

Контакты:

+7 (903) 456-33-14

+7 (918) 181-78-89

Интернет-ресурсы:

Info-ceramica.ru

Vk.com/info\_ceramica



## «Инструменты развития персонала для эффективных продаж керамической плитки»

Уважаемые коллеги,

Керамическую плитку не зря относят к категории «сложных» товаров. За кажущейся простотой объективных факторов, скрывается целый спектр вопросов, так или иначе сопровождающий каждую сделку с конечным потребителем.

Каким набором знаний (минимальным или рекомендуемым) должен обладать продавец-консультант керамической плитки, для того чтобы максимально подробно, правдиво и оперативно предоставить потенциальному покупателю всю необходимую информацию о предлагаемом продукте? Какие умения, способности и профессионально значимые личностные качества отличают лидеров продаж от аутсайдеров, и можно ли развивать их уровень?

Специалисты нашего сообщества, готовы предложить вам трениговую программу, направленную на обучение и развитие ваших сотрудников, состоящую из следующих тематических блоков:

**Экскурс в историю.** Люди, работающие с керамикой, должны иметь хотя бы общие сведения об истории керамической плитки, культуре потребления этого продукта жителями конкретного региона или национальности, традициях производства и т.д. Эти знания позволяют формировать определенный культурный базис и эстетический вкус, являющийся основой для последующего профессионального развития сотрудника.

**Технология производства керамической плитки.** Особенности производства и рецептура в конечном итоге определяют технические характеристики продукта, а те, в свою очередь - условия эксплуатации и сферу применения. Расскажем об основных технических характеристиках отделочной керамики, а также о том, какими нормативными документами регламентируется производство керамической плитки, какими испытаниями контролируется, какие стандарты актуальны на текущий момент в России и за рубежом.

**Клиент-ориентированный подход в обслуживании клиентов.** Продажа керамической плитки работает на общих принципах розничной торговли. В основе алгоритмов эффективных продаж лежит классическая 5-ти ступенчатая модель коммуникативного процесса, адаптированная к торговой среде. Общее понимание принципов ведения переговоров (узнать своего оппонента, расположить к себе, выявить потребность и т.д.) позволяет выработать продавцу-консультанту собственный стиль поведения в торговом зале.

**Комплексная продажа – как ключевой показатель эффективности.** Роль сопутствующих материалов часто бывает недооценена, не только с экономической, но и с практической точки зрения. Покупая керамическую плитку, клиент еще не удовлетворил свой запрос – плитка пока в коробках, а не на стенах и полах. Облицовка в итоге должна соответствовать его ожиданиям: выглядеть эстетично, быть функциональной, качественной и надежной. А это зависит от двух факторов: соблюдения технологии отделочных работ и правильного выбора строительной химии. Продавец-консультант должен быть экспертом в этой области, для того чтобы оказать грамотную консультацию и помочь в выборе сопутствующих материалов.

Рынок человеческого капитала считается самым сложным из всех рынков ресурсов. Люди имеют разные физические данные и способности, прилагают различный уровень усилий в достижении поставленных целей, обладают неодинаковой квалификацией и опытом, у них есть права и собственное мнение. К тому же, они могут меняться, приобретать или утрачивать навыки, совершенствоваться или деградировать, разделять корпоративные ценности или противоречить им. Важность эффективного менеджмента для современной организации сложно переоценить. Знания, опыт, интеллектуальные и физические способности человека могут не приносить никаких доходов, оставаясь личным достоянием работника. Поэтому работодателю необходимо иметь в арсенале современные эффективные инструменты и методики, преобразующие потенциал сотрудников в форму человеческого капитала.



В связи с этим, вторая часть нашего обучающего мероприятия посвящена ряду диагностирующих процедур, позволяющих выявить: индивидуальные мотивирующие факторы участников; уровни социальной чуткости и степень экспертности. В фокусе нашего внимания упражнения на развитие эмоционального интеллекта (ЭИ), в частности синзетивности, которая позволяет почувствовать и понять истинные потребности покупателя, в определенной степени уходя от шаблонности и негибкости в продажах.

Итогом проводимых диагностик является индивидуальная характеристика участника с определением его ближайшей зоны роста, рекомендации по развитию данного сотрудника, источники необходимой информации.

---

В заключении хотим отметить, что вопрос повышения эффективности работы сотрудников актуален сегодня как никогда. Важнейшим компонентом его решения является постоянное повышение квалификации персонала. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации уже давно вышли за рамки функциональных навыков. Сегодня это идеалы и ценности, стиль жизни и социальные ориентиры, формирующие образ современного человека. Недостаточно воспринимать обучение, как процесс приобретения необходимых знаний, относящихся непосредственно к выполняемой работе. Сотрудники должны быть вовлечены в процесс развития организации, расширять собственные рамки познания, разделять корпоративные ценности и принципы. Безусловно, это, прежде всего личный выбор каждого, но создание необходимых условий для непрерывного профессионального развития работника – задача организации.

### **Контакты для связи:**

+7 (903) 456-33-14

+7 (918) 181-78-89

Info-ceramica.ru

Vk.com/info\_ceramica

Info-ceramica@mail.ru