

STANDARDY ZACHOWAŃ PRACOWNIKA EG SYSTEM KONSTYTUCJA MARKI

*„W to co robisz angażuj się maksymalnie i rób to najlepiej jak potrafisz.
Każdego dnia.”*

- ➔ **Dbamy o nadzwyczajną satysfakcję klienta**
- ➔ **Doskonalimy się operacyjnie**
- ➔ **Dbamy o wyniki**
- ➔ **Współpracujemy ze sobą**

- Dbamy o jakość produktów i komplementarność składanych propozycji.
- Uczymy się codziennie, pracujemy zespołowo, tworzymy indywidualnie.
- Wszystko co robimy podporządkowane jest satysfakcji klienta.
- Wszystko na czym nam zależy – to zaufanie naszych klientów.

NASI KLIENCI:

- czują, że firma dzieli się swoimi wartościami,
- wiedzą, że nawet trudne sprawy załatwiamy z uśmiechem i troską o klienta,
- są pozytywnie zaskoczeni jakością obsługi, zaangażowaniem doradców i zrozumieniem klienta,
- niezależnie od rodzaju kontaktu klienci otrzymują informację o możliwości kompleksowych rozwiązań – dziś lub w przyszłości.

Podstawową zasadą każdego przedsiębiorstwa jest generowanie zysku.

Największy koszt marketingowy jaki ponosi firma – to koszt pozyskania nowego klienta. Dlatego tak istotne jest, aby każdy klient mający jakikolwiek kontakt z firmą odczuł, że wszelkie działania firmy nastawione są na jego zadowolenie i satysfakcję.

- **Zadowolony klient** jest trudniejszy do pozyskania przez konkurencję.
- **Usatysfakcjonowany klient** jest gwarantem poszerzania kręgu odbiorców.
- **Każdy klient firmy jest jej kapitałem** – każdy pracownik firmy zobowiązany jest dbać o jej kapitał jak najlepiej potrafi, zgodnie ze standardami firmy.
- **Każdy niezadowolony klient**, to utrata szansy sprzedażowej w przyszłości

Istotą profesjonalnej obsługi klienta jest dokonywanie sprzedaży komplementarnej na możliwie najwyższym akceptowanym poziomie przez klienta i/lub indukowanie kolejnego kontaktu prowadzącego do sprzedaży w przyszłości – w szczególności uzyskiwanie poleceń.

OBSŁUGA KLIENTA

Zbudowana jest na trzech filarach:

A SYSTEM WARTOŚCI

B AUTORYTET FACHOWCA

C KOMUNIKACJA

I jednej prostej zasadzie:

Chcesz, aby ludzie Ci ufali? - Bądź osobą godną zaufania

SYSTEM WARTOŚCI: INTENCJE

- klient jest najważniejszy – klient jest zawsze najważniejszy,
- akceptuj ludzi takimi, jacy są,
- nigdy nie krytykuj, nie pouczaj, nie narzekaj, nie przekonuj i nie argumentuj,
- okazuj entuzjazm, okazuj szacunek, doceniaj - bądź pozytywnie nastawiony,
- każdym słowem, gestem, zachowaniem dbaj o komfort i poczucie bezpieczeństwa klienta,
- podwyższaj jego samoocenę – doceniaj!
- słuchaj, pytaj – okazuj szczerze zainteresowanie klientem,
- unikaj szablonowego zachowania, słownictwa i stereotypów – zaskakuj - bądź inny, nieprzewidywalny, **TY jesteś różnicą!**
- proponuj, pokazuj, twórz z klientem różne możliwości – bądź rozwiązaniem obaw klienta,

DOBRA ENERGIA W TWOIM OTOCZENIU

- niezależnie od możliwości dokonania transakcji dziś – buduj zaufanie na przyszłość,
- pełen zaangażowania, pasji i otwartości, sprawiaj, aby Klient chciał z Tobą rozmawiać,
- pod żadnym pozorem niczego nie sprzedawaj – pozwalaj kupować od siebie 😊
- uśmiechaj się cały czas – niezależnie od sytuacji jesteś pozytywnie nastawiony,
- nie zakładaj z góry niczego – bądź gotowy na wszystko,
- zawsze dotrzymuj danego słowa i terminów - bądź szczerzy i asertywny,
- każdy jest Twoim klientem – nawet ten, który nic nie kupił dziś...

AUTORYTET FACHOWCA

- Niezależnie od tego jak obszerną wiedzę posiadasz – dla klienta ważne jest tylko to, w jaki sposób Twoja wiedza może jemu służyć.
Nie liczy się jak dużo wiesz i jakie masz doświadczenie – liczy się tylko co z tego wynika dla konkretnego klienta, czy potrafisz użyć jej w konkretnym przypadku w sposób zrozumiały i bezpieczny dla Klienta.
- Niezależnie od tego który obszar produktowy firmy jest ci najbliższy, w kontakcie z klientami poruszaj się po całym asortymencie, śmiało korzystaj z pomocy współpracowników
- Kształć się w każdym obszarze wiedzy produktowej i technicznej oferowanej przez EG System, abyś docelowo mógł obsługiwać każdego Klienta w jak największym zakresie.
- Istotne jest abyś był autorytetem dla klienta, tzn. wiedział więcej niż klient i umiał to wykorzystać dla tego konkretnego człowieka.
Jeśli nie jesteś pewien – powiedz to otwarcie, sprawdź, dowiedz się i przekaz najlepsze rozwiązania Klientowi – to buduje zaufanie i autorytet.
Nie ma ludzi wiedzących wszystko – jednak są tacy którzy wierzą, że taką wiedzę posiadli. Bez obaw używaj stwierdzenia: *nie chcę Pana wprowadzić w błąd, dowiem się i wrócę.*
- Autorytet nie wynika z ilości posiadanej wiedzy. Autorytet w handlu polega na umiejętności znajdowania rozwiązań, redukcji obaw Klientów, jest spójną częścią procesu budowania zaufania. Moc sprawcza autorytetu fachowca, to gotowość Klientów do przyjmowania propozycji rozwiązań składanych Klientom. Nie istotne jest jaką wiedzę posiadasz – istotne jest tylko co z niej wynika dla Klienta, czy umiesz dać odczuć Klientowi, że znajdziesz rozwiązanie dla niego. Handlowiec, doradca Klienta nie ma autorytetu z nadania – jak lekarz, policjant, strażak, ksiądz dla niektórych, gdzie ludzie podporządkowują się słowom / osobom prawie bezkrytycznie. Handlowiec to wróg. Takie założenie przyjmij Twój autorytet wynikać będzie z tego jak się zachowujesz, rozmawiasz, jak rozwiązujesz sprawy, jakie jest Twoje nastawienie i jaka skuteczność.

Nie oczekuj, że otrzymasz kredyt zaufania z góry.

Z tego, że wiesz prawdopodobnie więcej niż Klient – nic nie wynika. Nie oczekuj, że będzie się Ciebie słuchał, że bezkrytycznie przyjmie Twoje propozycje.

Tak będzie, do momentu, w który odkryje, że warto... 😊

KOMUNIKACJA

Nie jest istotne co mówisz... Liczy się tylko co odczuwa i rozumie Twój rozmówca, liczy się efekt jaki osiągasz.

Nie musisz mieć racji, aby skutecznie sprzedawać 😊

- mechanizm akceptacji – zawsze, w każdej sytuacji,
- komunikacja nieantagonizująca – zawsze w każdej sytuacji,
- komunikacja ekstrakcyjna - zawsze w każdej sytuacji,
- uśmiech i pozytywne nastawienie – zawsze i w każdej sytuacji,
- wypowiadaj się swobodnie, otwarcie - luzuj napięcie i obawy klienta,
- bądź pewny siebie, asertywny, jednocześnie skupiony na satysfakcji klienta,
- stosuj parafrazę jako narzędzie skutecznej komunikacji,
- używaj presupozycji w rozmowie z klientem,
- stawiaj pytania retoryczne do przejścia między tematami rozmowy,
- nie negocjuj – stwarzaj przyjazne środowisko do zakupów, dbaj o zaufanie i bezpieczeństwo,
- nie negocjuj – proponuj, sugeruj, twórz możliwości, pokazuj, szukaj punktów wspólnych - stosuj pozytywne kotwiczenie,
- kontroluj emocje własne – kontroluj emocje klientów,
- niczego nie sprzedawaj – zawsze pozwalaj kupić,
- wspólnie z klientami twórz najlepsze oferty - angażuj do współpracy,
- mów mniej niż klient – pozwól klientom na swobodne wypowiedzi – analizuj co mówią,

DOBRA ENERGIA W TWOIM OTOCZENIU

- analizuj i słuchaj – słuchaj i pytaj – stosuj aktywne słuchanie – zawsze w każdej sytuacji,
- nie bądź zawsze sobą - dostosuj się do osobowości klienta, jego stylu komunikowania się,
- dbaj o każdy szczegół komunikacji z klientem,
- pozycjonuj się jako partner klienta – nie sprzedawca,
- słuchaj i zaspokajaj potrzeby świadome /komunikowane/, skupiaj się na potrzebach,
- nieświadomych, odkrywaj je wspólnie z klientem – zaskakuj efektem WOW,
- przewiduj i planuj.

ISTOTĄ PROFESJONALNEJ OBSŁUGI KLIENTÓW JEST SŁUCHANIE:

Co ich interesuje, ale faktyczne skupienie na tym:

PO CO TEGO CHCĄ / POTRZEBUJĄ?

ZAMIAST: CO  PO CO

Pracownik działu handlowego EG System – podstawowe standardy pracy:

- Nadrzędnym celem i odpowiedzialnością pracownika działu handlowego jest właściwa reprezentacja firmy wobec obecnych oraz potencjalnych klientów firmy w każdym obszarze sprzedażowym.
- Efektem wszelkich podejmowanych działań pracownika działu handlowego wobec klientów marki EG System, ma być jak najlepsza prezentacja firmy oparta o jej wartości oraz wszelkie możliwości nawiązania współpracy z klientami.

DOBRA ENERGIA W TWOIM OTOCZENIU

- Zdając sobie sprawę, że działamy na rynku konkurencyjnym, pracownik DH musi zachowywać się profesjonalnie, wykorzystując każdą możliwą szansę nawiązania współpracy w danej chwili, lub buduje możliwość nawiązania współpracy w przyszłości.
- Wiemy, że każdy jest klientem EG System, dlatego wszystkich traktujemy profesjonalnie wiedząc, że każdy kontakt handlowy może decydować o tym, czy współpraca w przyszłości będzie możliwa.

Strategia pracy pracownika DH opiera się na:

1. Pozyskiwanie nowych kontaktów handlowych.
2. Transformowanie kontaktów handlowych na transakcje handlowe.
3. Utrzymanie kontaktów handlowych w czasie.
4. Dokonywanie sprzedaży zgodnie ze strategią firmy na ustalonym poziomie cenowym.
5. Indukowanie poleceń do nowych klientów.

Każdy pracownik wykonuje wszelkie obowiązki z uwzględnieniem trzech obszarów efektywności:

Strategia Sprzedaży – Sukces Klienta – Odczucia Klienta

Doskonalimy się operacyjnie, otwarcie wymieniamy się informacjami.

Dbamy o
nadzwyczajną
satisfakcję
klienta

Dbamy o
wyniki firmy

EGSYSTEM
POWER ON

Współpracujemy
ze sobą

Doskonalimy się
operacyjnie

DOBRA ENERGIA W TWOIM OTOCZENIU