

Przykładowe plany szkolenia

	temat szkolenia	
1	<b>Aktywna obsługa klienta w sklepach</b>	
	Czym tak naprawdę jest sprzedaż?	
	Analizuj każdą sprzedaż.	
	Mowa ciała	
	Siła pierwszego wrażenia	
	Jak możesz sterować efektem pierwszego wrażenia	
	Co sprawia, że ludzie kupują?	
	Powitanie klienta	
	Zauważenie klienta.	
	Poznanie potrzeb	
	Rola słuchania	
	Błędy podczas rozmowy	
	Obiekcje sprzedażowe	
	Pięć kroków w „gaszeniu” agresji rozmówcy	
	Bariery komunikacyjne	
	Typologia klienta	
	Budowanie zaufania oraz budowanie marki	
	Obsługa przy kasie	
Obsługa przez telefon.		
2	<b>Prowadzenie sieci sklepów - od koncepcji do realizacji</b>	
	Systemy zarządzania i kontrolowania sklepu i sieci sklepów	
	Projektowanie, realizacja i nadzorowanie procesu inwestycyjnego optymalizującego wydatki inwestycyjne	
	Opracowanie kompleksowej identyfikacji wizualnej przedsiębiorstwa	
	Projektowanie sklepów , ich funkcjonalności i aranżacji wnętrz	
3	<b>Skuteczne prowadzenie rekrutacji kadry</b>	
	opis stanowiska oraz zdefiniowanie profilu wymagań w procesie rekrutacji	
	organizacja przebiegu rekrutacji i selekcji	
	planowanie miejsca i treści rozmowy	
	Wybieranie odpowiednich kandydatów (wstępna selekcja)	
	selekcja cv i listów motywacyjnych (na realnych przykładach)	
	analizy aplikacji kandydatów	
	Efektywne Prowadzenie rozmowy kwalifikacyjnej	
	Właściwe przygotowanie rozmowy kwalifikacyjnej	
	prezentacja firmy i określenie zadań	
	przebieg modelowego wywiadu	
	umiejętność zadawania pytań - scenki	
	przykładowe typy pytań	
pytania, których należy unikać		

	pytania kandydatów	
	odczytywanie komunikatów pozawerbalnych kandydata - ćwiczenia	
	błędy oceny, na jakie jest narażona osoba prowadząca wywiad	
	prowadzenie rozmów kwalifikacyjnych - analiza mocnych i słabych stron w rozmowie rekrutacyjnej	
	obiektywna ocena umiejętności kandydatów, umożliwiając ich selekcję w sposób zgodny z oczekiwaniami	
<b>4</b>	<b>Właściwy dobór lokalizacji sklepu - jak wybrać ?</b>	
	<i>Rola koncepcji handlowej przy wyborze lokalizacji ,</i>	
	<i>Definiowanie klienta docelowego</i>	
	<i>Dobór powierzchni handlowej, pod kątem właściwego prezentowania oferowanego produktu dziś i w przyszłości</i>	
	<i>czynniki brane pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o wyborze lokalizacji</i>	
	<i>Metody badania potencjału sprzedaży lokalizacji</i>	
	<i>Symulacja rachunku wyniku inwestycji w sklep</i>	
	<i>Rola witryny i otoczenia zewnętrznego sklepu</i>	
	<i>Prawne aspekty najmu lokalu sklepowego</i>	