdzie znajdują się sale szkoleniowe, np. we Wrocławiu i Katowicach. ■



Zadaj pytanie trenerowi

Jeśli chcesz bezpośrednio skontaktować się z trenerem i zadać mu pytanie w zakresie szkoleń, zadzwoń pod numer 504 905 968 lub napisz na adres m.rusek@mistrzbranzy.pl. Więcej informacji uzyskasz, odwiedzając specjalną zakładkę o nazwie „Szkolenie dla Ekspedientek” na głównej stronie www.mistrzbranzy.pl.



na skróty

- Jak szybko zwiększyć obrót
- Jak sprzedawać produkty marżowe
- Jak obracać reklamacje klientów w zysk
- Jak zbudować trwały rynek konsumentów
- Pierwszy krok do zbudowania marki