



PRObusiness

Как добиваться максимального результата в бизнесе при любых экономических условиях на рынке? Как пережить сложные времена и выйти из них обновленными, с полезными знаниями и эффективно работающим коллективом?

Эти и другие вопросы решает проект PRObusiness, который создала Наталья Николаевна ПЕРФИЛОВА, руководитель ювелирной сети «СЕНАТ», Нижний Новгород.

Проект PRObusiness – это отражение современной жизни с ее постоянно меняющимися запросами и актуальными ответами на них. Успешному бизнесу нужна реактивность, гибкость, чувство времени, а успешному руководителю необходимы современные знания про бизнес.

Зачастую говорят, что мотивации хватает ненадолго. Ну так то же самое происходит и с освежающим душем, поэтому и рекомендуют его принимать ежедневно.

Zig Ziglar (с)

ПОШАГОВЫЙ ПЛАН

внедрения управления и мотивации по КРІ в рознице

Как изменится человечество после пандемии?!

Как изменятся наши сотрудники, какие требования они будут предъявлять к себе, к своей жизни, к своей работе и работодателям?

И самое главное, какие требования мы будем предъявлять к своим сотрудникам? Какие системы КРІ¹ и мотивации будем использовать, чтобы сохранить на прежнем уровне не только объем выручки, но и прибыли?

Любые изменения – произошли они в ходе революции или по истечении времени –

воспринимаются с недоверием и требуют продуманного системного подхода при внедрении.

Мы, «СЕНАТ», как и многие компании, столкнулись с проблемой изменения систем мотивации и КРІ. Мы разрабатывали и внедряли, анализировали, делали ошибки, находили для ювелирного ритейла лайфхаки и повторяли этот путь по несколько раз, для того чтобы найти лучшую модель системы мотивации, основанной на показателях эффективности, и не терять заданный темп по увеличению выручки.

¹ КРІ (Key Performance Indicators) – ключевые показатели эффективности.



Теория эволюции



Жизнь «ДО»....

К моменту изменения системы мотивации и началу внедрения показателей эффективности обобщенный портрет нашего продавца выглядел следующим образом:

- не испытывали потребности в обучении, более того, считали, что в этом нет необходимости;
- не занимались самообразованием;
- все свои неудачи связывали исключительно со внешней средой и внешними обстоятельствами;
- негативно реагировали на любые изменения.

Система мотивации основывалась всего на двух количественных показателях: выполнение личного плана сотрудником и выполнение общего плана магазином в целом.

Жизнь «ПОСЛЕ»....

Сейчас портрет продавца ЮС «СЕНАТ» можно описать так:

- нацелены на результат. Менеджер по продажам должен давать результат, а не создавать видимость работы. Чаще всего это сводится к количеству денег в кассе. Хороший продавец видит впереди не только этот самый результат, а всю цепочку действий, которая к нему приводит. Обычно перед выходными мы ставим конкретные цели, на которые мы должны выйти к понедельнику, и просим каждый магазин написать, за счет каких ресурсов они смогут сделать ожидаемый результат;
- испытывают потребность в обучении. Достаточно важный пункт! Мы знаем, что существуют продавцы с четким убеждением «я знаю все», и люди, которые по разным

причинам не хотят узнавать что-то новое. Хороший менеджер по продажам не может не учиться. Отработка одних только новых возражений стоит колоссальных затрат. Профессиональную литературу тоже никто не отменял;

- непрерывно повышают свои знания в изучении товара, трендов. Грамотный продавец разбирается в своем товаре и сезонных трендах на 101%. И именно отсутствие системы обучения менеджеров по продажам продукта отличает, образно говоря, «Тиффани» от любого среднестатистического ювелирного магазина;
- с оптимизмом и вдохновением воспринимают изменения. Те же, кто видит стакан наполовину пустым, начинают психологически ломаться, теряют мотивацию, а в худшем случае своим кислым видом распугивают покупателей. Идеальный менеджер по продажам — оптимист по определению, даже если сегодня хуже, чем вчера;
- любят деньги и хотят реализоваться в профессии. Хороший менеджер по продажам не может не любить деньги. Этот человек ежедневно занимается обменом денег на ценность (товар или услугу), потому он буквально обязан их обожать! Альтруистов в этой профессии крайне мало, но они иногда встречаются.

Система мотивации розницы основана на 12 показателях эффективности, которые охватывают не только количественную часть работы, но и качественную. Все сотрудники компании погружены в понятие KPI, понимают их влияние друг на друга, могут свободно просчитать каждый показатель и понять его влияние на итоговый результат и на свою заработную плату.

PRObusiness

PRObusiness – уникальный обучающий проект, в котором практики учат практиков. Проект объединил эффективных руководителей направлений, которые показывают потрясающие результаты в сети ювелирных салонов «СЕНАТ», и специалистов в области обучения, которые помогают перевести накопленный нами опыт в работающие учебные программы.

Почему наши клиенты доверяют нам:

- Индивидуальный подход – обучающие программы корректируются, исходя из потребностей заказчика и желаемого результата.
- Работающие инструменты – учим только тому, что реализовали с успехом в своей компании.
- Актуальные программы – проект PRObusiness ежемесячно пополняет портфель новыми программами, разработанными в соответствии с текущей ситуацией на рынке.

Сегодня проект PRObusiness – это:

- обучение продажам в мессенджерах;
- разработка скриптов для осуществления холодных звонков;
- обучение продажам через холодные звонки;
- курс по управлению товарными запасами и ассортиментом;
- курс по мотивации и управлению KPI для руководителей розницы;
- консультации по различным аспектам работы эффективной розничной компании;
- вебинары, мастер-классы и воркшопы на актуальные темы, касающиеся стратегии и тактики работы в рознице.

Если вы хотите получать приглашения на наши новые бесплатные мероприятия – пройдите по QR-коду и оставьте заявку в форме.



Хотите внедрить новую систему мотивации в своей компании – приходите на workshop.

На workshop вы изучите систему мотивации по KPI, узнаете лайфхаки по внедрению. Решите практические кейсы по использованию показателей KPI для увеличения продаж. Получите ответы на вопросы.

Тел. +7 (920) 292-22-25

КИТАЕВА Мария

Предположим, вы выбрали систему мотивации, основанную на кажущихся важными вам показателях эффективности для вашего бизнеса. Теперь необходимо, чтобы эта система начала успешно работать и приносить прибыль. План внедрения максимально простой, известен с 1968 года:

Планирование

Необходимо проанализировать, какие KPI войдут в новую систему мотивации, в каких пропорциях и как будут влиять на конечную сумму заработной платы сотрудников. В этом моменте нужно просчитать и спрогнозировать несколько комбинаций, подходящих для вашего бизнеса и определенного магазина. Возможно, и для каждого конкретного сотрудника. Например, «СЕНАТ» предъявляет разные требования к рядовому сотруднику в сравнении с опытным менеджером. Если ранее вы не применяли си-

стему мотивации, основанную на показателях эффективности, то на первоначальном этапе рекомендуем выбрать два показателя – один качественный и один количественный – для обучения сотрудников и выработки навыков работы с KPI-показателями. Установить сроки внедрения и ответственных сотрудников, определить, как будет доведена новая система до всего персонала.

Организация

Обучите всех линейных руководителей работать в новой системе, вооружите их чек-листами, таблицами. Убедитесь, что все понимают конечную цель, принимают ее и готовы достичь.

Мотивация

Объясняйте все плюсы и выгоду новой системы всем сотрудникам компании. Система

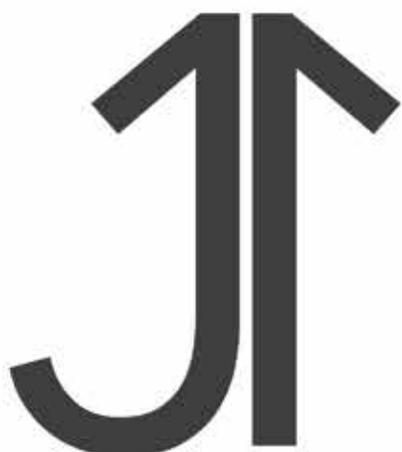


22-26 СЕНТЯБРЯ 2020

МОСКОВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА-КОНГРЕСС

«КРОКУС-ЭКСПО»

WWW.J-1.SHOW



34-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

АРУ АЛМАТЫ

18+
Реклама



25-28
ИЮНЯ
2020



КАЗАХСТАН, г. Алматы, ВЦ «АТАКЕНТ», пав. 11

ОРГАНИЗАТОРЫ: «КАЗЭКСПО»
«ВМ EXPO»



Тел.: 8 (727) 313-76-28
Моб.: +7 707 456-53-96
e-mail: kazexpo@kazexpo.kz

www.kazexpo.kz