

Service BOOK



Алкотекa

От элитного
до простого

Наша Миссия:

**Дать людям
возможность влиять на
культуру потребления
алкоголя**

Наши Ценности:

- ❑ **Профессионализм** - Мы избирательны в выборе напитков, подборе людей и мест расположения магазинов. Мы стремимся в ограниченных условиях рынка сделать максимум для наших покупателей. Мы считаем, что не все напитки соответствуют уровню нашего бренда и продаём только то, в чем уверены.
- ❑ **Честность** - Мы стремимся продавать больше, но вместе с тем мы стремимся продавать лучше. Поэтому мы всегда честны с покупателем в оценке продукта, его цене на полке.
- ❑ **Доступность** - Мы не делаем закрытых клубов, наоборот, хотим, чтобы максимум людей узнали о нашем ассорти-менте и смогли стать ценителями алкоголя. Для этого им не надо далеко ходить и много тратить.
- ❑ **Развитие** - Мы стоим за постоянное развитие своих сотрудников и своих покупателей.
- ❑ **Забота** - Мы бережно относимся к ресурсам компании и нашим клиентам.

Цель Компании

Аа

**Стать лидером на алкогольном
рынке Юга России!**

Зачем нужен Сервис?

Сервис (от английского «Service» - служба) – это комплекс действий, который делает процесс покупки более приятным, продукт более полезным, а магазин и продавца более привлекательным!

Функции сервиса:

- ✓ **Качественное обслуживание покупателей**
- ✓ **Предотвращение конфликтных ситуаций**
- ✓ **Поддержка и увеличение продаж**
- ✓ **Сохранение лояльности постоянных покупателей**
- ✓ **Привлечение новых покупателей**

Зачем нужен Сервис?

1
неудовлетворённый
покупатель уводит
8 действующих

1
довольный
покупатель
приводит
3х потенциальных



Аа

Из чего состоит Сервис?

☐ Стандарты сервиса магазина



☐ Стандарты внешнего вида



☐ Поведение сотрудников



Стандарты сервиса магазина



Стандарты сервиса магазина

Чтобы обеспечить respectable имидж Компании и предоставляемой услуги необходимо создать общую тактику сервиса, цель которой – сделать совершение покупок приятным и комфортным для покупателя.



Стандарты сервиса магазина

Работа с фактором «АССОРТИМЕНТ»

- Своевременное пополнение полочного пространства и промо-зон
- Наличие всего имеющегося ассортимента на местах продажи
- Соблюдение планограммы при выкладке продукта
- Создание удобного пространства для совершения покупок – соблюдение товарного соседства, отсутствие «елочек»
- Контроль чистоты в торговом зале, отсутствие мусора и посторонних предметов

Работа с фактором «ЦЕНА»

- Наличие ценников и ценникодержателей
- Читабельность ценников
- Своевременный разнос ценников
- Своевременная замена ценников
- Наличие и актуальность акционных ценников

Работа с фактором

«МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ МАГАЗИНА»

- Контроль визуальной привлекательности и чистоты фасада и прилегающей территории
- Контроль включения подсветки в вечернее время

Работа с фактором

«МАРКЕТИНГ»

- Предложение и продажа дисконтных карт
- Контроль наличия акционного товара на местах продажи
- Наличие и актуальность акционных ценников
- Информирование покупателей о проводимых акциях

Стандарты внешнего вида



Стандарты внешнего вида



1. ОДЕЖДА:

Форма должна быть всегда чистой и хорошо отглаженной, а также соответствовать размеру и сезону. **Ношение всех элементов форменной одежды обязательно (жилеты и бэйджи).**

Это будет отличать Вас от посетителей и клиентов магазина.

- Белая классическая рубашка, блуза (без каких-либо цветных или черных вставок, отсутствие страз).

- Манжеты, воротник рубашки должны выглядеть новыми, чистыми, без потертостей.

- Рубашка должна быть обязательно заправлена.

- Для мужчин: брюки, штаны черного цвета.

- длина не выше верха обуви.

- Для девушек: брюки, юбка черного цвета.

- длина брюк не выше верха каблука или верха обуви

- юбки не ниже колен и не короче 10 см выше колена

- Носить бейдж необходимо только на левой стороне груди.

- Во время приема товара разрешено одеть черную классическую рубашку, после - переодеться в белую.

- В случае, если в зимнее время Ваши помещения плохо обогреваются, допускается одеть белый свитер без цветных или черных рисунков.



Стандарты внешнего вида



2. ОБУВЬ:

Обувь должна быть исключительно черной !

Для женщин

Для мужчин

В летний период

туфли/босоножки/балетки с закрытым носком и пяткой без ярких украшений

черные туфли, мокасины без пряжек и украшений

В зимний период

обязательна сменная обувь: классические туфли/балетки без украшений с закрытым носком и пяткой

черные туфли/мокасины без пряжек и украшений

Для девушек, которые предпочитают обувь с каблуком: каблук не должен быть выше 7см.

Необходимо иметь сменную обувь без каблука для приема товара.



Стандарты внешнего вида



Запрещается!

- цветные рубашки и блузы
- нельзя носить мини юбки, потому что это точно не деловой стиль
- джинсы любых цветов
- блузы с глубоким декольте
- прозрачные блузы
- брюки, юбки из цветной ткани
- рубашку на выпуск
- свитера молочных, бежевых и иных оттенков
- цветная обувь
- обувь с открытым носком
- нечистая обувь
- каблук выше 7 см.
- спортивная обувь
- обувь со стразами, массивными украшениями
- сланцы



3. КОЛГОТКИ И НОСКИ:

- Колготы для женщин обязательны в любое время года, неплотные, прозрачные, в идеальном состоянии. Цвет натуральный либо черный.
- Для мужчин – носки в тон обуви

Стандарты внешнего вида



4. ПРИЧЕСКА и ВОЛОСЫ

Волосы должны выглядеть ухоженными, чистыми, аккуратно уложенными. Допускается стрижка средней длины, если их длина ниже плеч, то волосы необходимо собирать в хвост или косу, чтобы не закрывать лицо. Заколки для прически подбираются без декоративных деталей.

ДЛЯ МУЖЧИН:

- Если Вы носите бороду, усы, бакенбарды – они должны быть тщательно ухожены.
- В остальных случаях лицо должно быть чисто выбритое.



Запрещается:

- окраска прядей в яркие цвета;
- ношение заколок/резинок с яркими декоративными деталями.

Стандарты внешнего вида



5. РУКИ:

- Руки и ногти должны быть безукоризненно чистыми, ухоженными и гладкими.
- Цвет лака, однотонный натуральных оттенков (пастельных). Ногти не должны быть слишком длинными – не более 5 мм.
- Ногти у мужчин должны быть коротко стрижены.

Запрещается:

- ногти у девушек не должны быть длиннее 5мм;
- яркий, темный цвет лака.



6. МАКИЯЖ:

Лицо должно выглядеть ухоженным, «свежим», наличие декоративной косметики **ОБЯЗАТЕЛЬНО**. Макияж должен быть умеренным, в натуральной гамме.

Запрещается:

- яркий, вечерний макияж;
- отсутствие макияжа;
- ярко красная помада;
- яркие румяна.



Стандарты внешнего вида



7. УКРАШЕНИЯ:

Использование украшений ограничивается обручальным кольцом, классическими часами, тонкой цепочкой, маленькими сережками.

Запрещается:

- украшения не должны быть броскими, блестящими, гремющими
- крупные яркие камни, а также большое количество украшений на продавце
- не допускаются украшения из пластика, дерева, кости.
- длинные сережки

8. ГИГИЕНА И ПАРФЮМ:

• Обязательно применение дезодоранта для тела. Аромат парфюма должен быть ненавязчивым и едва уловимым.

Запрещается:

- сильные ароматы, которые оставляют за собой шлейф;
- отказ от использования антиперспирантов



Вредные привычки:

Необходимо следить за свежестью дыхания, особенно курящим. После, обязательно вымыть руки и использовать спрей для полости рта. Если запах табака сохранился ни в коем случае не подходить к клиенту.

Поведение сотрудников



Поведение СОТРУДНИКОВ

Каждый из Вас является лицом нашей Компании. Ваше умение общаться с покупателем, доброжелательность и способность помочь ему в выборе напитка имеют решающее значение для заключения успешной сделки. Нередко покупатель отказывается от покупки, если видит, что представитель компании: 1. ведет себя некорректно; 2. ведет себя не профессионально.

Для того, чтобы минимизировать отрицательные эмоции у покупателей и следовать миссии нашей Компании, разработаны стандарты поведения сотрудников в торговом зале. Соблюдение стандартов обязательно для исполнения всеми сотрудниками сети. Это позволит нашей Компании предоставлять одинаково качественное обслуживание в любом магазине сети.



Прием ВХОДЯЩИХ ЗВОНКОВ

Сотрудник должен:

1. Поздороваться: «Добрый день!)/«Добрый вечер!»
2. Озвучить название и адрес магазина
3. Представиться



4. Уточнить имя покупателя и далее обращаться к нему по имени. Пример: «Добрый день! Магазин «Алкотеха» №101 ул. Гимназическая, 17, продавец Елена. Чем могу быть Вам полезна?» Обращение к собеседнику по имени особенно важно во время телефонного разговора, когда Вы не видите лица, это помогает быстрее установить с ним контакт и вести доверительную беседу. Как правило, покупатели связываются для того, чтобы уточнить:

- адрес или телефон какого-либо из магазинов сети
- информацию о наличии, стоимости и качестве товара в магазине.

Сотрудник магазина обязан предоставить покупателю всю необходимую информацию и пригласить покупателя в магазин для того, чтобы проконсультировать его на месте. В ситуациях, когда покупатель интересуется информацией о стоимости на большой ряд товаров, во избежание мониторинга цен нашей сети необходимо тактично прервать разговор и пригласить посетить его магазин лично для получения подробной консультации сотрудников. Необходимо обосновать, что каждый день в сети наших магазинов появляются новые акции на продукцию, поэтому всю актуальную информацию покупатель сможет получить непосредственно в магазине. Если диалог продолжается длительное время и возникла необходимость остановить речь покупателя, необходимо принести свои извинения прежде, чем задать уточняющий вопрос: «Прошу прощения, я могу уточнить...» После того, как сотрудник ответил на все вопросы покупателя, он должен попрощаться с ним: «Благодарим Вас за звонок! Будем рады видеть Вас в магазинах нашей сети!»

Совершение ИСХОДЯЩИХ ЗВОНКОВ

Сотрудник должен:

1. Поздороваться: «Добрый день!», «Добрый вечер!»
 2. Обратиться к покупателю по имени
 3. Озвучить название и адрес магазина
 4. Представиться, назвать должность
 5. Сообщить о причине звонка и уточнить у собеседника, удобно ли ему говорить в настоящий момент. Пример: «Добрый день, Иван Петрович! Магазин «Алкотекa» №101, ул. Гимназическая, 17, продавец Елена. Вам удобно говорить?»
- I. Если говорить неудобно, необходимо уточнить у собеседника, в какое время с ним будет лучше связаться повторно: «Иван Петрович, скажите, пожалуйста, когда Вам будет удобно говорить?» / «...в какое время я могу связаться с Вами?». После того, как покупатель озвучил удобное для него время звонка, сотрудник магазина должен связаться с ним в указанное время.
 - II. Если потенциальному покупателю говорить удобно, сотрудник магазина передает собеседнику необходимую информацию и прощается с ним: «Вы интересовались виски «Бушмилс», напиток появился в наличии нашего магазина, мы можем отложить его специально для Вас». «Всего доброго! Будем рады видеть Вас в магазинах нашей сети».



Стандарты работы с покупателем в торговом зале

Качественная работа с покупателем – реальное конкурентное преимущество. Во-первых, потому что это позволяет удерживать постоянных покупателей, во-вторых, потому что это трудно копируется конкурентами. Сотрудник сети магазинов «Алкотек» в присутствии покупателя должен:

- улыбаться, поддерживать зрительный контакт с покупателем
- обращаться к покупателю исключительно на «Вы»
- находиться от покупателя на расстоянии 1–1,5 метра
- использовать открытые позы и жесты
- четко произносить слова, говорить, подстраиваясь под темп речи собеседника
- проявлять искренний интерес к покупателю, доброжелательность и стремление помочь
- исключить из речи «слова-паразиты», уменьшительно-ласкательные слова, избегать слов «не можем», «к сожалению»
- использовать понятную покупателю профессиональную лексику и терминологию.

STOP - действия

Сотрудникам сети магазинов «Алкотек» в присутствии покупателя и по отношению к нему запрещено:

- начинать беседу ранее, чем через 30 секунд после приветствия
- начинать беседу с покупателем, который продолжает идти по торговому залу
- стоять прямо напротив покупателя
- находиться в закрытых позах (скрещенные руки или ноги)
- нарушать личное пространство (подходить слишком близко)
- быть навязчивым, открыто выражать желание продать конкретный товар
- перебивать или не слушать
- консультировать, принимая пищу, употребляя жевательную резинку
- торопить покупателя во время выбора
- ставить в неловкое положение, вынуждая его оправдываться или извиняться
- начинать рассказывать о товаре все, что Вы знаете, не ориентируясь на потребности покупателя

STOP - действия

Сотрудникам сети магазинов «Алкотек» в присутствии покупателя и по отношению к нему запрещено:

- позволять себе неформальный стиль общения с покупателем
- оценивать платежеспособность покупателя по его внешнему виду
- стоять за спиной покупателя
- спорить с покупателем, грубить или повышать на него голос
- покидать рабочее место, не закончив обслуживание (покидать кассовую зону)
- разговаривать между собой и собираться группами при покупателях
- кричать через весь зал, обращаясь к другому сотруднику, даже если Вы хотите попросить, чтобы он Вам что-либо принес
- сидеть
- разговаривать по телефону на личные темы
- обсуждать с покупателем/при покупателе внутренние проблемы магазина или свои личные
- обсуждать вкусы покупателей
- облокачиваться на торговое оборудование
- рекомендовать конкурентов.

STOP - фразы

Особое значение при разговоре с покупателем имеют фразы, которые Вы используете. Сотрудник магазина «Алкотек» при работе с покупателями должен ориентироваться на список STOP-фраз, которые не рекомендуются к использованию, и их заменители, которые позволят наиболее эффективно провести консультацию покупателя.

STOP - фразы	Рекомендуется говорить
Девушка Женщина Молодой человек Мужчина	К покупателю следует обращаться на «Вы» или нейтрально: — Скажите, пожалуйста... — Сориентируйте, пожалуйста... Если покупатель является постоянным, то Вам следует обращаться к нему по имени: — Иван Иванович, пройдемте к стеллажу...
Чем помочь? Что подсказать? Что Вы ищете? Что Вам нужно? Что Вы хотите купить/посмотреть?	— Вы выбираете для себя либо на подарок? — Вы какой-то конкретный напиток выбираете? — Каким напитком я могу Вас сегодня порадовать? Что бы Вы хотели попробовать сегодня? У нас появились новинки. (для постоянных покупателей).

STOP - фразы

STOP - фразы	Рекомендуется говорить
Уменьшительно-ласкательные слова: секундочка, пакетик, бутылочка, сладенькое вино	— Ожидайте пару минут, пожалуйста... — Пакет, бутылка, категория сладких вин
Нет	Я предлагаю
Нельзя — Так оформлять нельзя...	Можно — Давайте попробуем оформить иначе...
Не получится — Завтра привезти товар не получится...	— Мы постараемся максимально ускорить сроки доставки... — Мы постараемся в кратчайшие сроки уточнить информацию...
Невозможно — Вы можете заказать данный товар для меня сегодня из Италии? — Нет, это невозможно.	— В нашей с Вами ситуации возможно только...
Я не знаю	— Будьте добры, ожидайте, пожалуйста, я уточню информацию...
У меня нет информации	— Давайте поступим следующим образом. Оставьте, пожалуйста, Ваш контактный номер телефона. Мы уточним необходимую информацию и свяжемся с Вами до конца дня...

STOP - фразы

STOP - фразы	Рекомендуется говорить
Точных сроков сказать не могу	— Мне необходимо уточнить эту информацию у специалиста другого отдела. Это займет несколько минут.
Вы не поняли	— Наверное, я некорректно выразился... — Я имел ввиду...
Этого не может быть Вы что-то путаете	— Давайте уточним... — Прошу прощения, для разрешения данной ситуации мне необходимо обратиться к специалисту другого отдела. Это займет несколько минут.
Вы должны Вам придется	— Давайте мы с Вами поступим следующим образом...
Я больше ничем не могу Вам помочь	— В этом случае Вам следует... — Я Вам рекомендую...
А мы-то здесь причем?	— Прошу прощения за причиненные неудобства... — Приношу извинения от лица компании... — Подождите, пожалуйста, я уточню у руководства...
Руководитель сейчас на выходном	— Решение этого вопроса не в моей компетенции. — Давайте посмотрим, что еще можно сделать.

STOP - фразы

ФРАЗЫ которые ЗАПРЕЩЕНО использовать в работе с покупателем

- А зачем Вы это сделали, если знали, что... ?
- Вы меня, конечно, извините, но...
- Это Ваша вина.
- Я Вам уже говорил (а)
- Что Вас еще Вас не устраивает?
- Я Вам ничего не могу обещать.
- Это от нас не зависит.
- Это же не я Вас неправильно проконсультировала.
- Вообще-то, обычно люди заранее все делают.

То что всегда помогает в работе с покупателем ;)



- **УЛЫБКА и ОТКРЫТЫЙ ВЗГЛЯД!**



- **ПРИВЕТСТВИЕ и ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ!**



- **ИСКРЕННЕЕ ЖЕЛАНИЕ ПОМОЧЬ!**



- **ПОЗИТИВНОЕ ЗАВЕРШЕНИЕ!**

Довольных Клиентов!
Успешных Продаж!



Алкотека
От элитного
до простого