

PROGRAM SZKOLENIA

Jak szkolić nowych pracowników – szkolenie dla kierowników.

Charakterystyka szkolenia:

Adresaci szkolenia:

Przełożeni nowych, szkolonych pracowników

Cel szkolenia:

- Przygotowanie do przeprowadzenia szkolenia nowych pracowników.
- Wskazanie jak być skutecznym podczas przeprowadzania szkoleń.
- Zdobycie narzędzi do efektywnej komunikacji i przekazywania wiedzy innym.
- Usystematyzowanie wiedzy.
- Zdobycie nowej wiedzy i umiejętności.
- Identyfikacja mocnych i słabych stron każdego z uczestników, służąca nakreśleniu kierunków indywidualnego rozwoju zawodowego.
- Wymiana doświadczeń uczestników szkolenia.
- Doskonalenie umiejętności stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

Zakres tematyczny, program:

Wstęp

- Cele szkolenia
- Omówienie treści dwóch dni

- Ćwiczenie. Autoprezentacja, agenda, zasady, korzyści.

Praca w podgrupach, krótkie prezentacje

Dokończ zdania:

- ▶ Witajcie, cieszę się, że się spotkaliśmy ..., miło mi, że się widzimy, że się zebraliśmy, że uczestniczymy w ... (twoje uczucia – budowanie relacji)
- ▶ Nazywam się ... (dajesz się poznać innym – otwarcie)
- ▶ Zajmuję się ... (informujesz dlaczego mieliby słuchać cię z zainteresowaniem)
- ▶ Spotkaliśmy się, aby ... (cele wspólne)
- ▶ Pragnę, aby podczas naszego szkolenia (twoje cele osobiste powiązane celami wspólnymi)
- ▶ Podczas naszego szkolenia omówimy ... (agenda, główne tematy, punkty programu, obszary szkolenia)
- ▶ Nasze warsztaty będą trwać, w trakcie mamy przerwy ... (cd. agendy, określenie czasu szkolenia, funkcji i długości przerw)
- ▶ Dzięki naszemu szkoleniu, po naszym szkoleniu; uda nam się, osiągniemy, będziemy w stanie (korzyści dla szkolonych, podanie głównego skutku – mającego ostatecznie przekonać szkolonych do aktywnego uczestnictwa)

- Kim jest osoba szkolona? Ćwiczenie. Praca w podgrupach, prezentacje

- Zachowanie szkolących – wpływ na szkolonych. Ćwiczenie. Praca indywidualna
- Założenia ogólne w zakresie wiedzy do przekazania przez regionalnych kierowników sprzedaży nowym pracownikom działu sprzedaży
 - znajomość misji firmy – utożsamienie pracowników z jej misją
 - znajomość u pracowników firmy odpowiedzi na podstawowe pytania:
 - co robimy? (informacja o firmie)
 - po co? (cele firmy; mierzalne, realne, rzeczywiste i określone w czasie)
 - dla kogo? (kto jest klientem firmy, pośrednim i bezpośrednim). Myśli przewodnie:
 - Patrz oczami klienta!

- Pozwólmy im wygrać!
 - Nie da się rozszyfrować potrzeb klienta w twoim gabinecie!
 - jak? (odróżnienie od konkurencji, wzornictwo, jakość obsługi, innowacyjność produktów, serwisu)
 - jakie wartości są ważne dla firmy? (kultura firmy, ludzie w firmie – relacje, klient wewnętrzny, zewnętrzny – rola, relacje)
 - określenie strategii kierunkowych (doskonalenia, ofensywna, defensywna)
 - określenie strategii marketingowej (push, pull, push-pull)
 - określenie horyzontów czasowych, etapów zmian
 - stosunek do konkurencji
 - są dwa działy: „dział sprzedaży i dział wspomaganie sprzedaży”
- Przekazywanie wiedzy odnośnie kształtu i funkcjonowania działu sprzedaży
 - rola równomiernego rozmieszczenia przedstawicieli
 - pełna obsługa klientów
 - schemat organizacyjny
 - mapa
 - podział celów wg regionów i klientów
- Szkolenie nowych pracowników o współpracy wewnątrz firmy
 - współpraca z działem zamówień i finansowym
 - współpraca z działem marketingu
 - współpraca z działem logistyki, magazynem – handlowcy wewnętrzni – pierwsza linia kontaktu z klientem
 - kontakt z działem serwisu technicznego – (rola serwisu!)
 - comiesięczne spotkania całego działu (dwa dni) czas biurowy, spotkania z „gośćmi” z ww. działów, sprzedaż, wymiana doświadczeń, poczucie wspólnoty, integracja
 - nieregularne spotkania z kierownikami – poza biurem – planowanie budżetu rocznego (obróć, marża, wydatki) zmiana cen, polityka handlowa itd.
 - praktyki w dziale handlowym, w terenie, osób z serwisu, finansów, marketingu, kontroli kredytowej (wg grafiku – obowiązkowo, minimum 1 dzień w roku)

- regularne (minimum 1 x w roku) wizyty kontrolera kredytowego (można także z dyrektorem finansowym) u sklepów głównych (około 10 pierwszych) lub zawsze gdy zalegają z planami.
- Ubezpieczenia, oraz inne zabezpieczenia, limity sprzedaży ratalnej – zmiana możliwa przy równoczesnej zgodzie: dyr. handlowego, sprzedaży, dyr. finansowego i kontrolera kredytowego (komitet kredytowy)
- wynagrodzenia – część stała i zmienna
 - obrót regionu
 - całej firmy
 - wysokość marży w regionie
 - raty, rotacja, udział producenta, inne
 - zadania specjalne – uznaniowo
- konkursy z nagrodami
- Co jest pomocne dla regionalnego kierownika sprzedaży szkolącego nowych pracowników?
 1. wykorzystanie kultury organizacyjnej i wartości firmy
 2. egzekwowanie wspólnych norm i wartości
 3. poznawanie potrzeb podwładnych (coaching, mentoring, doradztwo)
 4. budowanie własnego autorytetu - wizerunku jako szefa i relacji z podwładnymi
 5. wykorzystanie w praktyce wiedzy dotyczącej stylów kierowania i typów pracowników, zależnie od sytuacji

Ćwiczenie.

Podajcie przykłady działań realizujących te punkty. Praca w podgrupach, prezentacje, dyskusja

- Przekazywanie wiedzy o schemacie planu pracy pracownika działu sprzedaży i standardów pracy handlowca

Ćwiczenie

Z jakich kroków waszym zdaniem, powinien składać się schemat / plan pracy sprzedawcy / handlowca?

Dyskusja ogólna

- Metody pracy w sprzedaży. Schemat planu sprzedaży i standardów pracy handlowca
 1. przygotowanie

2. pozyskanie klienta
3. rozmowa – negocjacje
4. podsumowanie

- *Ćwiczenie.* Jak i gdzie znaleźć klienta?

Ćwiczenia w podgrupach. Prezentacje, dyskusja, wnioski

- Przekazywanie wiedzy o podstawowych pojęciach w sprzedaży
 - *Przygotowanie kierowników regionalnych do przekazania wiedzy o procesie sprzedaży swoim pracownikom*
 - Jak przekazywać wiedzę innym - postawa
 - Przykład z góry
 - Sugerowanie
 - Tolerancja
 - Otwartość
 - Reagowanie na pytania
 - Prowadzenie dyskusji
 - Otwarcie
 - Podsumowanie
 - zamknięcie
 - Kiedy przekazywać wiedzę innym - czas
 - W jakim otoczeniu - miejsce
 - Weryfikacja poziomu zdobytej wiedzy
 - Kontrola
 - Ocena, analiza
- Nauczanie o tym, czym jest podstawowy cel w pracy sprzedawcy
 - Przekazywanie wiedzy o cechach charakteru i umiejętnościach sprzedawcy doradcy, przedstawiciela
 - Proces przekazywanie wiedzy nowym pracownikom
 - Świadomość piramidy grup potrzeb ludzkich

- Jak rozpoznać, jakie potrzeby ma twój nowy pracownik?
Jak do niego dotrzeć?
Jak przekonać go do przekazywanych przez siebie treści?
 Zadawać pytania otwarte
 Wyciągać wnioski
 Słuchać aktywnie
 Wyciągać wnioski
 Drażnić
 Wyciągać wnioski
 Sprawdzać, podsumowywać
 Wyciągać wnioski
 Proponować właściwe rozwiązania

- Kontakt szkolącego ze szkolonymi – aktywne słuchanie – postawa własna oraz nauka postawy nowych pracowników

- Słowo o porozumiewaniu się
- Skuteczne komunikowanie

- Techniki skutecznej komunikacji podczas prowadzenia szkolenia.
Zadawaj pytania otwarte i zamknięte.
Ćwiczenie. Praca w parach. Zamień pytania zamknięte sąsiada na pytania otwarte.

- Parafraza
 - Parafraza to...
 - Parafraza jest / nie jest ...
 Ćwiczenie: sparafrazuj zdania sąsiada, praca w parach

- Klaryfikacja podczas uczenia
- Dobre pierwsze wrażenie
- Podświadomość u pracowników podczas szkolenia
- Komunikacja pozawerbalna u kierownika prowadzącego szkolenie nowych pracowników
- Mowa ciała jako część komunikacji pozawerbalnej
- Rola odległości między osobami
- Gospodarowanie przestrzenią podczas szkolenia

- Prezentacja szkoleniowa poprzez zestaw cech, zalet i korzyści

Cecha Zaleta Korzyść

Ćwiczenie dla szkolących nowych pracowników. Możecie wymienić cechy, zalety tego, co mówicie i korzyści wynikające z tego bezpośrednio dla nowych pracowników!

- Obiekcje, zarzuty
 - co to są zastrzeżenia?
 - metody radzenia sobie z zastrzeżeniami,
 - metody radzenia sobie z reklamacjami,
 - metody radzenia sobie z agresją

- Zasady prezentacji
- Proces komunikacji
- Podstawy skutecznej komunikacji
 - Komunikacja jest najbardziej skuteczna gdy poziom przekazu jest nieco niższy niż poziom adresata komunikatu
 - Stosowanie terminów fachowych zawęża krąg odbiorców do grupy specjalistów, ale zarazem zwraca uwagę tej grupy na przesyłany komunikat
 - Odbiorca poświęci uwagę komunikatowi tylko wtedy, gdy spodziewa się znaleźć w nim ważne dla siebie informacje
 - Nie ważne jest to co zostało powiedziane, nieważne jest jak to zostało powiedziane, ważne jest jak to zostało odebrane
 - KOMUNIKACJA JEST NA TYLE DOBRA NA ILE ZOSTAŁA ZROZUMIANA I PRZYJĘTA PRZEZ ODBIORCĘ.

- Metody odpierania zastrzeżeń x 3

- Metody przekazywania trudnych informacji

- Jak prowadzić dyskusję typu "Burza mózgów"?

- Zarządzanie czasem podczas szkolenia

- Najczęściej popełniane błędy

- Po szkoleniu...

- Ćwiczenie z przygotowywania szkolenia
- Ćwiczenia z wykonywania szkolenia, z użyciem kamery
 - Każdy uczestnik głośno opowiada – dokonuje prezentacji, używając przygotowanych notatek
 - Pozostałe osoby słuchają,
 - W trakcie, na kartce, piszą swoje uwagi odnośnie prezentacji i prezentującego (w kontekście zdobytej w trakcie szkolenia wiedzy),
 - Następuje ocena grupy, każdy słuchacz odczytuje zapisane uwagi dodając swój komentarz. Analiza, wnioski. Obejrzenie filmu.
 - Kolejny prezentujący.

- Podsumowanie, zakończenie szkolenia

Stosowane metody szkoleniowe:

Analiza przypadków, ćwiczenia zespołowe, indywidualne, dyskusje kierowane, własne metody treningowe, wykład.

Szkolenie będzie realizowane metodami warsztatowymi, angażującymi uczestników, przewidziane są liczne ćwiczenia, m.in.:

- odgrywanie scenek
- ćwiczenia w podgrupach
- praca indywidualna

Uzasadnienie:

Dostarczenie wiedzy przeglądowej, dającej wiele możliwości; pracy ze szkoleniami i przygotowującej praktycznie do zadań. Ćwiczenia pomagają zidentyfikować obszary wymagające doskonalenia i zbliżają do sytuacji rzeczywistych. Pomagają skonfrontować wyobrażenia z realiami. Dostarczają własnych doświadczeń.

Możliwość wymiany doświadczeń uczestników szkolenia.

Doskonalenie umiejętności pracy stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

Spodziewane rezultaty:

Praktyczne przygotowanie do pracy szkolącego nowych pracowników, zdobycie narzędzi do efektywnej komunikacji poprzez usystematyzowanie wiedzy i umiejętności o procesie i technikach prowadzenia szkoleń oraz zdobycie nowej. Wymiana doświadczeń i nawiązanie relacji w zespole. Zmniejszenie poziomu niepewności, nabranie wiary w siebie i przekonania, że wszystko „jest w rękach” szkolącego się. Oswojenie z ewentualnymi utrudnieniami, stawienie im czoła, przygotowanie się „do ataku i obrony”.

Uczestnicy, miejsce, termin, czas trwania szkolenia:

Uczestnicy:

Grupa do 12 osób

Miejsce:

Pomieszczenie – sala wyznaczona zlecającego

Termin szkolenia:

Do ustalenia.

Czas trwania szkolenia:

Łączna liczba dni: 2

Łączna liczba godzin: 16

Inne:

Potrzebne będą:

wygodna, cicha, duża sala na 3-4 osoby więcej (powierzchniowo) niż będzie uczestników szkolenia

Ponadto: ekran lub biała (jasna) ściana, flip chart, napoje.

Wykorzystywane narzędzia:

Komputer i projektor multimedialny z prezentacją PowerPoint, kamera cyfrowa, drukowane materiały dla uczestników, długopisy, pisaki do ćwiczeń dla uczestników.