



# КОРОБКА №1

Установи контакт – Вовлеки –

Вдохнови

# КОРОБКА ЗНАНИЙ

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА НА 3  
МЕСЯЦА

adidas

GROUP

## Вступление и цель

### Что важно знать:

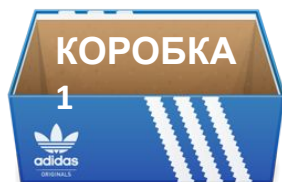
- Мы вводим новый инструмент для активизации модели «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови» наших магазинах – Коробка знаний
- В каждом квартале мы будем акцентировать внимание на ключевых элементах новой модели сервиса и улучшать их эффективность. Приоритет в определённый месяц квартала отдаётся какой-то одной теме «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови». Все необходимые материалы вы будете получать раз в квартал - всё в одной коробке! Коробка знаний позволит вам активно поддерживать внедрение Новой Модели Сервиса в течение следующих трёх месяцев
- В начале каждого месяца проводятся основные занятия продолжительностью 30-60 минут. Цель встречи – обозначить фокус на предстоящий месяц. В течение оставшихся недель месяца, во время утренних собраний проводятся вспомогательные занятия, содержание которых связано с основным тренингом по новой модели сервиса
- Темы будут повторяться каждый квартал, но задания и активности на занятиях будут разные, чтобы добиться полного понимания новой модели сервиса и закрепления навыков обслуживания

### Что нужно сделать:

- Изучить содержимое коробки
- Систематизировать материалы, подготовить рабочие материалы согласно инструкциям
- Спланировать и назначить первую мотивирующую встречу
- Спланировать и организовать специальные утренние собрания, которые будут проводиться в течение месяца
- Получить удовольствие и вдохновить команду!



## 1 коробка в квартал: обзор



### КОРОБКА 1 □ Установи контакт

**1 НЕДЕЛЯ (сб - вс)**  
Основное занятие  
40-50 минут

**2 НЕДЕЛЯ (вт - пт)**  
Вспомогательное занятие  
15-20 минут

**3 НЕДЕЛЯ (вт - пт)**  
Вспомогательное занятие  
15-20 минут

**4 НЕДЕЛЯ (вт - пт)**  
Вспомогательное занятие  
15-20 минут

Каждый месяц посвящен своей теме и **ВКЛЮЧАЕТ** в себя:

**ЦЕЛЬ основного занятия**

- Основное занятие
- Вспомогательные занятия

**ЦЕЛЬ основного занятия**

- Обозначить фокус на месяц
- Отметить успехи
- Зарядить команду энергией
- Ввести новые инструменты

**ЦЕЛЬ вспомогательного занятия**

- Углубить знания
- Отработать навыки

• Поддерживать заинтересованность

\*Для модуля **ВОВЛЕКИ** и **ВДОХНОВИ** такой же формат встреч

**Коробка знаний №1: содержание**

	Неделя 1 Основное занятие (40-50 минут)	Неделя 2 Вспомогательное занятие (15 минут)	Неделя 3 Вспомогательное занятие (15 минут)	Неделя 4 Вспомогательное занятие (15 минут)
Месяц 1 <b>УСТАНОВИ КОНТАКТ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приветствие и введение</li> <li>• Карточки «Лайк»</li> <li>• Задания на «Контакт»</li> <li>• Постановка целей</li> <li>• План на 3 недели</li> </ul>	Первые слова при установлении контакта	Подстройка под стиль общения	Сезонные активности в установлении контакта
Месяц 2 <b>ВОВЛЕКИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приветствие и введение</li> <li>• Карточки «Лайк»</li> <li>• Задания на «Вовлеки»</li> <li>• Постановка целей</li> <li>• План на 3 недели</li> </ul>	Эмоциональные вопросы при выявлении увлечений	Рассказываем истории с учетом увлечений покупателей	Сезонные активности в поддержании беседы с покупателями
Месяц 3 <b>ВДОХНОВИ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приветствие и введение</li> <li>• Карточки «Лайк»</li> <li>• Задания на «Вдохнови»</li> <li>• Постановка целей</li> <li>• План на 3 недели</li> </ul>	Цели и увлечения сотрудников – источник вдохновения	Вдохновляем покупателей через беседу о целях и увлечениях	Сезонные активности и вдохновение покупателей

# КОРОБКА №1



МЕСЯЦ 1

## УСТАНОВИ КОНТАКТ

РУКОВОДСТВО ДЛЯ

ТРЕНЕРА

## Введение

### Ключевые моменты:

- Этот месяц посвящен теме «Установи контакт»
- В течение 4 недель вы со своими сотрудниками будете сфокусированы на том, как работать с разными типами покупателей и строить с ними доверительные отношения:
  - **1 неделя:** как устанавливать более тесный контакт с покупателем; карточки «Лайк»
  - **2 неделя:** с каких фраз лучше начинать общение с разными типами покупателей
  - **3 неделя:** как применять разные стили общения с покупателями
  - **4 неделя:** как использовать сезонные активности (время года, праздники, события) для установления контакта с покупателем
- В течение каждой недели вам необходимо наблюдать за своими сотрудниками в торговом зале и давать им обратную связь, чтобы они закрепили новые знания на практике
- Проводите основные и вспомогательные занятия в соответствии с расписанием таким образом, чтобы каждый член команды в течение недели смог принять в них участие
- Обратите внимание, что на первом основном занятии вам нужно рассказать своей команде, что такое «Коробка знаний», и как она поможет им в работе





# КОРОБКА №1

Установи контакт

НЕДЕЛЯ

1

Основное  
занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА

adidas

GROUP



## Основное занятие: обзор и подготовка

- Заранее подготовьтесь к проведению встречи и подготовьте дополнительные материалы, следуя инструкциям к каждому заданию
- Проверить наличие необходимого количества стикеров, листов для флип чарта, маркеров, ручек и бумажного скотча
- Распечатайте и заполните несколько карточек «Лайк» для участников
- Совет: возможно, стоит принести печенье или другие сладости, чтобы подчеркнуть, что данное занятие особенное. Всё должно проходить интересно, энергично, в непринуждённой атмосфере. Лучше задействовать весь административный состав, чтобы наилучшим образом вдохновить сотрудников на углубление своих знаний

Тема	Цель	Время
Приветствие и введение	Рассказать о цели и концепции «Коробки знаний», сделать обзор новой модели сервиса «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови», сделать акцент на блоке «Установи контакт»	7 минут
Карточки «Лайк»	Ввести новый инструмент признания за хорошую работу в области улучшения сервиса	5 минут
Задания на «Контакт»	Провести практические задания на установление контакта	30 минут
Обзор и постановка целей	Сделать обзор результатов и достижений в области улучшения сервиса, поставить новые цели	5 минут
План на 3 недели	Рассказать участникам, что их будет ждать в ближайшие 3 недели	3 минуты





## Приветствие и введение

### Введение

- Поприветствуйте сотрудников
- Напомните всей команде о том, что уже сделано на данный момент: модель «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови» была введена... (добавьте нужное количество) недель назад
- Спросите сотрудников, что они помнят из основного тренинга, что они применяют на практике. Запишите ответы участников на листе флип чарта

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Жизненно важно, чтобы та энергия, с которой мы начали внедрение новой модели сервиса, не угасла и продолжала расти изо дня в день. Весь последующий месяц будет посвящён теме «Установи контакт». Мы будем накапливать знания и приобретать навыки в установлении взаимоотношений с покупателями. Следующий месяц посвящается теме «Вовлеки», после чего мы проведём месяц, акцентируя наше внимание на теме «Вдохнови»
- **Слова ведущего:** Для того, чтобы обучение принесло свои плоды мы будем следовать простым принципам: мы будем изучать новый материал небольшими порциями, мы будем повторять пройденный материал, мы будем отрабатывать полученные знания на практике, А ЕЩЁ мы будем получать УДОВОЛЬСТВИЕ от этого
- Расскажите участникам, как будет построены занятия на это неделе, в этом месяце, в этом квартале. Расскажите про основные и вспомогательные занятия

Connect  
to the person

Engage  
with a shared passion

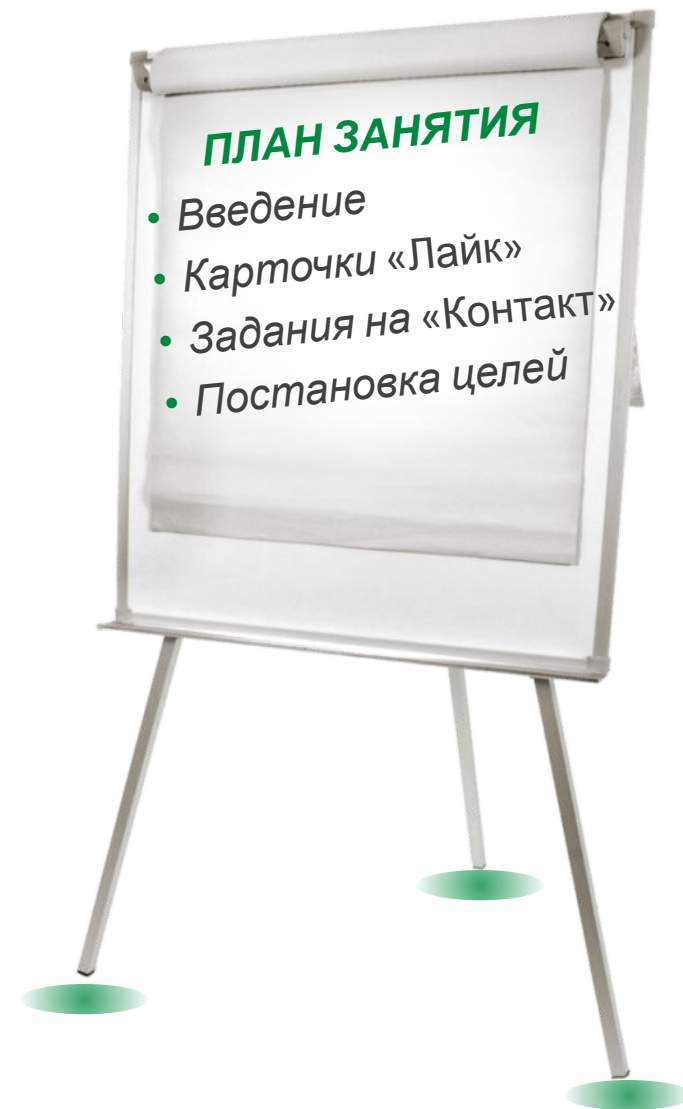
Inspire  
for today and tomorrow

adidas  
Bring it. Live it.



## Приветствие и введение (продолжение)

- **Слова ведущего:** Сегодня мы попрактикуемся устанавливать контакт с покупателями. Мы исследуем, как определить, насколько прочный контакт мы установили с покупателем
- **Слова ведущего:** Прежде чем мы приступим к первому занятию из части «Установи контакт», я бы хотел(а) познакомить вас с новым инструментом, которым мы будем пользоваться, – карточками «Лайк»
- Воодушевите сотрудников на использование нового инструмента – карточек «Лайк». Эти карточки должны мотивировать сотрудников поощрять друг друга за успехи в применении новой модели сервиса «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови»





## Знакомство с карточками «Лайк»

### Подготовка

- Распечатайте карточки «Лайк»
- Заполните 2-3 карточки, указав имена отличившихся сотрудников и их достижения. Подумайте, как сделать это так, чтобы вашим коллегам было действительно приятно

### Ключевые моменты

- Объясните, что карточки «Лайк» может использовать каждый сотрудник для поощрять своих коллег за успехи в применении новой модели сервиса «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови»
- **Слова ведущего:** Независимо от должности, мы все «Устанавливаем контакт – Вовлекаем – Вдохновляем». Важно выразить благодарность коллегам, отметить их успехи
- С помощью новых карточек «Лайк» похвалите 2х-3х человек из команды, например, за качественное обслуживание, отличную работу на складе или в зале магазина, помощь коллегам и др.
  - Выдайте сотрудникам по карточке и попросите заполнить и вручить её кому-то из своих коллег в конце этой недели. После получения карточки, адресат прикрепляет её кнопкой к доске персонала для всеобщего обозрения
- По желанию можно сказать сотрудникам, что в начале каждой недели вы будете просматривать все карточки на доске и выбирать лучшие. 3 счастливых получают небольшие призы на следующем основном занятии в начале следующего месяца (призы назначает менеджер магазина). Организуйте место, где будут зраниться пустые карточки, чтобы сотрудники имели к ним доступ (например, в обувной коробке)

\_\_\_\_\_ С НАМИ

Ты достиг успеха в повышении уровня сервиса на этапе

Установи контакт

Вовлеки

Вдохнови

Тебя заметил \_\_\_\_\_ СПАСИБО!





## Практическое задание: разговор в автобусе

### Описание процесса

- Объедините команду в две группы и постройте участников в две шеренги одинаковой длины. Эти шеренги представляют собой две стороны автобуса
- **Слова ведущего:** Вы все – пассажиры автобуса, не знакомые друг с другом. Люди в левой шеренге должны попросить у «пассажиров» из правой шеренги мобильный телефон, чтобы сделать международный звонок. У них есть 2 минуты, чтобы убедить собеседника, одолжить телефон
- По истечению 2 минут проанализируйте выполнение задания вместе с участниками. Задайте следующие вопросы (ответы запишите на лист флип чарта):
  - Кто был готов одолжить телефон, а кто нет?
  - Какой подход сработал, а какой нет?
  - Кто из участников сначала установил более тесный контакт, прежде чем попросить телефон? Как это повлияло на результат?
  - Какие выводы можно сделать из этого задания? Что нужно делать по-другому для установления более тесного контакта с покупателем?

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Наладить более тесный контакт – очень важно. Если установить взаимоотношения с людьми прежде чем приступить к делу, то уровень доверия возрастает. Важно действовать прямо и честно. Люди по-разному идут на контакт. Иногда им нужно больше времени, чтобы установить какие-то взаимоотношения





## Практическое задание: установление контакта

### Практика (продолжение)

- Повторите игру, но теперь участники из левой шеренги становятся покупателями, а участники из правой – продавцами
- «Покупатели» прохаживаются по комнате, как будто только что пришли в магазин
- Участники из правой шеренги должны постараться установить более тесный контакт с «покупателем», прежде чем задавать вопросы, касающиеся покупок
- Игра продолжается 2 минуты
- По истечению 2 минут проанализируйте выполнение задания вместе с участниками. Задайте следующие вопросы (запишите ответы на листе флип чарта):
  - О чём вы разговаривали? Какие вопросы задавал «продавец»?
  - Что произошло, когда был установлен более тесный контакт?
  - Что сработало? А что нет? (запишите ответы на листе флип чарта)

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Люди больше склонны доверять, если установлен более тесный контакт, прежде чем продавец приступает непосредственно к продаже. Доверие лежит в основе долгосрочных взаимоотношений
- **Слова ведущего:** Давайте обсудим, как выбрать правильный подход в установлении контакта с разными покупателями?





## Подстройка под стиль общения покупателя

### Обсуждение

- Попросите участников поделиться своим опытом установления контакта с разными типами покупателей после прохождения основного тренинга
- Запишите на лист флип чарта, как им удастся определить стиль общения и подобрать нужные слова

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Подведя итоги этого задания, давайте обозначим три ключевых момента: будьте собой, будьте внимательны, будьте гибкими и подстраивайтесь под стиль общения покупателя
  - Будьте собой и помните, какой стиль общения вы обычно выбираете, (с некоторыми покупателями он может сработать, но не со всеми)
  - Будьте внимательны и учитывайте вербальные и невербальные сигналы, исходящие от покупателя.
  - Будьте гибкими и общайтесь в стиле покупателя: научитесь отвечать на стиль общения покупателя похожим стилем (если они спрашивают прямо, отвечайте прямо; если они колеблются, тоже изображайте колебание)
- Спросите у участников, какие вербальные и невербальные проявления есть у разных типов покупателей (пантера, сова, павлин, дельфин)
- **Слова ведущего:** Мы будем продолжать развивать навыки установления контакта в течение последующих трёх недель, выполняя новые задания и участвуя в ролевых играх

- ✓ Будь собой
- ✓ Будь внимателен
- ✓ Будь гибким







## Постановка целей

### Подготовка

- Подготовьте цели по KPI на текущий месяц

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** С помощью новой модели сервиса можно многого добиться. Каждый месяц мы будем ставить себе новые цели и отслеживать результаты – это позволит оценить, насколько эффективно мы используем новую модель сервиса. Давайте вместе обозначим цели и поставим перед собой задачи для их достижения к концу месяца
- Поделитесь результатами продаж за последний месяц и последнюю неделю. Обозначьте еще раз план продаж на месяц. Запишите текущие результаты и цели на листе флип чарта
- Спросите участников, что влияет на повышение конвертации, и как новая модель сервиса, а особенно блок «Установи контакт» может способствовать достижению поставленных целей по конвертации. Запишите ответы
- Спросите, что именно нужно сделать, чтобы этого достичь? Попытайтесь добиться наиболее простых и реализуемых ответов и запишите их на доске. Например, нам нужно приветствовать каждого покупателя и с каждым устанавливая более тесный контакт или каждый член команды должен минимум раз в неделю вручить коллеге карточку «Лайк»
- **Слова ведущего:** Мы вернёмся к этим целям ещё раз, чтобы убедиться, что мы на верном пути (сохраните записи, сделанные на доске)

	ЦЕЛЬ в прошлом месяце	РЕЗУЛЬТАТ в прошлом месяце	ЦЕЛЬ в текущем месяце
ПРОЖАДИ			
ПРОДАЖИ обуви %			
КОНВЕРТАЦИЯ			
UPT			



## Обзор предстоящих занятий и завершение

### Ключевые моменты

- В этом месяце мы сосредоточимся на теме «Установи контакт» и будем устанавливать контакт с каждым покупателем, который заходит в наш магазин – задавая вопросы, учитывая стиль общения, который ему подходит
- Мы будем встречаться каждую неделю по 15 минут, чтобы углублять знания и формировать навыки общения с покупателями. Каждая встреча будет посвящена своей теме:
  - **2 неделя:** с каких фраз лучше начинать общение с разными типами покупателей
  - **3 неделя:** как применять разные стили общения с покупателями
  - **4 неделя:** как использовать сезонные активности (время года, праздники, события) для установления контакта с покупателем
- Поблагодарите команду за участие в первом занятии из серии «Установи контакт» и расскажите, какие темы будут на следующих встречах в этом месяце





# КОРОБКА №1

Установи контакт

НЕДЕЛЯ

2

Вспомогательное занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА

adidas

GROUP



## Приветствие и введение

### Подготовка

- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на доске персонала, выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)

### Признание

- Искренне поприветствуйте сотрудников
- **Слова ведущего:** Во время основного занятия по теме «Установи контакт» мы познакомились с карточками «Лайк». Пожалуйста, поднимите руку, если вы уже заполняли такую карточку. Замечательно! Давайте поблагодарим друг друга за хорошую работу нашей команды
- Сообщите сотрудникам, что вы выбрали несколько карточек, зачитайте их, поблагодарите адресатов (по желанию, можно наградить их призами)

### Основные моменты

- **Слова ведущего:** На прошлом занятии мы тренировались устанавливать более тесный контакт с незнакомцами в автобусе и покупателями в нашем магазине. Что важного мы вынесли из этой игры?
- **Слова ведущего:** Установление взаимоотношений способствует росту доверия покупателя и помогает произвести правильное первое впечатление. Стиль общения продавца необходимо подстроить под стиль общения покупателя
- **Слова ведущего:** Сегодня мы будем тренироваться производить первое впечатление, правильно подбирая слова, чтобы «растопить лёд» между продавцом и покупателем

\_\_\_\_\_ С НАМИ

Ты достиг успеха в повышении уровня сервиса на этапе

Установи контакт

Вовлеки

Вдохнови

Тебя заметил \_\_\_\_\_ СПАСИБО!





## Практическое задание: первые слова

### Подготовка

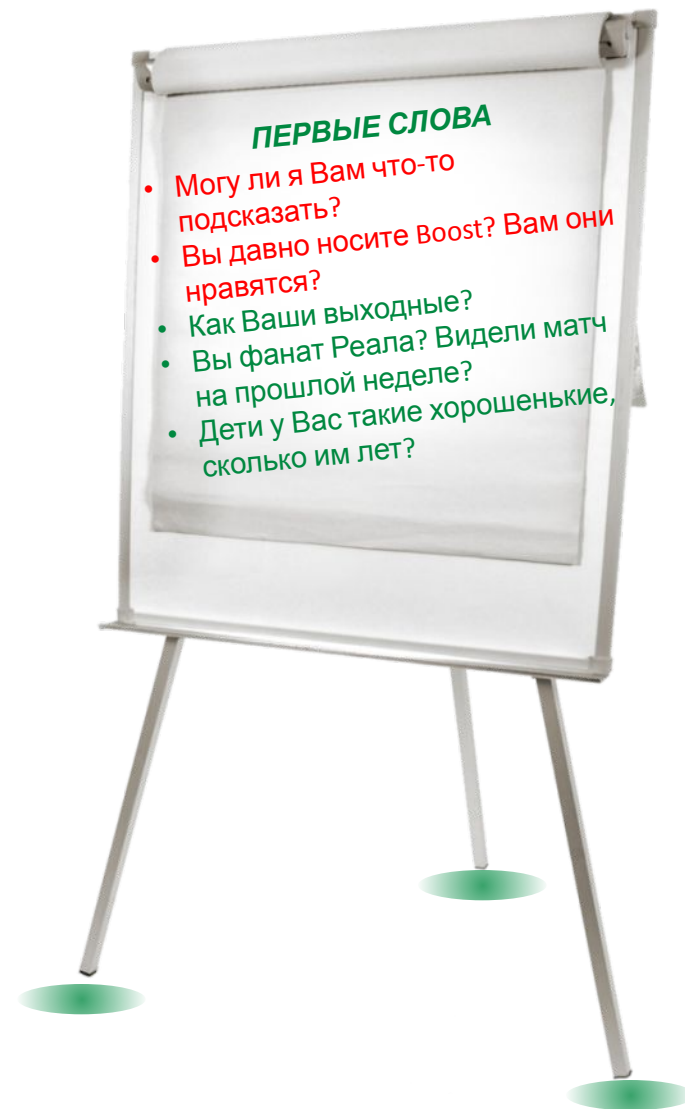
- Подготовьте лист флип чарта для записей и принесите маркеры двух разных цветов
- Для второй части задания вам понадобится мячик

### Обсуждение

- **Слова ведущего:** Есть ли среди вас те, кому бывает трудно начать разговор? Ну, если честно? Какие первые слова вы обычно произносите?
- Запишите ответы на доске. Ответы из области **покупок** (относятся к adidas) выделите **одним цветом**, ответы из области **светской беседы** (не относящиеся к adidas) выделите **другим цветом**.
- Спросите сотрудников, что могут означать разные цвета. **Первый** цвет – это вопросы, утверждения из области продаж и покупок. Например, «Я вижу, Вам понравилась наша новая футболка ClimaChill. Вы носили такую раньше?».  
**Второй** цвет – это вопросы, утверждения для светской беседы. Например, «Как Ваши выходные?»
- **Слова ведущего:** Как понять, какой вопрос приятней будет услышать покупателю? Обратите внимание на язык жестов покупателя и постарайтесь угадать его стиль общения

### Практика

- **Слова ведущего:** Какие типы покупателей (пантера, дельфин, павлин, сова) предпочтут услышать сразу вопрос про продукцию? А каким будет приятно сначала поговорить о чём-то другом? Обсудите с соседом.
- Через две минуты попросите команду огласить свои ответы





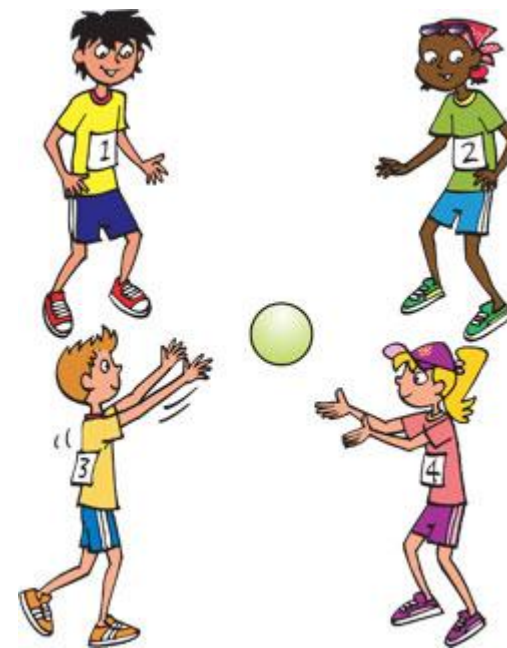
## Практическое задание: первые слова (продолжение)

### Ключевые моменты

- Подведите итоги: **Дельфины и Павлины** более открыты, и им легче поделиться эмоциями и личной информацией. С ними, скорее всего, будет проще установить контакт, начав **светскую беседу**. **Пантеры и совы** отличаются большей строгостью в общении и реже делятся личной информацией. С ними, возможно, будет легче наладить контакт, задавая вопросы, касающиеся возможных **покупок**
- **Слова ведущего:** Если определить тип покупателя сложно, попробуйте любую тактику. Лучше начать разговор, чем не делать ничего!

### Практика

- **Слова ведущего:** Теперь давайте потренируемся начинать общение с покупателями с вопроса или утверждения из области покупок или светской беседы. Давайте объединимся в круг (при необходимости объедините их в более мелкие группы)
- **Начинает ведущий:** берёт в руки мяч и произносит тип покупателя (пантерея, сова, павлин или дельфин). Затем, он(а) выбирает другого участника и бросает ему/ей мяч
- **Получив мяч,** участник должен произнести фразу на установление контакт, подходящую этому типу (из сферы **покупок** или **светской беседы**). Затем он становится ведущим и называет тип покупателя, кидая мячик другому участнику. Игра продолжается до тех пор, пока вся команда не поучаствует в обмене фразами, или дольше для большей тренировки!



Павлин!

Отличная  
татуировка,  
давно  
сделали?



## Подведение итогов

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Установление взаимоотношений способствует росту доверия покупателя и помогает произвести правильное первое впечатление
- **Слова ведущего:** Учитывая особенности четырёх стилей общения, легче найти нужный подход при установлении первого контакта. Сова и Пантеры, чаще всего, предпочтут обсуждение покупок, тогда как Дельфины и Павлины скорее откликнутся на светский разговор
- **Слова ведущего:** Главное – начать строить взаимоотношения как можно быстрее. Лучше попробовать, чем ничего не сказать
- **Слова ведущего:** Пожалуйста, на этой неделе попробуйте разные подходы (светскую беседу и вопросы о покупках), когда будете устанавливать контакт с покупателями. Мы продолжим эту тему на следующей неделе
- Попросите участников использовать карточки «Лайк», если они заметят, что их коллеги успешно продвинулись в установлении контакта с покупателями
- Поблагодарите сотрудников за участие и пожелайте им хорошего дня!
- Обозначьте дату следующей встрече



# КОРОБКА №1

Установи контакт

НЕДЕЛЯ

3

Вспомогательн  
ое занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА

adidas

GROUP



## Приветствие и введение

### Подготовка

- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на доске персонала, выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)

### Признание

- Искренне поприветствуйте сотрудников
- **Слова ведущего:** Я вижу, что вы активно используете карточки «Лайк» и это здорово! Давайте начнем наше собрание с того, что отметим тех сотрудников, которые успешно применяют полученные знания на практике и устанавливают контакт с покупателями
- Сообщите сотрудникам, что вы выбрали несколько карточек, зачитайте их, поблагодарите адресатов (по желанию, можно наградить их призами). Объясните, почему выбрали именно эти карточки

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** На прошлой неделе мы обсуждали, как устанавливать более тесный контакт с покупателями. Что вы помните из предыдущего занятия? Когда вы устанавливаете контакт с покупателем, важно обращать внимание на вербальные и невербальные сигналы. Люди быстрее откликаются, если мы подстраиваемся под их стиль общения. Например, попытайтесь думать и действовать как Пантера, если общаетесь с покупателем-Пантерой
- **Слова ведущего:** Сегодня мы будем тренироваться подстраивать свой стиль общения под покупателя, чтобы установить более тесный контакт. Но сначала, давайте освежим в памяти, в чем различие между разными типами покупателей

\_\_\_\_\_ С НАМИ

Ты достиг успеха в повышении уровня сервиса на этапе

Установи контакт

Вовлеки

Вдохнови

Тебя заметил \_\_\_\_\_ СПАСИБО!





## Практическое задание: определение типа покупателя

### Подготовка

- Купите 4 вида конфет в разноцветной обёртке: каждая конфета должна быть обернута в отдельный цветной фантик (можно использовать любые 4 цвета). Всего конфет должно быть по количеству участников
- Подготовьте лист флип чарта для записей, как показано на рисунке справа, используя имеющиеся у вас цвета

### Практика

- **Слова ведущего:** Давайте потренируемся распознавать стиль общения, когда покупатель ещё только входит в магазин (до того, как вы начали с ним разговор). Это нужно, чтобы повторить особенности каждого из четырёх стилей
- Участники выбирают конфету. В зависимости от цвета фантика они должны ответить на соответствующий вопрос, например, синий – ответьте на вопрос «Как распознать дельфина?»
- Несколько примеров возможных ответов: **Синий (Дельфин)** – они входят медленно, стараясь определить, в каком направлении двигаться. **Красный (Пантера)** – они следуют целенаправленно в определённую зону магазина. **Зелёный (Павлин)** – они одеваются в яркие цвета или в необычном стиле. **Жёлтый (Сова)** – они сначала изучат цену/этикетку/преимущества, прежде чем обратят внимание на привлекательный вид товара

### Подведение итогов

- **Слова ведущего:** Язык тела и жестов может дать ключ к пониманию, какой стиль общения предпочитает покупатель. Дальнейший разговор поможет подтвердить наши догадки



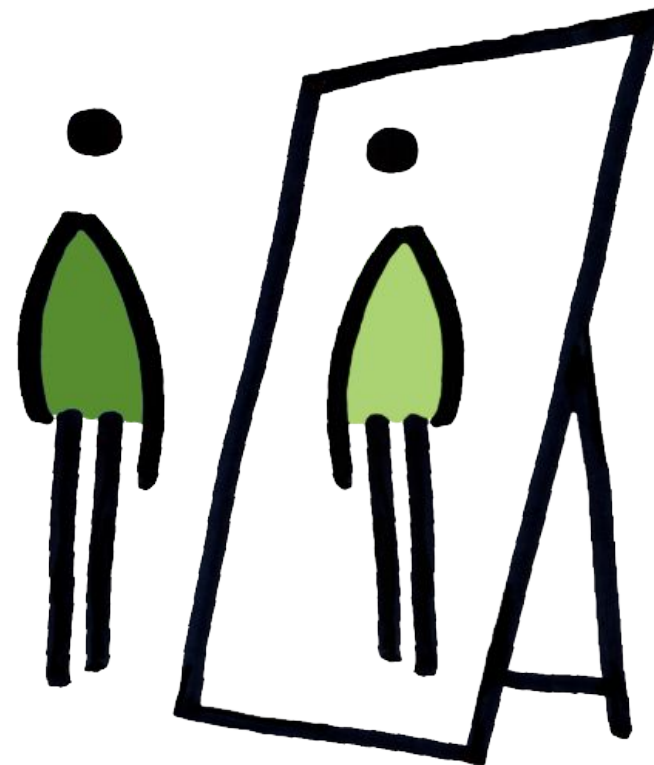




## Практическое задание: определение типа покупателя

### Практика

- **Слова ведущего:** А теперь давайте потренируемся подстраиваться под стиль общения покупателя. Объединитесь в 2 группы
- 1я группа становится покупателями. Попросите каждого участника выбрать любой стиль общения, который они будут демонстрировать, и придумать себе легенду (зачем они пришли в магазин). Например, Дельфин ищет подарок на 8 марта
- 2я группа – это продавцы, которым необходимо Установить более тесный контакт с покупателем. Продавцы должны «стать зеркалом», то есть копировать стиль покупателя. Например:
  - Если покупатель говорит тихо, тоже говорите тихо
  - Если покупатель использует короткие предложения, вы тоже должны говорить короткими предложениями
  - Если покупатель делится личной информацией, выслушайте и поделитесь своей личной историей
  - Если покупатель защищает своё личное пространство, выбирает официальный тон, будьте более официальными
  - Если покупатель улыбается или много смеётся, смейтесь и улыбайтесь в ответ
- **Слова ведущего:** Не беспокойтесь, если вы не можете сразу определить стиль общения покупателя, просто наблюдайте и старайтесь быть как зеркало
- Через 1 минуту попросите участников поменяться партнёрами. Сделайте так три раза
- Затем попросите 1ю группу - стать продавцами, а 2ю – покупателями и придумать себе легенду. Проведите еще 3 раунда со сменой партнеров
- Каждый участник должен 3 раза побывать продавцом и 3 раза – покупателем

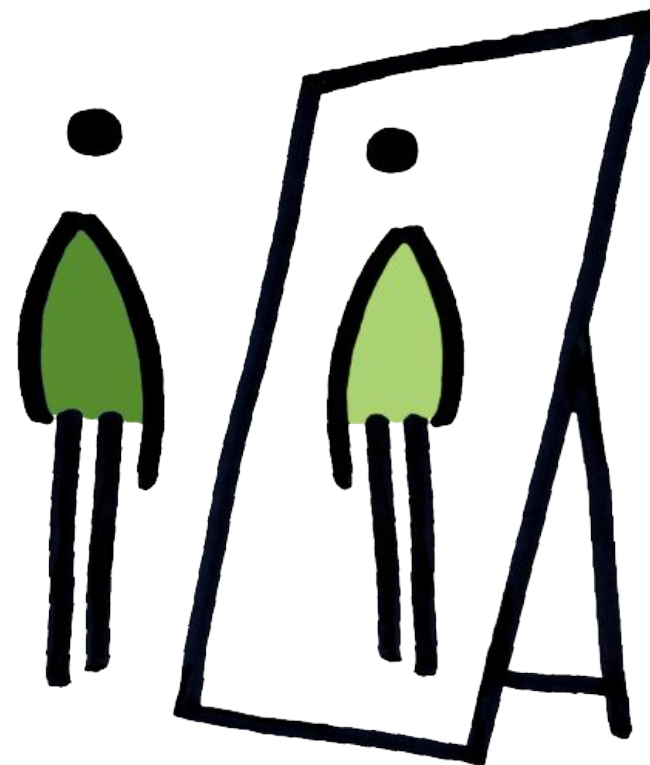




## Практическое задание: зеркало (продолжение)

### Подведение итогов

- Спросите участников, что у них получалось хорошо, а что бы вы сделали иначе в следующий раз?
- **Слова ведущего:** Важно учитывать вербальные и невербальные сигналы в общении с покупателями. Покупатели чувствуют себя комфортнее, если мы подстраиваемся под их стиль общения. Копировать стиль общения покупателя – это легкий способ установить контакт, который можно применить также во время этапов Вовлеки и Вдохнови, чтобы поддерживать контакт. Он особенно действенен, когда не сразу очевидно, к какому стилю можно отнести покупателя
- Поблагодарите участников за их вовлеченность, пожелайте хорошего дня
- Обозначьте дату следующей встречи





# КОРОБКА №1

Установи контакт

НЕДЕЛЯ

4

Вспомогательн  
ое занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА

adidas

GROUP



## Приветствие и введение

### Подготовка

- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на доске персонала, выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)

### Признание

- Искренне поприветствуйте сотрудников и воодушевите их на занятие
- Сообщите сотрудникам, что вы выбрали несколько карточек, зачитайте их, поблагодарите адресатов (по желанию, можно наградить их призами). Объясните, почему выбрали именно эти карточки

### Основные моменты

- **Слова ведущего:** На прошлой неделе мы вспоминали, чем отличаются разные стили общения и учились «отзеркаливать» разные стили. Кто пробовал делать то же самое в торговом зале? Что у вас получалось хорошо, а с чем были трудности?
- Позвольте участникам высказаться, запишите основные выводы на листе флип чарта
- **Слова ведущего:** Сегодня мы продолжим углублять наши знания в установлении контакта с покупателями, чтобы преодолевать любые трудности

\_\_\_\_\_ С НАМИ

Ты достиг успеха в повышении уровня сервиса на этапе

Установи контакт

Вовлеки

Вдохнови

Тебя заметил \_\_\_\_\_ СПАСИБО!





## Сезонные активности в установлении контакта

### Подготовка

- Напишите на листе флип чарта 3 заголовка: время года, праздники, события
- Убедитесь, что вы знаете, какие особые грядущие события в сферах спорта и музыки могут заинтересовать покупателей

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Сегодня наша встреча будет посвящена тому, как мы можем использовать рассказ о сезонных активностях в установлении контакта с покупателями. Само время года, праздники или особые события, которые проходят в это время – отличная тема для начала диалога с покупателем. Давайте подумаем, что же такого интересно происходит сейчас, в это время года?
- Попросите участников определить сезон, вспомнить ближайшие праздники и интересные события в городе/мире в области спорта и музыки. Запишите ответы на листе флип чарта:
  - Время года – весна, лето, осень или зима?
  - Праздники – например, 8 марта, масленица, новый год (зависит от времени года)
  - Особые события: марафоны, фестивали, чемпионаты, выставки, ярмарки

Время года?  
Праздники?  
Особые события?



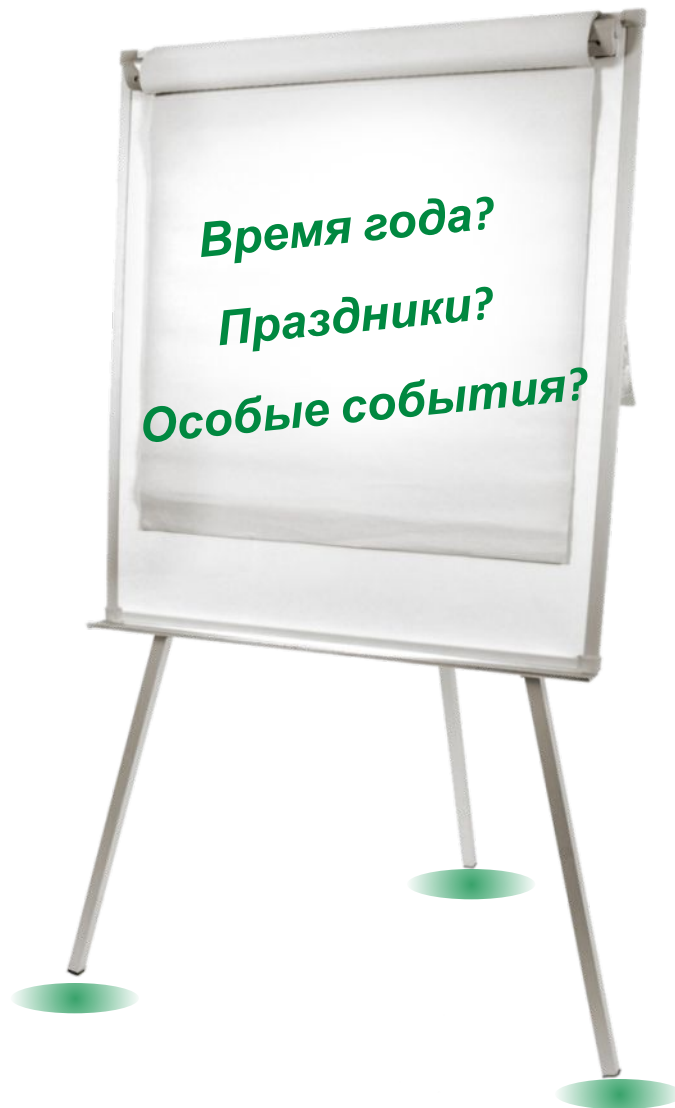
## Практическое задание: сезонные активности в установлении контакта

### Практика

- Объедините участников в пары и попросите придумать 3 фразы для установления контакта с покупателями, начиная разговор о времени года, приближающихся праздника или особых событиях. Например:
  - На выходных обещают отличную весеннюю погоду – хороший повод заняться спортом на открытом воздухе!
  - Впереди длинные праздники, какому вы уже выбрали подарки?
  - Вижу, вы увлекаетесь футболом. За кого будете болеть в финале чемпионата?
- Дайте участникам 5 минут на то, чтобы подготовить свои примеры на каждую тему. Попросите их озвучить ответы и запишите лучшие по мнению группы на флип чарт

### Подведение итогов

- **Слова ведущего:** помните, что установление контакта позволяет растопить лёд между собеседниками. Всегда стремитесь определить тип покупателя, с которым вы общаетесь, и на протяжении всей продажи подстраивайтесь под его стиль общения. Нет универсального способа установить более тесный контакт с покупателем – это всегда зависит от самого покупателя и ситуации. Но правила, которые мы рассмотрели в течение месяца помогут вам в этом. Находите интересные и нестандартные способы для начала общения с покупателем – это вызывает эмоции!
- **Слова ведущего:** В этом месяце мы сделали акцент на теме «Установи контакт». В следующем месяце мы будем изучать второй этап новой модели сервиса – «Вовлеки». Буду рад(а) видеть вас на следующей неделе на основном занятии по теме «Вовлеки»!



# КОРОБКА №1



## ВОВЛЕКИ

РУКОВОДСТВО ДЛЯ  
ТРЕНЕРА

## Введение

### Ключевые моменты

- Этот месяц посвящается теме «Вовлеки»
- В течение 4 недель вы со своими сотрудниками будете сфокусированы на том, как вовлекать покупателя в общение и выбор товара:
  - **1 неделя:** особенности вербального и невербального общения; введение «Карточек с фактами»
  - **2 неделя:** эмоциональные вопросы для выявления увлечений покупателей
  - **3 неделя:** как подобрать интересные факты, соответствующие увлечениям покупателей
  - **4 неделя:** как поддерживать разговор с покупателями, используя сезонные активности (время года, праздники, события)
- В течение каждой недели вам необходимо наблюдать за своими сотрудниками в торговом зале и давать им обратную связь, чтобы они закрепили новые знания на практике
- Проводите основные и вспомогательные занятия в соответствии с расписанием таким образом, чтобы каждый член команды в течение недели смог принять участие в занятиях







# КОРОБКА №1

Вовлеки

НЕДЕЛЯ

1

Основное  
занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА

adidas

GROUP



## Основное занятие: обзор и подготовка

- Заранее подготовьтесь к проведению встречи и подготовьте дополнительные материалы, следуя инструкциям к каждому заданию
- Проверить наличие необходимого количества стикеров, листов для флип чарта, маркеров, ручек и бумажного скотча
- Распечатайте несколько «Карточек с фактами» для участников
- Совет: подумайте, как можно сделать это занятие особенным для участников. Всё должно проходить интересно, энергично, в непринуждённой атмосфере. Лучше задействовать весь административный состав, чтобы наилучшим образом вдохновить сотрудников на углубление своих знаний

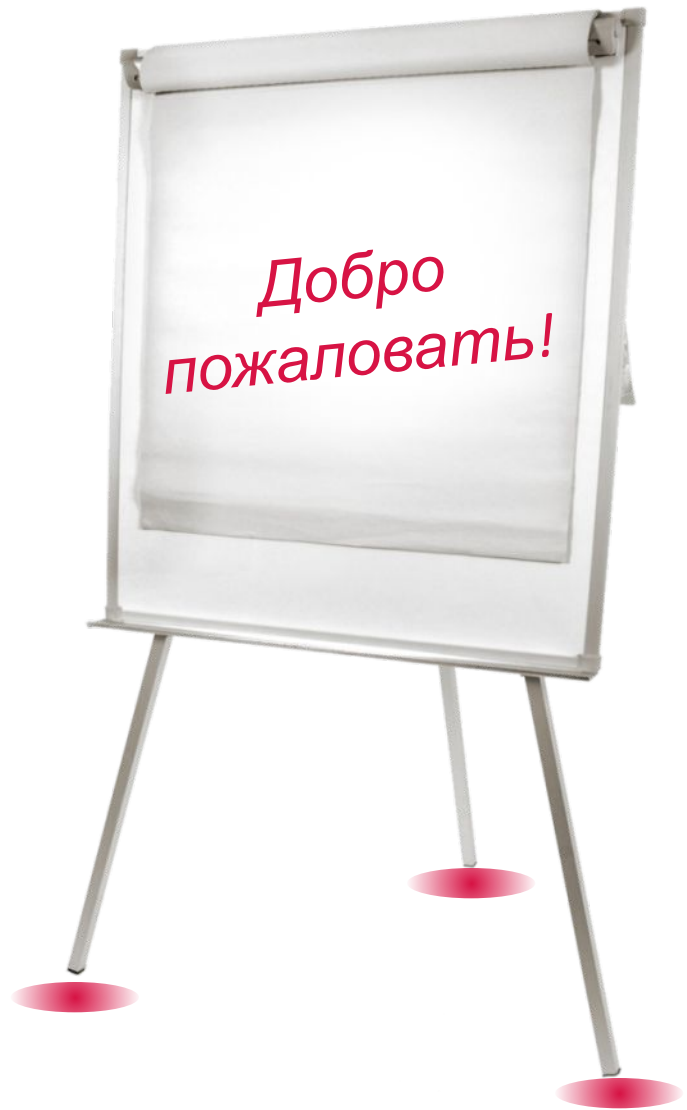
Тема	Цель	Время
Приветствие и введение	Поприветствовать участников и ввести их в тему «Вовлеки»	2 минут
Карточки «Лайк»	Выделить успешных сотрудников и наградить их за хорошую работу в области улучшения сервиса	3 минуты
Задания на «Вовлеки»	Основы вербального и невербального общения; новый инструмент вовлечения покупателей в беседу «Карточки с фактами»; практика «рассказываем истории» разным типам покупателей с использованием «Карточек с фактами»	35 минут
Обзор и постановка целей	Сделать обзор результатов и достижений в области улучшения сервиса, поставить новые цели	8 минут
План на 3 недели	Рассказать участникам, что их будет ждать в ближайшие 3 недели	2 минут



## Приветствие и введение

### Ключевые моменты

- поприветствуйте участников и расскажите, что этот месяц будет посвящен теме «Вовлеки»
- Напомните команде о том, что было сделано к этому моменту: новая модель сервиса «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови» была введена ... (добавьте нужное количество) недель назад
- Подчеркните, какие произошли улучшения в обслуживании и показателях удовлетворенности покупателей, которые вы лично отметили с начала использования новой модели сервиса «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови». Сделайте так, чтобы команда гордилась своими достижениями
- **Слова ведущего:** Весь последующий месяц будет посвящен теме «Вовлеки». Мы будем накапливать знания и приобретать навыки. А ЕЩЕ мы продолжим получать УДОВОЛЬСТВИЕ от этого. Следующий месяц посвящается теме «Вдохнови». А сегодня мы поговорим об историях и о том, как они могут нам помочь **ВОВЛЕЧЬ** покупателей



*Добро  
пожаловать!*



## Признание

### Подготовка

- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на доске персонала, выберите 3 сотрудников, которые достигли выдающихся успехов в применении новой модели сервиса за предыдущий месяц
- Подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников

### Признание

- **Слова ведущего:** Очень важно признавать заслуги друг друга, а также праздновать наши маленькие победы всем вместе. Как вы знаете, в начале каждого месяца я буду награждать 3 сотрудников, которых вы сами выделили с помощью карточек «Лайк» за последние 4 недели
- Сообщите участникам, почему вы выбрали именно этих сотрудников и наградите их призами

\_\_\_\_\_ С НАМИ

Ты достиг успеха в повышении уровня сервиса на этапе

Установи контакт

Вовлеки

Вдохнови

Тебя заметил \_\_\_\_\_ СПАСИБО!





## Введение карточек с фактами

### Подготовка

- Распечатайте и разрежьте «Карточки с фактами». Эти карточки с историями о нашем бренде и продукте помогут развить презентационные навыки сотрудников и вовлечь покупателей в общение с за счет интересных историй, фактов и новостей.

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** История нашей компании богата интересными фактами, которые касаются и создания adidas, и её продукции, и инновационных разработок, и атлетов, и спортивных событий. Давайте подумаем, как мы можем использовать эти факты в работе с покупателями?
- **Слова ведущего:** У нас есть «Карточки с фактами», с каждой «Коробкой знаний» вы будете получать новую порцию карточек. Информация на карточках дана в краткой, сжатой форме – запомнить её не трудно. На наших встречах мы будем изучать интересные факты, а затем использовать их в работе с покупателями.
- Покажите «Карточки с фактами». Прочтите одну карточку. Наша задача – расширить знания членов команды
- **Слова ведущего:** Используйте карточки, чтобы **ВОВЛЕЧЬ** покупателей, делитесь интересными фактами с покупателями. Все задания на этой неделе будут посвящены «Карточкам с фактами» и тому, как ими можно пользоваться
- Необходимо, следуя инструкции по использованию «Карточек с фактами», внедрить их повседневную работу сотрудников





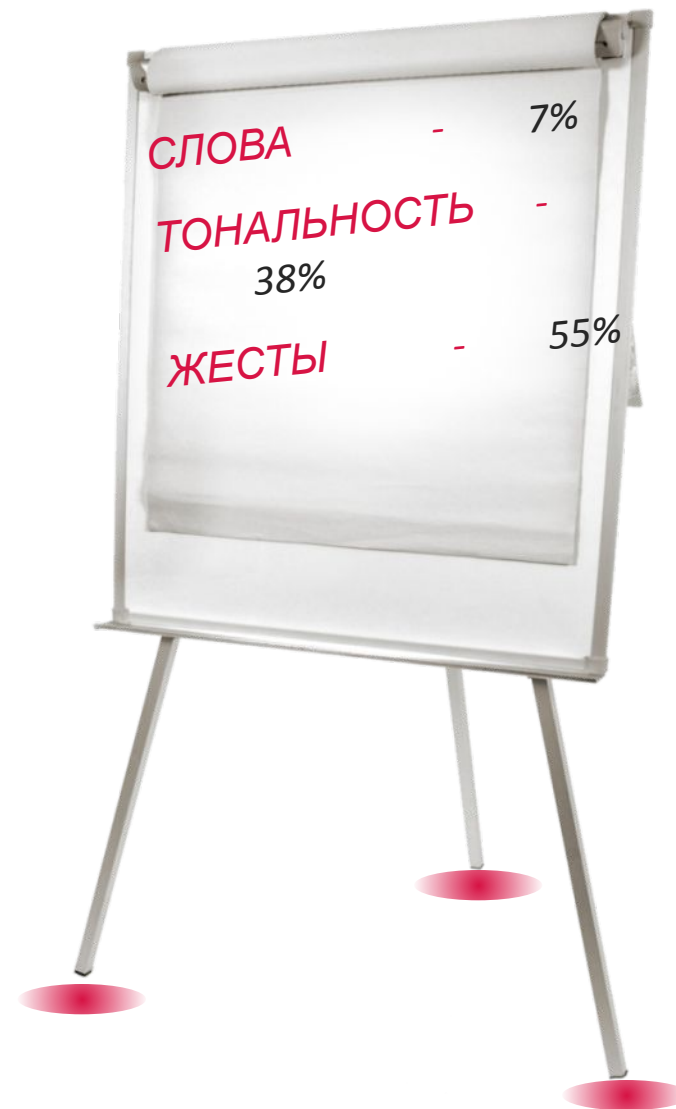
## Вербально и невербальное общение

### Подготовка

- Подготовьте три стикера и напишите на первом – «язык тела», на втором – «слова» и на третьем – «тон голоса».
- Подготовьте ещё три стикера и напишите на первом – 7%, на втором – 38% и на третьем – 55%.
- Принесите «Карточки с фактами»

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Что является ключевым в умении рассказать историю? Правильно подобранные слова? Или тон нашего голоса? Или язык жестов?
- Прикрепите три стикера со словами и три стикера с цифрам к листу флип чарта вразброс
- **Слова ведущего:** Как эти проценты соотносятся с умением рассказывать? Что они означают? Насколько процентов важен язык тела, слова и голос, чтобы рассказ получился действительно хорошим? Почему?
- Определите процентное соотношение для каждой категории
- **Слова ведущего:** Во время общения собеседник уделяет 7% своего внимания словам, 38% - тону голоса, 55% - языку тела! Почему нам так важен язык тела и тон голоса?
- Позвольте участникам обсудить услышанное и, по необходимости, направляйте дискуссию





## Вербально и невербальное общение (продолжение)

- **Слова ведущего:** В каменном веке люди не использовали слов потому, что языки тогда не существовали, но тон голоса, мимика и жесты могли подсказать - друг это или враг
- Покажите пару примеров, чтобы была понятна разница: Расскажите что-нибудь, не меняя тона голоса и не двигаясь. Используйте много слов, расскажите, например, что вы делали в выходные
- Спросите команду, как им понравился рассказ. Примерные ответы и выводы: «Было скучно! Отключились и стали думать о своём. Это совсем не то, чего мы хотим добиться с покупателями!»
- Расскажите ту же историю, но в этот раз меняйте тон, жестикулируйте руками, используйте телодвижения и мимику, чтобы донести мысль до слушателя, показывайте эмоции
- Спросите команду, как им понравился рассказ. Примерные ответы и выводы: «Было интересно, хотели ещё послушать, узнать поподробнее».
- **Слова ведущего:** Эмоции помогают продавать! Это именно то, что нам нужно во взаимодействии с покупателями! А теперь потренируем рассказывать истории эмоционально...





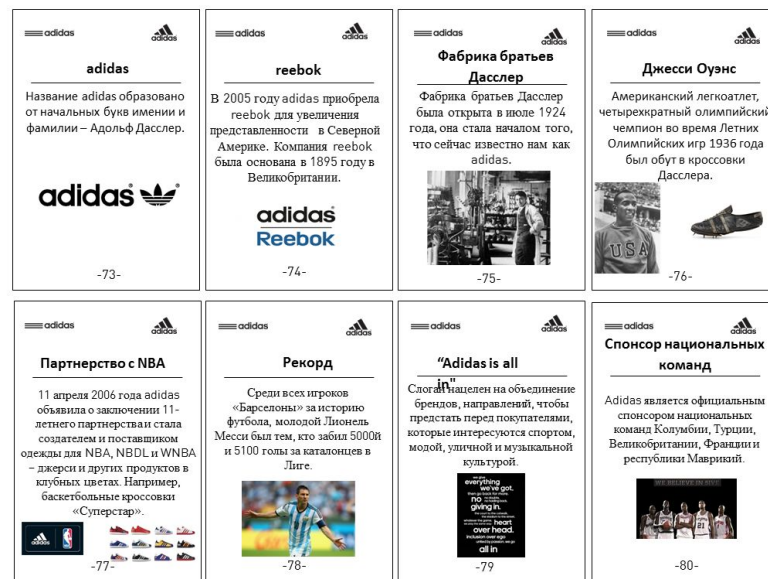
## Практическое задание: рассказываем истории

### Подготовка

- Подготовьте «Карточки с фактами»

### Ключевые моменты

- Это задание позволит участников потренировать в использовании тона голоса и языка тела при рассказе историй
- Отберите «Карточки с фактами», которые касаются товара в вашем магазине, и раздайте каждому участнику по 1 штуке
- Попросите участников по очереди пересказать факт/историю из карточки, используя тон голоса и жесты
- Затем объедините участников в пары, распределите роли в парах (пантера + дельфин, сова + павлин). Попросите одного из партнёров в паре сыграть роль покупателя, а другого – роль продавца магазина. Покупатель должен поинтересоваться продукцией, которая каким-то образом связана с информацией в карточке. Продавец должен использовать прочитанный ранее факт/историю, чтобы **ВОВЛЕЧЬ** покупателя в беседу о бренде и продукте
- Напомните продавцам, что нужно задавать открытые, уточняющие вопросы, чтобы узнать побольше о покупателе
- Попросите участников поменяться ролями (продавец и покупатель) и проведите еще один раунд ролевой игры
- **Слова ведущего:** Интересные истории/факты увеличивают продажи! Когда мы делимся информацией о нашей продукции или истории компании, мы можем **ВОВЛЕЧЬ** покупателя в беседу и помочь ему выбрать правильный товар, наилучшим образом удовлетворив его желания! Карточки с фактами будут находиться в \_\_\_\_\_. Активно используйте истории/факты при взаимодействии с покупателями на этой неделе







## Постановка целей

### Подготовка

- Подготовьте цели по KPI на текущий месяц

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Как вы знаете, каждый месяц мы ставим себе новые цели и отслеживать результаты – это позволит оценить, насколько эффективно мы используем новую модель сервиса. Давайте вместе обозначим цели и поставим перед собой задачи для их достижения к концу месяца
- Поделитесь результатами продаж за последний месяц и последнюю неделю. Обсудите, что помогало и мешало команде достигать поставленных целей. Запишите ответы на листе флип чарта
- Обозначьте еще раз план продаж на месяц. Запишите текущие результаты и цели на листе флип чарта
- Спросите участников, что влияет на повышение UPT, и как новая модель сервиса, а особенно блок «Вовлеку» может способствовать достижению поставленных целей по UPT
- **Слова ведущего:** Известно, что чем больше мы взаимодействуем с покупателем, тем больше они готовы приобрести. Как только мы установили контакт с покупателем, важно продолжать вовлекать его в беседу. Это позволит нам узнать больше об увлечениях покупателя и подобрать лучшие товары, которые удовлетворят его потребности. Все это мы делаем для того, чтобы покупатель почувствовал себя особенным
- **Слова ведущего:** UPT показывает, насколько хорошо мы вовлекаем покупателей в общение и выбор товаров. Давайте оценим наши достижения по UPT за прошлый месяц и поставим себе цель на этот месяц

	ЦЕЛЬ в прошлом месяце	РЕЗУЛЬТАТ в прошлом месяце	ЦЕЛЬ в текущем месяце
ПРОЖАДИ			
ПРОДАЖИ обуви %			
КОНВЕРТАЦИЯ			
UPT			



## Обзор предстоящих занятий

### Ключевые моменты

- В этом месяце мы сосредоточимся на теме «Вовлеки» и будем вовлекать в беседу каждого покупателя, который заходит в наш магазин – задавая вопросы увлечения и рассказывая истории о бренде и продукте
- Мы будем встречаться каждую неделю по 15 минут, чтобы углублять знания и формировать навыки общения с покупателями. Каждая встреча будет посвящена своей теме:
  - **2 неделя:** эмоциональные вопросы для выявления увлечений покупателей
  - **3 неделя:** как подобрать интересные факты, соответствующие увлечениям покупателей
  - **4 неделя:** как поддерживать разговор с покупателями, используя сезонные активности (время года, праздники, события)
- Поблагодарите команду за участие во втором основном занятии из серии «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови»
- Обозначьте дату следующей встречи
- **Слова ведущего:** Давайте использовать то, что мы узнали, в общении с нашими покупателями и отлично проведём эту неделю! В процессе работы обсудите с вашими коллегами из других групп, какие факты вы узнали на встрече



# КОРОБКА №1

Вовлеки

НЕДЕЛЯ

2

Вспомогательн  
ое занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА

adidas

GROUP



## Приветствие и введение

### Подготовка

- Подготовьте «Карточки с фактами»
- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на доске персонала, выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)

### Признание

- поприветствуйте участников и прочтите вслух карточки «Лайк», и поблагодарите отличившихся сотрудников. Спросите сотрудников, хотят ли они поблагодарить кого-нибудь из коллег и отметить их успехи

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Как вы знаете, в этом месяце мы фокусируемся на теме «Вовлеки». На прошлой неделе мы говорили о важности тона голоса и жестов при общении с покупателями. Кто применял новые знания на практике? Поделитесь своими успехами
- **Слова ведущего:** Теперь мы используем «Карточки с фактами» в работе с покупателями. Мы уже изучили несколько историй из карточек. Давайте посмотрим, что нового мы сможем узнать еще



Добро  
позаловать!



## Практическое задание: карточки с фактами

### Практика

- Попросите участников вытянуть по одной новой карточке с фактами (если группа небольшая, то попросите участников вытянуть по две карточки) и прочитать их по очереди в слух с выражением
- После того, как все зачитали свои «Карточки с фактами», соберите их у участников и раздайте им по 1 чистому листу бумаги. Попросите участников индивидуально записать дословно те факты, которые они запомнили
- По истечению 2 минут прочитайте еще раз «Карточки с фактами» и попросите участников отмечать в своих листочках те факты, которые они забыли записать. Определите сотрудников, которые записал все факты и поаплодируйте им
- Спросите участников, как можно использовать данные факты и истории при общении с покупателем

<p>adidas</p> <p><b>adidas</b></p> <p>Название adidas образовано от начальных букв имени и фамилии – Адольф Дасслер.</p> <p><b>adidas</b></p> <p>-73-</p>	<p>adidas</p> <p><b>reebok</b></p> <p>В 2005 году adidas приобрела reebok для увеличения представленности в Северной Америке. Компания reebok была основана в 1895 году в Великобритании.</p> <p><b>adidas Reebok</b></p> <p>-74-</p>	<p>adidas</p> <p><b>Фабрика братьев Дасслер</b></p> <p>Фабрика братьев Дасслер была открыта в июле 1924 года, она стала началом того, что сейчас известно нам как adidas.</p>  <p>-75-</p>	<p>adidas</p> <p><b>Джесси Оуэнс</b></p> <p>Американский легкоатлет, четырехкратный олимпийский чемпион во время Летних Олимпийских игр 1936 года был обут в кроссовки Дасслера.</p>  <p>-76-</p>
<p>adidas</p> <p><b>Партнерство с NBA</b></p> <p>11 апреля 2006 года adidas объявила о заключении 11-летнего партнерства и стала создателем и поставщиком одежды для NBA, NBDL и WNBA – джерси и других продуктов в клубных цветах. Например, баскетбольные кроссовки «Суперстар».</p>  <p>-77-</p>	<p>adidas</p> <p><b>Рекорд</b></p> <p>Среди всех игроков «Барселоны» за историю футбола, молодой Лионель Месси был тем, кто забил 50000 и 5100 голы за каталонцев в Лиге.</p>  <p>-78-</p>	<p>adidas</p> <p><b>“Adidas is all</b></p> <p>Слоган направлен на объединение брендов, направлений, чтобы предстать перед покупателями, которые интересуются спортом, модой, уличной и музыкальной культурой.</p>  <p>-79-</p>	<p>adidas</p> <p><b>Спонсор национальных команд</b></p> <p>Adidas является официальным спонсором национальных команд Колумбии, Турции, Великобритании, Франции и республик Маврикий.</p>  <p>-80-</p>



## Практическое задание: выявляем увлечения

### Практика

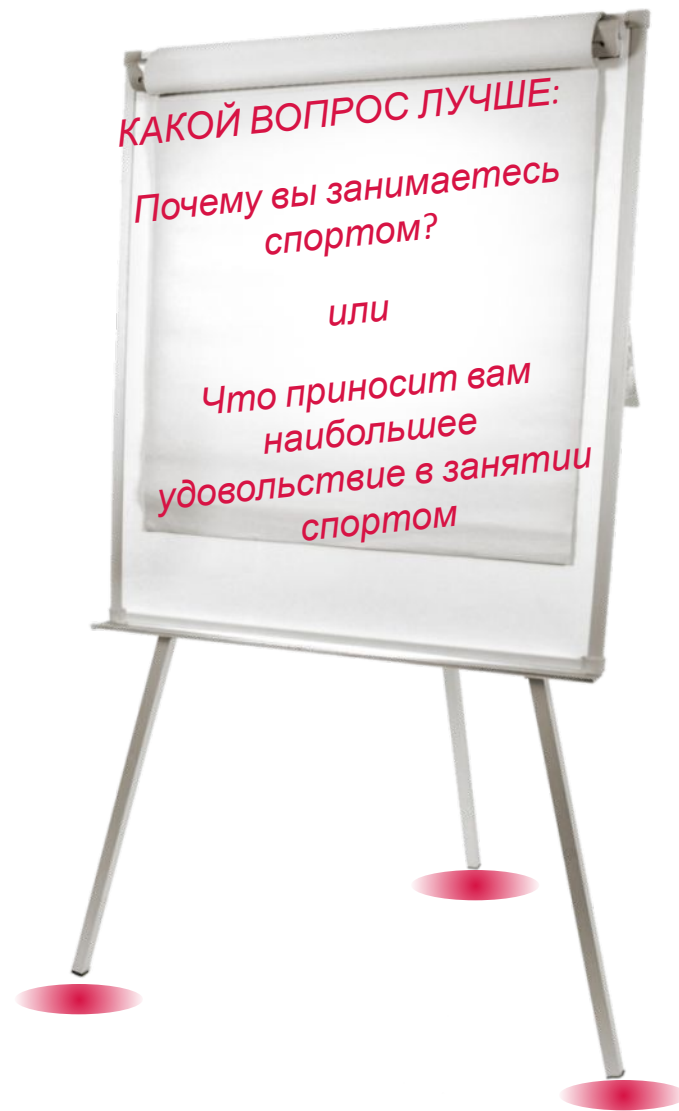
- **Слова ведущего:** Когда мы впервые изучали с вами тему **ВОВЛЕКИ**, мы говорили о том, что важно узнать у покупателя побольше о его увлечениях, задавая разные вопросы. Мы задавали **ОТКРЫТЫЕ** вопросы, чтобы узнать об их интересах, предпочтениях и т.д. Сегодня давайте потренируемся задавать **ОТКРЫТЫЕ** вопросы
- Разделите команду на группы по 3 человека в каждой. Один из членов группы будет продавцом, другой – покупателем, а третий – наблюдателем
- Попросите **покупателя** подумать о своём увлечении: виде спорта, другом любимом виде деятельности. Спросите, какие эмоции они испытывают, когда думают о своих увлечениях. Как правило – они всегда положительные
- У **продавца** есть только 2 **МИНУТЫ**, чтобы узнать об побольше об увлечении покупателя, задавая только **ОТКРЫТЫЕ** вопросы. Попросите задать такие вопросы, чтобы покупателю было приятно на них отвечать. Приведите пример вопросов одинаковых по сути, но разных по форме «Почему вы занимаетесь спортом?» или «Что приносит вам наибольшее удовольствие в занятии спортом?». Спросите, какой вопрос лучше и почему
- **Наблюдатель** должен следить за тем, чтобы все вопросы были **ОТКРЫТЫМИ**, то есть на них нельзя ответить просто **ДА** или **НЕТ**. Если наблюдатель отмечает ошибку, покупатель не может отвечать на вопрос, и продавец должен задать другой
- Через 2 минуты попросите участников поменяться ролями. Продолжайте, пока все члены группы не попробуют на себе все роли – продавца, покупателя и наблюдателя
- Спросите у участников, что получалось хорошо, а что бы они улучшили в следующий раз при работе с покупателями

КАКОЙ ВОПРОС ЛУЧШЕ:

Почему вы занимаетесь  
спортом?

или

Что приносит вам  
наибольшее  
удовольствие в занятии  
спортом





## Подведение итогов

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Задавать ОТКРЫТЫЕ вопросы не всегда легко. Но тяжело в учении — легко в бою! Не все вопросы должны быть ОТКРЫТЫМИ. ЗАКРЫТЫЕ вопросы, на которые отвечают ДА, НЕТ или дают односложный ответ, помогают уточнить информацию или что-то лучше понять. Но закрытые вопросы должны идти после открытых
- **Слова ведущего:** Информация об увлечениях покупателей помогает **ВОВЛЕКАТЬ** их в беседу. Мы можем лучше узнать клиентов и поддержать их **УВЛЕЧЕНИЯ** в спорте и интересы в моде, помогая выбирать нужные им товары. Мы все чем-то увлечены и получаем положительные эмоции, когда рассказываем об этом
- **Слова ведущего:** Потренируйтесь задавать ОТКРЫТЫЕ вопросы в течение недели и отметьте, получается ли у вас определить увлечения каждого обслуженного вами покупателя. Спасибо и давайте проведём отличную неделю
- Поблагодарите участников за их вовлеченность, пожелайте хорошего дня
- Обозначьте дату следующей встречи



# КОРОБКА №1

Вовлеки

НЕДЕЛЯ

3

Вспомогательн  
ое занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА





## Приветствие и введение

### Подготовка

- Подготовьте «Карточки с фактами»
- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на доске персонала, выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)

### Признание

- Поприветствуйте участников и прочтите вслух карточки «Лайк», и поблагодарите отличившихся сотрудников. Спросите сотрудников, хотят ли они поблагодарить кого-нибудь из коллег и отметить их успехи

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Как вы знаете, в этом месяце мы фокусируемся на теме «Вовлеки». На прошлой неделе мы познакомились с новыми «Карточками с фактами» и поговорили о том, как правильные вопросы об увлечениях могут вовлекать покупателя в разговор и дарить ему положительные эмоции. Кто применял новые знания на практике? Поделитесь своими успехами
- **Слова ведущего:** Сегодня мы продолжим изучать «Карточки с фактами» и потренируемся их использовать в работе с покупателями

Добро  
позаловать!



## Практическое задание: карточки с фактами

### Практика

- Попросите участников вытянуть по одной новой карточке с фактами (если группа небольшая, то попросите участников вытянуть по две карточки) и прочитать их по очереди в слух с выражением
- Объедините участников в круг. После этого начните ещё один раунд. Только теперь участники не подсматривают в карточки. Каждому участнику нужно вспомнить и произнести содержание своей карточки и карточки соседа слева от него
- Внимание! Первый участник вспоминает и проговаривает информацию только из карточки соседа (не проговаривает свою карточку), после чего вступает в игру следующий участник и проговаривает свою карточку и карточку соседа слева. В конце раунда последний игрок проговаривает информацию из своей карточки и карточки первого игрока
- Можно провести усложненную версию этого задания и попросить участников повторить информацию с карточек ВСЕХ сотрудников, озвучивших факты до них. Например, участник 1 начинает игру и кратко излагает информацию со своей карточки, участник 2 проговаривает свои факты и повторяет содержание карточки участника перед ним. Завершаем круг опять на первом участнике, который проговаривает информацию со всех карточек.
- Постарайтесь всё вспомнить и интересно провести время!





## Практическое задание: увлечения и факты

### Практика

- **Слова ведущего:** Не всегда уместно рассказывать историю, но при благоприятных обстоятельствах будет легко вспомнить интересный факт. Давайте подумаем, какие истории будут интересны рассказать покупателям с разными увлечениями
- Объедините участников в 2 команды и раздайте каждой команде по 1 листу бумаги
- Попросите каждую команду за 2 минуты написать 3-5 увлечений покупателей (бег, йога, танцы, музыка и т.д.)
- После этого попросите команды обменяться листами с увлечениями. В этом раунде задача каждой команды за 5 минут подумать, какие истории и факты из карточек будут уместны и интересны покупателям с такими увлечениями
- Через 5 минут попросите участников озвучить ответы

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Факты из истории компании помогают нам быть более **ВОВЛЕЧЁННЫМИ** в диалог с нашими покупателями и дают им возможность поближе нас узнать. Накопив достаточно фактов и историй в нашей памяти, мы сможем быстро вспомнить нужную интересную информацию, общаясь с покупателем. Важно чтобы история была уместна и вызывала эмоции у покупателя
- **Слова ведущего:** Спасибо! Задание на эту неделю – выучить все факты и истории, о которых мы говорили сегодня и применять их с покупателями
- Обозначьте дату следующей встречи





# КОРОБКА №1

Вовлеки

НЕДЕЛЯ

4

Вспомогательн  
ое занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА

adidas

GROUP



## Приветствие и введение

### Подготовка

- Подготовьте «Карточки с фактами»
- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на доске персонала, выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)

### Признание

- Поприветствуйте участников и прочтите вслух карточки «Лайк», и поблагодарите отличившихся сотрудников

### Ключевые моменты

- Слова ведущего:** Как вы знаете, в этом месяце мы исследуем, как узнать больше о наших покупателях и выявить, что их действительно увлекает. На прошлой неделе мы познакомились с новыми «Карточками с фактами» и поговорили об увлечениях покупателей. Кто применял новые знания на практике? Поделитесь своими успехами
- Слова ведущего:** Сегодня мы обсудим, как мы можем использовать сезонные активности для вовлечения наших покупателей и поддержание беседы



*Добро  
позаловать!*



## Практическое задание: поддерживаем разговор

### Подготовка

- Напишите на листе флип чарта 3 заголовка: время года, праздники, события
- Убедитесь, что вы знаете, какие особые грядущие события в сферах спорта и музыки могут заинтересовать покупателей
- Подготовьте небольшой мячик для игры

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Время года, праздники или особые события, которые проходят в это время – отличная тема для разговора с покупателем. Эти темы вызывают положительные эмоции. Давайте подумаем, что же такого интересно происходит сейчас, в это время года?
- Попросите участников определить сезон, вспомнить ближайшие праздники и интересные события в городе/мире в области спорта и музыки. Запишите ответы на листе флип чарта:
  - Время года – весна, лето, осень или зима?
  - Праздники – например, 8 марта, масленица, новый год (зависит от времени года)
  - Особые события: марафоны, фестивали, чемпионаты, выставки, ярмарки

### Практика

- **Слова ведущего:** Начать разговор очень важно и у нас есть много поводов для этого (записаны на листе флип чарта). Сейчас мы потренируемся с вами поддерживать разговор с покупателем
- Объедините участников в круг и возьмите мячик и объясните правила игры

Время года?  
Праздники?  
Особые  
события?



## Практическое задание: поддерживаем разговор

### Практика

- **Слова ведущего:** В первом раунде мы выберем тему **время года**. Начинает тот, у кого в руках мячик – он говорит первое предложение по заданной теме и добавляет «**И ЭТО ХОРОШО ПОТОМУ, ЧТО...**» Например: «Весной становится тепло **И ЭТО ХОРОШО ПОТОМУ, ЧТО** можно бегать на свежем воздухе»
- **Слова ведущего:** После этого участник передает мячик по часовой стрелке своему соседу. Задача соседа взять окончание фразы и добавить «**И ЭТО ХОРОШО ПОТОМУ, ЧТО...**». Например: «Бегать на свежем воздухе **ХОРОШО ПОТОМУ, ЧТО** можно взять с собой свою собаку...»
- Таким образом первый раунд завершается на том человеке, который его начал
- Во втором раунде попросите участников объединиться в пары. Один – покупатель, второй – продавец. Продавец начинает общение с покупателем – его задача поддержать беседу в течение 2 минут на тему **праздники**. Предложите продавцам начать общение с вопроса, например «Где вы планируете провести праздники?»
- В третьем раунде участники в парах меняются ролями: те, кто были продавцами становятся покупателями, покупатели – становятся продавцами. Теперь продавец начинает общение с покупателем, и его задача поддержать беседу в течение 2 минут на тему **особые события**
- Спросите участников, что у них получалось хорошо, а что бы они улучшили. Воодушевите их на поддержание разговора с покупателями

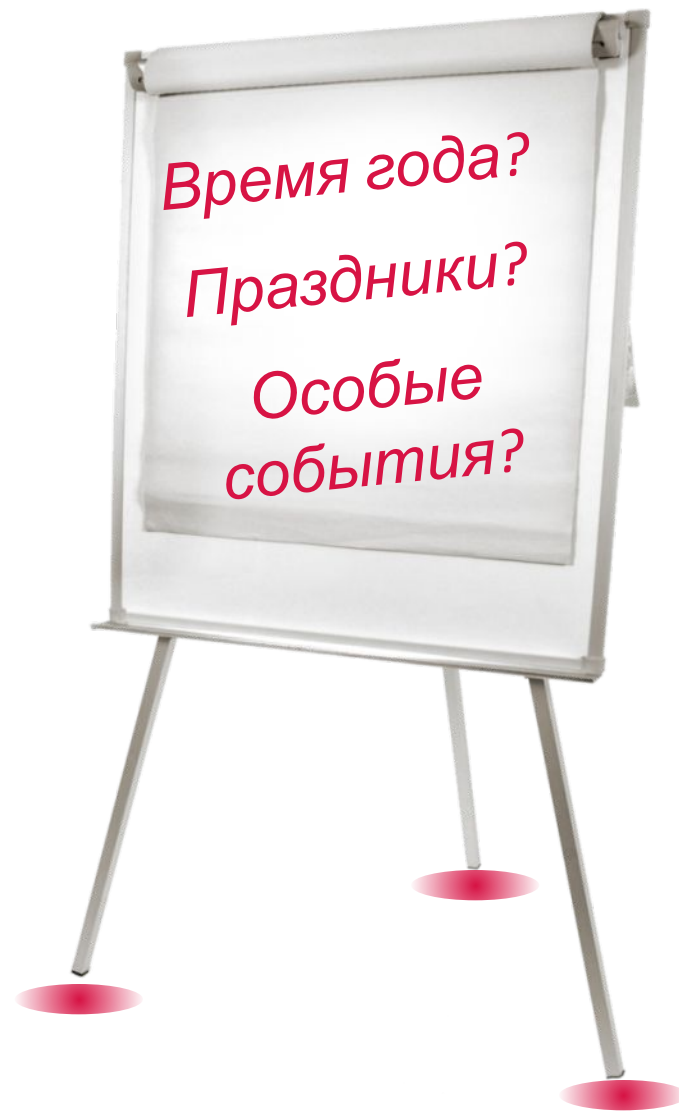
### Подведение итогов

- **Слова ведущего:** В этом месяце мы сделали акцент на теме «Вовлеки». В следующем месяце мы будем изучать третий этап новой модели сервиса – «Вдохнови». Буду рад(а) видеть вас на следующей неделе на основном занятии по теме «Вовлеки»!

Время года?

Праздники?

Особые  
события?





# КОРОБКА №1



МЕСЯЦ 3

---

## ВДОХНОВИ

---

РУКОВОДСТВО ДЛЯ  
ТРЕНЕРА



## Введение

### Ключевые моменты

- Этот месяц посвящается теме «Вдохнови»
- В течение 4 недель вы со своими сотрудниками будете сфокусированы на том, как вдохновлять се друг друга и покупателя:
  - **1 неделя:** создания «Доски вдохновения» - новый инструмент, который поможет вдохновлять покупателей и сотрудников
  - **2 неделя:** цели и увлечения сотрудников – их источник вдохновения
  - **3 неделя:** как вдохновить покупателей через разговор о их целях
  - **4 неделя:** сезонные активности, которые помогут вдохновить покупателей; подведение итогов программы
- В течение каждой недели вам необходимо наблюдать за своими сотрудниками в торговом зале и давать им обратную связь, чтобы они закрепили новые знания на практике
- Проводите основные и вспомогательные занятия в соответствии с расписанием таким образом, чтобы каждый член команды в течение недели смог принять участие в занятиях





# КОРОБКА №1

Вдохнови

НЕДЕЛЯ

1

Основное  
занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА



## Основное занятие: обзор и подготовка

- Заранее подготовьтесь к проведению встречи и подготовьте дополнительные материалы, следуя инструкциям к каждому заданию
- Проверить наличие необходимого количества стикеров, листов для флип чарта, маркеров, ручек и бумажного скотча
- Совет: подумайте, как можно сделать это занятие особенным для участников. Всё должно проходить интересно, энергично, в непринуждённой атмосфере. Лучше задействовать весь административный состав, чтобы наилучшим образом вдохновить сотрудников на углубление своих знаний

Тема	Цель	Время
Приветствие и введение	Поприветствовать участников и ввести их в тему «Вдохнови»	3 минуты
Карточки «Лайк»	Выделить успешных сотрудников и наградить их за хорошую работу в области улучшения сервиса	2 минуты
Задания на «Вдохнови»	Создать «Доску вдохновения»	30 минут
Обзор и постановка целей	Сделать обзор результатов и достижений в области улучшения сервиса, поставить новые цели	3 минуты
План на 3 недели	Рассказать участникам, что их будет ждать в ближайшие 3 недели	2 минуты



## Приветствие и введение

### Ключевые моменты

- поприветствуйте участников и расскажите, что этот месяц будет посвящен теме «Вовлеки»
- Напомните команде о том, что было сделано к этому моменту: новая модель сервиса «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови» была введена ... (добавьте нужное количество) недель назад
- Подчеркните, какие произошли улучшения в обслуживании и показателях удовлетворенности покупателей, которые вы лично отметили с начала использования новой модели сервиса «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови». Сделайте так, чтобы команда гордилась своими достижениями
- **Слова ведущего:** Весь последующий месяц будет посвящен теме «Вдохнови». Мы будем накапливать знания и приобретать навыки о том, как вдохновлять себя, друг друга и покупателей. Сегодня мы создадим новый инструмент, который будет наглядно демонстрировать, что вдохновляет нас. Но сначала, давайте подведем итоги прошлого месяца по карточкам «Лайк»

Добро  
пожаловать!



## Признание

### Подготовка

- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на доске персонала, выберите 3 сотрудников, которые достигли выдающихся успехов в применении новой модели сервиса за предыдущий месяц
- Подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников

### Признание

- Поприветствуйте участников
- **Слова ведущего:** Очень важно признавать заслуги друг друга, а также праздновать наши маленькие победы всем вместе. Как вы знаете, в начале каждого месяца я буду награждать 3 сотрудников, которых вы сами выделили с помощью карточек «Лайк» за последние 4 недели
- Сообщите участникам, почему вы выбрали именно этих сотрудников и наградите их призами

\_\_\_\_\_ С НАМИ

Ты достиг успеха в повышении уровня сервиса на этапе

Установи контакт

Вовлеки

Вдохнови

Тебя заметил \_\_\_\_\_ СПАСИБО!





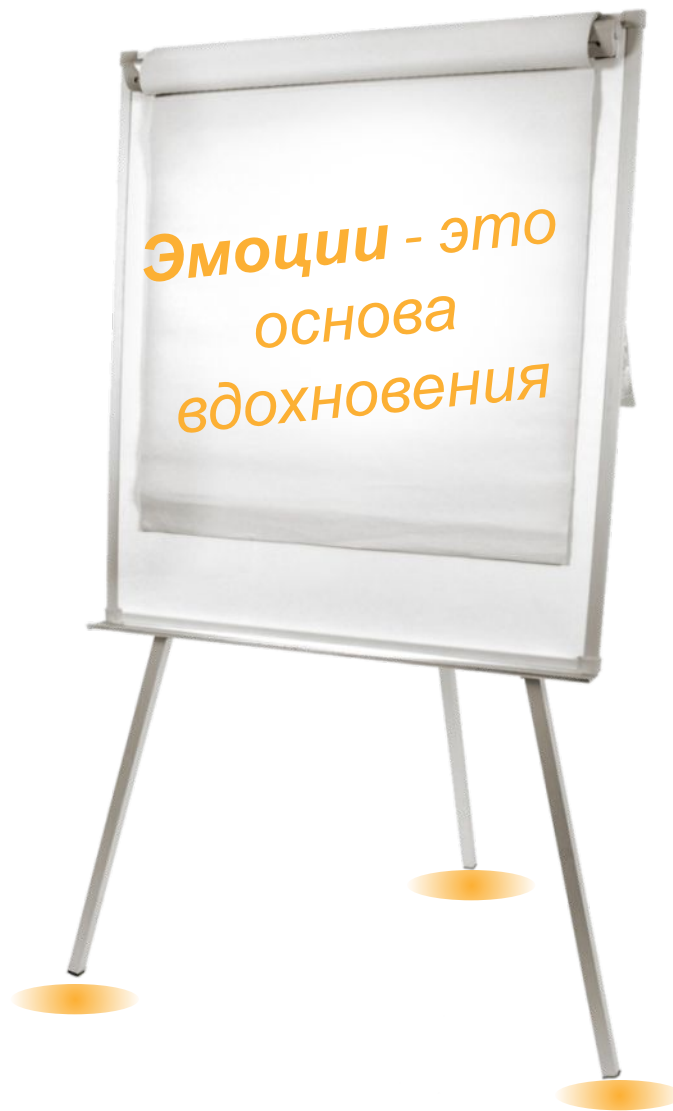
## Практическое задание: доска вдохновения

### Подготовка

- Подготовьте белую магнитную доску/пробковую доску или лист флип чарта/ватман
- Вам понадобятся стикеры или разноцветные листочки и булавки
- Разделите доску на 4 блока: успехи и увлечения, признание, повод вернуться, отзывы покупателей
- Принесите свою фотографию, на которой вы увлечены своим хобби – спорт или что-то другое

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Сегодня мы обсудим, как вдохновлять наших покупателей на покупки и занятие спортом, чтобы повысить их лояльность к нашему бренду
- Спросите участников, являются ли они «фанатами» спортивной команды, бренда или ресторана. Запишите причины ЛОЯЛЬНОСТИ на листе флип чарта
- Подчеркните, что в причинах, которые называли участники, есть эмоциональная составляющая
- **Слова ведущего:** Люди становятся лояльными потому, что кто-то или что-то вызывает положительные эмоции. Лояльность основывается скорее на том, как мы себя ощущаем (какие чувства испытываем в магазине, ресторане или на матче), чем на рациональных причинах и фактах. Мы становимся фанатами людей, который позволяют нам чувствовать себя особенными, и мест, где мы чувствуем себя хорошо





## Практическое задание: доска вдохновения (продолжение)

- **Слова ведущего:** В нашей компании мы вдохновлены идеей сделать наших покупателей лояльными потому, что лояльные покупатели:
  - Покупают больше
  - Снова возвращаются
  - Рассказывают о своем положительном опыте покупке друзьям и близким
  - Вдохновляют нас на работу!
- **Слова ведущего:** Наша цель помочь нашим покупателям почувствовать себя вдохновленными нашим брендом на новые достижения. Мы хотим разжигать их страсть и поддерживать их на пути к своим целям в спорте, моде и жизни... Чтобы устанавливать долгосрочные отношения с покупателями и поддерживать с ними контакт и после того, как они совершают свои покупки. С этой целью мы создадим сейчас «Доску вдохновения». «Доска вдохновения» позволит нам оставаться вдохновленными и вдохновлять наших покупателей
- Предоставьте все материалы для создания «Доски вдохновения» расскажите, что доска содержит блока:
  - Увлечения и достижения
  - Признание
  - Поводы вернуться
  - Отзывы покупателей







## Практическое задание: доска вдохновения (продолжение)

- Предложите начать создание доски с блока **успехи и увлечения**, который включает в себя:
  - увлечения и достижения сотрудников (в спорте и жизни)
  - увлечения и достижения реальных покупателей
- Попросите участников написать на стикерах о своих увлечениях и успехах, напомним им:
  - Написать свое имя и любимый продукт компании
  - Сегодня или на этой неделе добавить фотографию к своей истории
  - Возможно придумать лозунг или звучный заголовок к своей карточке с увлечениями на доске (например, «футбол – для самых командных» или «йога – найди свою гармонию»)
- Поделитесь своими увлечениями и достижениями и прикрепите свой стикер и фото на доску – будьте примером для сотрудников
- Попросите участников по очереди эмоционально рассказать о своих увлечениях и достижениях, после чего прикрепить их стикеры и фото на доску
- Слова ведущего:** Важно, чтобы мы научились интересно рассказывать о своих увлечениях и достижениях, вовлекая и вдохновляя членов команды и покупателей разделить эти увлечения с вами!
- Слава ведущего:** Записывайте увлечения покупателей, особенно постоянных, на доску. Мы хотим оставаться в контакте с покупателями, поддерживать их увлечения и радоваться их достижениям. Это вдохновляет нас самих делать свою работу и продвигать спортивный образ жизни. Давайте начнем делать это уже на этой неделе







## Практическое задание: доска вдохновения (продолжение)

- Затем предложите участникам заполнить блок **поводы вернуться**. Обсудите с участниками поводы вернуться, которые «сработали» в их практике общения с покупателями. Попросите участников написать на стикерах лучшие поводы и прикрепите их к доске
- **Слова ведущего:** В этом блоке нашей доски мы будем обновлять приближающиеся мероприятия, чтобы вы всегда были в курсе и могли рассказать о них покупателям, приглашая их вернуться. Но также важно приглашать покупателей вернуться, чтобы рассказать нам о своем опыте и достижениях, связанных с использованием наших товаров (например, пробежал марафон, начал заниматься йогой, произвел впечатление на модной вечеринке...). Мы хотим быть частью их жизни и вдохновлять их на достижения новых целей. Если ваш покупатель вернулся в магазин и поделился, что пробежал марафон в наших кроссовках – обязательно прикрепите эту историю и имя покупателя на доску, чтобы мы все могли за него порадоваться
- Предложите участникам заполнить блок **отзывы покупателей**. Спросите участником, какие отзывы они получили в последнее время от покупателей. Попросите сотрудников прикреплять стикеры с отзывами о сервисе в магазине и просьбами покупателей на доску. Это позволит нам всегда быть в курсе того, что радует наших покупателей, а что мы можем сделать по-другому, чтобы стать лучше для них!





## Практическое задание: доска вдохновения (продолжение)

- Поделитесь своими наблюдениями или результатами опросов покупателей (если они есть). Подчеркните достижения и поблагодарите отличившихся сотрудников. Расскажите о зонах развития. Попросите участников сказать, что мы можем сделать, чтобы продвинуться по нашим зонам развития, которые отмечают покупатели
- И наконец, предложите участникам заполнить блок **признание**. В этом блоке мы теперь будем размещать карточки «Лайк», которые раньше размещали на доске персонала. Расскажите о важности признания заслуг друг друга. Как вы знаете, это может быть просто надпись «Спасибо» или «Ты молодец!» для тех сотрудников, которые помогают нам повышать качество сервиса в магазине не только в торговом зале, но и на складе. Вдохновите сотрудников на использование карточек «Лайк»





## Постановка целей

### Подготовка

- Подготовьте цели по KPI на текущий месяц

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Как вы знаете, каждый месяц мы ставим себе новые цели и отслеживать результаты – это позволит оценить, насколько эффективно мы используем новую модель сервиса. Давайте вместе обозначим цели и поставим перед собой задачи для их достижения к концу месяца
- Поделитесь результатами продаж за последний месяц и последнюю неделю. Обсудите, что помогало и мешало команде достигать поставленных целей. Запишите ответы на листе флип чарта
- Обозначьте еще раз план продаж на месяц. Запишите текущие результаты и цели на листе флип чарта
- Спросите участников, что влияет на достижение KPI, и как новая модель сервиса, а особенно блок «Вдохнови» может способствовать достижению поставленных целей
- **Слова ведущего:** Вдохновляя наших покупателей прийти к нам снова, мы формируем долгосрочные отношения с ними. Это означает, что они вернуться к нам в следующем месяце, а это напрямую связано с достижением KPI

	ЦЕЛЬ в прошлом месяце	РЕЗУЛЬТАТ в прошлом месяце	ЦЕЛЬ в текущем месяце
ПРОЖАДИ			
ПРОДАЖИ обуви %			
КОНВЕРТАЦИЯ			
UPT			



## Обзор предстоящих занятий

### Ключевые моменты

- В этом месяце мы сосредоточимся на теме «Вдохнови» и будем вдохновлять каждого покупателя прийти к нам снова. Мы хотим сформировать лояльное отношение покупателей к нам и нашему бренду, чтобы они возвращались и приводили с собой друзей
- Мы будем встречаться каждую неделю по 15 минут, чтобы углублять знания и формировать навыки общения с покупателями. Каждая встреча будет посвящена своей теме:
  - **2 неделя:** цели и увлечения сотрудников – их источник вдохновения
  - **3 неделя:** как вдохновить покупателей через разговор о их целях
  - **4 неделя:** сезонные активности, которые помогут вдохновить покупателей; подведение итогов программы
- Поблагодарите команду за участие в третьем основном занятии из серии «Установи контакт – Вовлеки – Вдохнови»
- Обозначьте дату следующей встречи
- **Слова ведущего:** Давайте использовать то, что мы узнали, в общении с нашими покупателями и отлично проведём эту неделю!



# КОРОБКА №1

Вдохнови

НЕДЕЛЯ

2

Вспомогательн  
ое занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА

adidas

GROUP



## Приветствие и введение

### Подготовка

- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на «Доске вдохновения», выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)
- Будьте готовы поделиться вашими увлечениями и целями в сфере своих увлечений

### Признание

- Поприветствуйте участников и прочтите вслух карточки «Лайк», и поздравьте отличившихся сотрудников.

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Как вы знаете, в этом месяце мы фокусируемся на теме «Вдохнови». На прошлой неделе мы говорили о наших увлечениях и создали «Доску вдохновения». Спросите сотрудников, кто на этой неделе заполнял «Доску вдохновения». Поблагодарите их за это
- **Слова ведущего:** Сегодня мы поговорим о том, что наши увлечения часто связаны с целями. Например «Я люблю музыку – и очень хочу однажды научиться играть на гитаре» тона голоса и жестов при общении с покупателями.
- Вдохновить – значит помочь нашим покупателям достичь своих целей... так что давайте поговорим о этом

Увлечение:

Я люблю музыку

Цель:

Однажды я буду  
играть на гитаре!



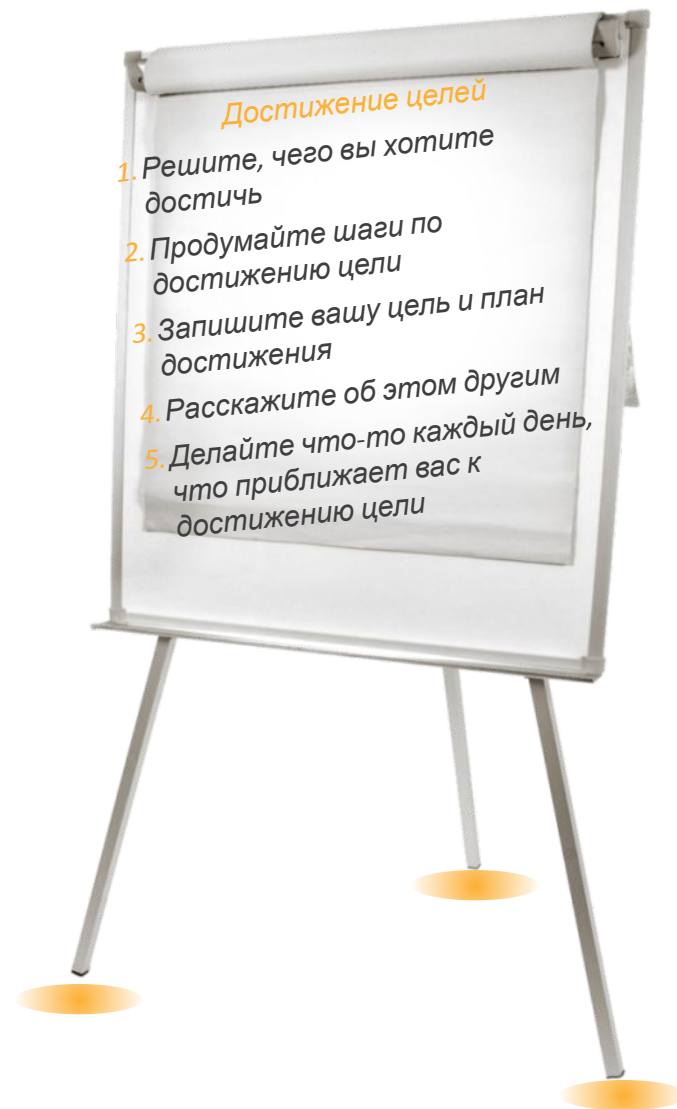




## Практическое задание: цели и увлечения СОТРУДНИКОВ

### Ключевые моменты

- Попросите участников вспомнить об увлечениях, которые они озвучили на прошлой встрече
- **Слова ведущего:** Подумайте, какую цель вы ставите перед собой, связанную с этим увлечением. Достижение цели может быть настоящим вызовом для человека и требовать много усилий или это может быть легко и просто (цели не всегда должны быть связаны со спортом или модой). Давайте рассмотрим некоторые шаги по достижению целей:
  1. Решите, чего вы хотите достичь
  2. Продумайте шаги по достижению цели
  3. Запишите вашу цель и план достижения
  4. Расскажите об этом другим
  5. Делайте что-то каждый день, что приближает вас к достижению цели
- Запишите эти шаги на листе флип чарта и раздайте участникам чистые листы бумаги
- **П Слова ведущего:** Сейчас у вас будет 10 минут, чтобы проделать шаги с 1 по 4 по достижению вашей цели (связанную с вашим увлечением). Объединитесь в пары и выполните это задание. В результате каждый участник в паре должен сформулировать свою цель, продумать и прописать план действий по ее достижению и рассказать об этом соседу. Когда вы закончите – вы можете (если хотите) прикрепить ваши цели на «Доску вдохновения»
- По истечению 10 минут, спросите у участников, как эти шаги помогут им достичь своих целей (запишите ответы на лист флип чарта)





## Практическое задание: цели и увлечения сотрудников (продолжение)

### Подведение итогов

- **Слова ведущего:** Многие люди ставят себе цели, которые связаны с их увлечениями. Грамотная постановка целей и план действий вдохновляют и помогают достигать больше. Мы часто сталкиваемся с трудностями в достижении своих целей – поделитесь своей целью с другими и следуйте плану каждый день – это позволит вам справиться с трудностями и стать успешней!
- **Слова ведущего:** Мы хотим, чтобы наши покупатели чувствовали, что их цели, увлечения и достижения – важны для нас. Мы хотим, чтобы они верили, что мы их поддержим! Сегодня мы говорили о наших собственных целях. На следующей встрече мы обсудим, как мы можем помочь нашим покупателям достичь их целей.
- **Слова ведущего:** В течение недели вам нужно узнать как можно больше целей покупателей, написать их на стикере и прикрепить к «Доске вдохновения». Хорошей недели!
- Поблагодарите участников за их вовлеченность, пожелайте хорошего дня
- Обозначьте дату следующей встречи

- 
- Достижение целей*
1. Решите, чего вы хотите достичь
  2. Продумайте шаги по достижению цели
  3. Запишите вашу цель и план достижения
  4. Расскажите об этом другим
  5. Делайте что-то каждый день, что приближает вас к достижению цели





# КОРОБКА №1

Вдохнови

НЕДЕЛЯ

3

Вспомогательн  
ое занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА



## Приветствие и введение

### Подготовка

- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на «Доске вдохновения», выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)
- Убедитесь, что на «Доске вдохновения» достаточно стикеров с целями покупателей

### Признание

- поприветствуйте участников и прочтите вслух карточки «Лайк», и поздравьте отличившихся сотрудников

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Как вы знаете, в этом месяце мы фокусируемся на теме «Вдохнови». На прошлой неделе мы говорили о наших увлечениях и целях. Давайте обсудим, как мы можем помочь нашим покупателям достигать свои цели. Мы хотим, чтобы наши покупатели чувствовали, что их цели, увлечения и достижения – важны для нас. Иногда наши продукты могут помочь покупателям в достижении целей, но кроме этого существуют и другие способы поддержать покупателей



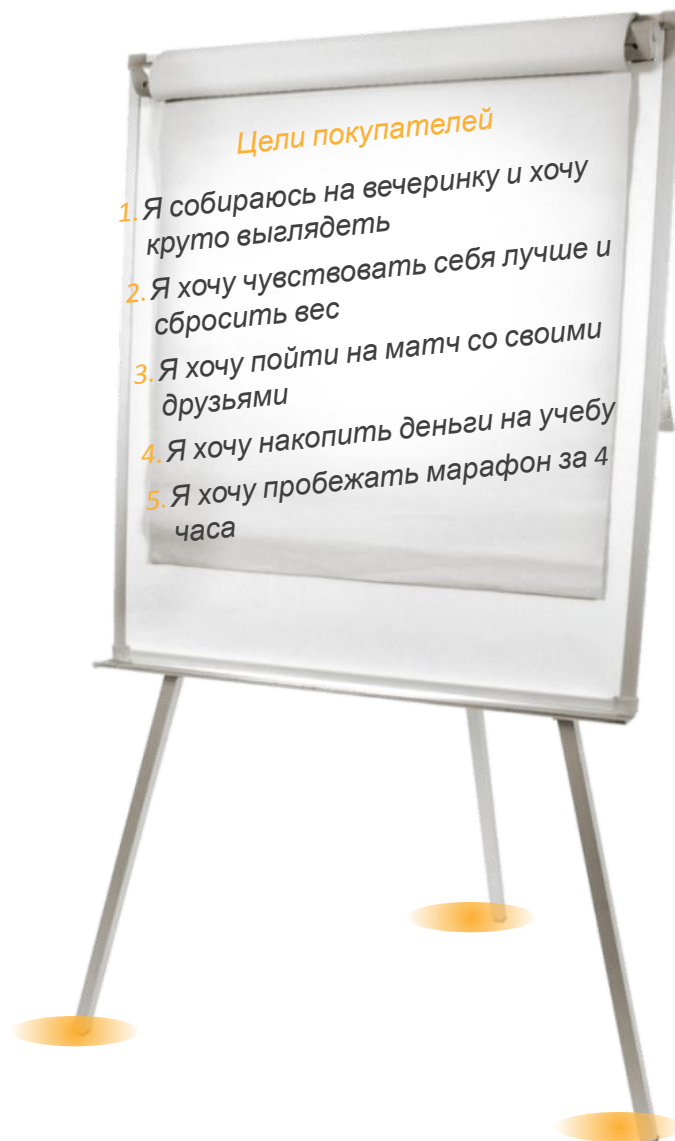
Добро  
пожаловать!



## Практическое задание: цели и увлечения покупателя

### Ключевые моменты

- Спросите у участников, что они помнят из прошлого занятия, как они продвинулись в достижении поставленных перед собой целей
- Напомните участникам, что было на прошлой неделе
- Объедините участников в группы по 2-3 человека и раздайте им по 1 чистому листу бумаги. Попросите участников обсудить, как мы можем вдохновить покупателей на достижение целей
- Запишите несколько целей покупателей на листе флип чарта
- «Раздайте» по одной цели каждой группе (пример справа)
- Задача каждой группы придумать как можно больше способов, как можно поддержать покупателей в достижении этих целей. Например:
  - Спросить о цели и о плане действий
  - Поделиться информацией о событии, которое связано с увлечением покупателя
  - Поделиться информацией о продукте, связанном с увлечением покупателя
  - Быть креативным creative!!!
- Через 5 минут попросите группы презентовать свои решения
- Подведите итоги: Разговор о целях – это очень мощный инструмент для вдохновения. Важно при этом быть внимательным и естественным. Лучший способ продемонстрировать свой интерес к целям покупателя – это взять инициативу на себя и спросить о них



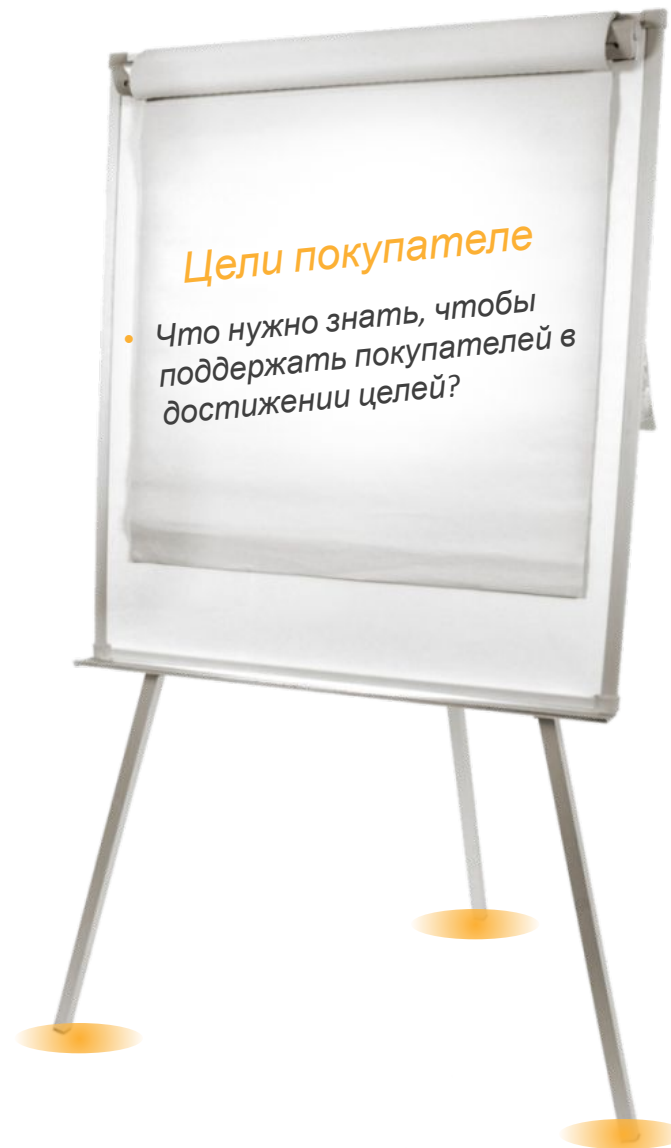


## Практическое задание: цели и увлечения покупателя (продолжение)

- Спросите, какая информация может помочь нашим покупателям достичь поставленных целей? Как мы можем подготовиться к тому, чтобы быть полезными покупателям и помочь им приблизиться к своей цели?
- Расскажите участникам, что им может помочь (запишите ответы на доске):
  - Информация о приближающемся спортивном событии (для посещения и просмотра)
  - Информация о проходящих рядом мероприятиях в сфере моды, музыки, танцев
  - Интересные статьи из газет
  - Информация об увлечениях нашей команды (кто знает больше в какой-то области, чтобы лучше помочь покупателю)
  - Знания о товарах

### Подведение итогов

- **Слова ведущего:** Когда покупатель покидает магазин, мы хотим, чтобы он чувствовал себя ВДОХНОВЛЁННЫМ на достижение своих целей. Поэтому на этой неделе нам нужно сконцентрироваться на следующем:
  - Спрашивать покупателей о их целях!
  - Помогать им в достижении своих целей!
  - Дарить покупателям ощущение ВДОХНОВЕНИЯ, прежде чем они покинут магазин!
- **Слова ведущего:** на следующей неделе мы обсудим, как у нас это получается!
- Поблагодарите участников за их вовлеченность, пожелайте хорошего дня
- Обозначьте дату следующей встречи





# КОРОБКА №1

Вдохнови

НЕДЕЛЯ

4

Вспомогательн  
ое занятие

РУКОВОДСТВО ДЛЯ ТРЕНЕРА



## Приветствие и введение

### Подготовка

- Ознакомьтесь с карточками «Лайк», закреплёнными на «Доске вдохновения», выберите 1-3 из них. Принесите их на утреннее собрание (по желанию, подготовьте небольшие призы для отличившихся сотрудников)

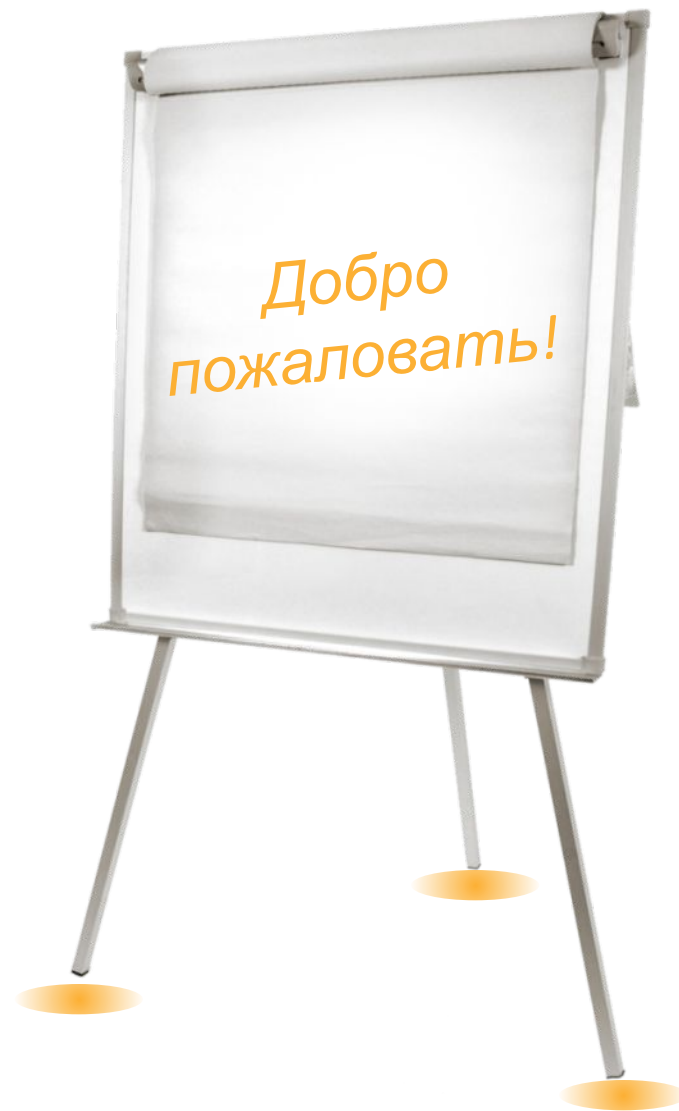
### Признание

- поприветствуйте участников и прочтите вслух карточки «Лайк», и поблагодарите отличившихся сотрудников

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** На прошлой неделе мы обсуждали, как поддержать покупателей в достижении своих целей. Я просил(а) вас в течение недели:
  - Интересоваться у покупателей о их целях
  - Находить способы поддержать их в достижении целей
- Попросите участников рассказать о том, о каких целях покупателей они узнали + что они сделали для того, чтобы поддержать покупателей в достижении целей. Попросите участников приводить конкретные примеры. Аплодируйте каждому сотруднику, кто поделился своими достижениями в работе с покупателями
- **Слова ведущего:** Разговор о целях всегда вдохновляет и дарит позитивные эмоции – это важно для наших покупателей и для нас самих. Если покупатель с готовностью рассказывает о своих целях – это значит, что мы делали все правильно (устанавливали контакт и вовлекали в общение), и покупатель доверяет нам.

Добро  
пожаловать!





## Практическое задание: сезонные активности и вдохновение покупателей

### Подготовка

- Убедитесь, что вы знаете, какие особые грядущие события в сферах спорта и музыки могут заинтересовать покупателей
- Напишите на листе флип чарта сезонные активности под каждым из заголовков: время года, праздники, особые события

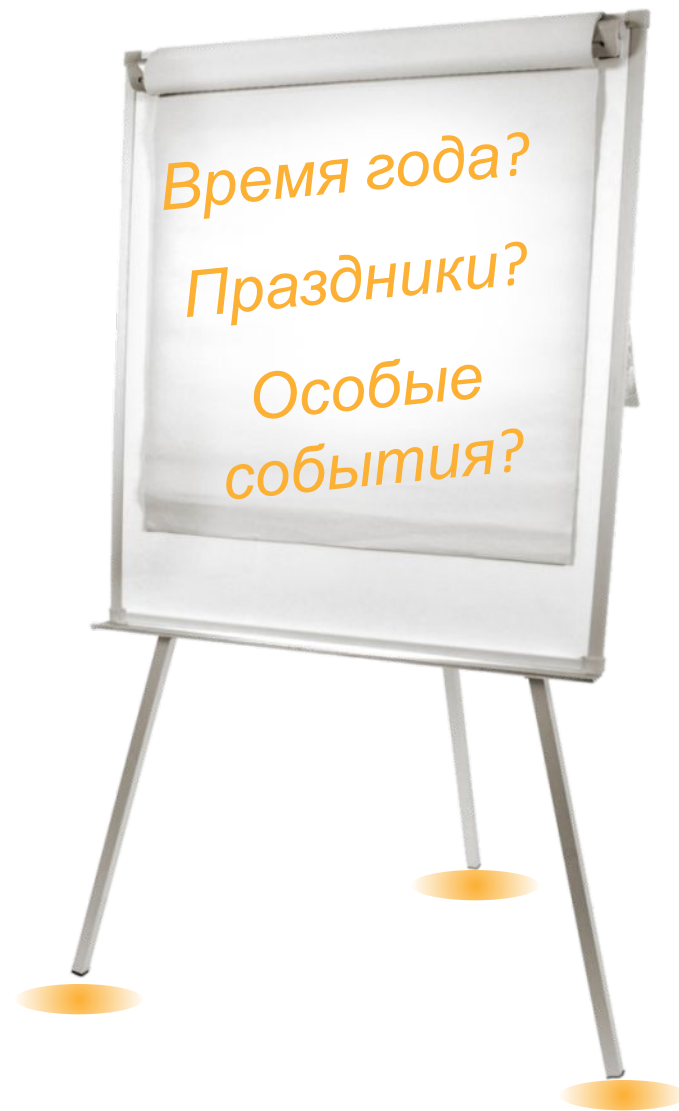
### Практика

- **Слова ведущего:** Давайте обсудим, как сезонные активности могут вдохновить наших покупателей на занятие спортом и достижение своих целей. Эти темы вызывают положительные эмоции. Сегодня я подготовил(а) для вас информацию по сезонным активностям в нашем городе (зачитайте их). Кто может добавить?
- Обсудите с участниками, как это время года, праздники и интересные события могут вдохновить покупателей на то, что прийти к нам снова. Какие поводы вернуться можно им предложить
- Вдохновите сотрудников использовать эту информацию в работе с покупателями и закрепите сезонные активности на «Доске вдохновения»

Время года?

Праздники?

Особые  
события?





## Подведение итогов

### Подготовка

- Нарисуйте на листе флип чарта линию отметьте с левого конца 0, с правого - 10
- Подготовьте стикеры по количеству участников

### Ключевые моменты

- **Слова ведущего:** Наше обучение по «Коробке знаний №1» подходит к концу. Давайте оценим, насколько мы довольны уровнем сервиса в нашем магазине:
  - Как мы устанавливаем контакт с каждым покупателем, используя индивидуальный подход и подстройку под стиль общения
  - Как мы вовлекаем каждого покупателя в беседу, задавая ему эмоциональные вопросы про их потребности и увлечения, рассказывая интересные истории о нашем бренде и продукте
  - Как мы вдохновляем каждого покупателя вернуться в наш магазин, поощряя его выбор, приглашая прийти вновь, спрашивая о личных целях
- Раздайте каждому участнику стикер, попросите оценить все три аспекта сервиса одной оценкой от 1 до 10. Попросите участников прикрепить стикеры с оценкой на линию
- Спросите участников, поставивших наивысший бал – что у нас получается хорошо на эту оценку. Спросите участников, поставивших низкий бал – что нам нужно делать лучше. Подведите итоги и средний балл. Поделитесь своими наблюдениями
- **Слова ведущего:** В этом месяце мы сделали акцент на теме «Вдохнови». В следующем месяце мы будем изучать снова первый этап новой модели сервиса – «Установи контакт» в рамках обучения по «Коробке знаний №2». Буду рад(а) видеть вас на следующей неделе на основном занятии по теме «Установи контакт»!

