

Basishandelingen van klantgericht handelen

Sales Trainee Programme
Module 1

SPORTS
DIRECT.COM

enable

Inhoud

1. Introductie en kennismaking p. 1 - 4
2. De Sports Direct belofte :
beloftes en uitdagingen p. 5 - 7
3. De Sports Direct belofte waarmaken.
De basishandelingen voor de gewenste
'winkelhouding' p. 8 - 12
4. De Sports Direct belofte waarmaken.
De basishandelingen voor
een klantvriendelijke dienstverlening p. 13 - 14
5. De Sports Direct belofte waarmaken.
Uw persoonlijke houding p. 15 - 23

1. Introductie

Praktische organisatie van deze dag :

Onze aanpak in deze module :

Wie ?

Wat ?

Hoe ?

Waarom ?

Jullie vragen, zorgen en interesses :

Kennismaking



Vragenlijst

- Hoe heet u ?
 - Wat is uw lievelingskleur ?
 - Hoe belangrijk is geld voor u ?
 - Wat denkt u dat anderen het meest in u waarderen ?
 - Wat vindt u het minst aantrekkelijk aan uzelf.
 - Waar knapt u op af ?
 - Welk politiek standpunt neemt u in ? Waarom ?
 - Wat is uw grootste kwaliteit ?
 - Wat is uw grootste tekortkoming ?
 - Hoe denkt u dat collega's u omschrijven ?
 - Wat vindt u van samenwonen ?
 - Wat is de ergste leugen die u ooit hebt verteld ?
 - Waarover hebt u vroeger wel eens over iets belangrijks gelogen tegen één van uw ouders ?
 - Wat vindt u het aantrekkelijkst aan iemand ?
 - Wat weten klanten bij u te appreciëren ?
 - Waar schaamt u zich het meest voor ?
 - Wat is uw favoriete hobby of vrijetijdsbesteding ?
 - Hoe belangrijk is godsdienst voor u ? Gelooft u in God ?
 - Welke kwaliteiten vindt u belangrijk in het samenwerken met anderen ?
 - Bent u goed in sport ?
 - Hoe denkt u over de positie van de vrouw in de samenleving ?
 - Hoe zou u uw huiselijke omstandigheden kunnen verbeteren ?
 - Welke vakken vond u het leukst op school ?
 - Wat vindt u van huilen in het gezelschap van anderen ?
 - Waarvoor werd u als kind het meest gestraft of bekritiseerd ?
- Bedenk zelf nog een drietal persoonlijke vragen die u uw gesprekspartner wil stellen :

Nota's

Handwritten notes area with horizontal lines.

OPLEIDING

Basishandelingen van klantgericht handelen
Sales Trainee Programme Module 1

HOOFDSTUK 1

Introductie

2. De Sports Direct belofte

Onze beloften en uitdagingen

Elke vogel zingt zoals hij gebekt is of elk logo creëert zijn ...

- **Stap in gedachten in de positie van een klant die inkopen doet in een prijsdiscounter zoals Aldi, Lidl...**



Wat ik verwacht van de winkelhouding

Wat ik verwacht van de dienstverlening



Wanneer ben ik echt tevreden ?

- **Stap nu in gedachten in de positie van een klant die inkopen doet in een kleinere speciaalzaak, zoals een kaasboer, wijnhandelaar, delicatessenzaak....**



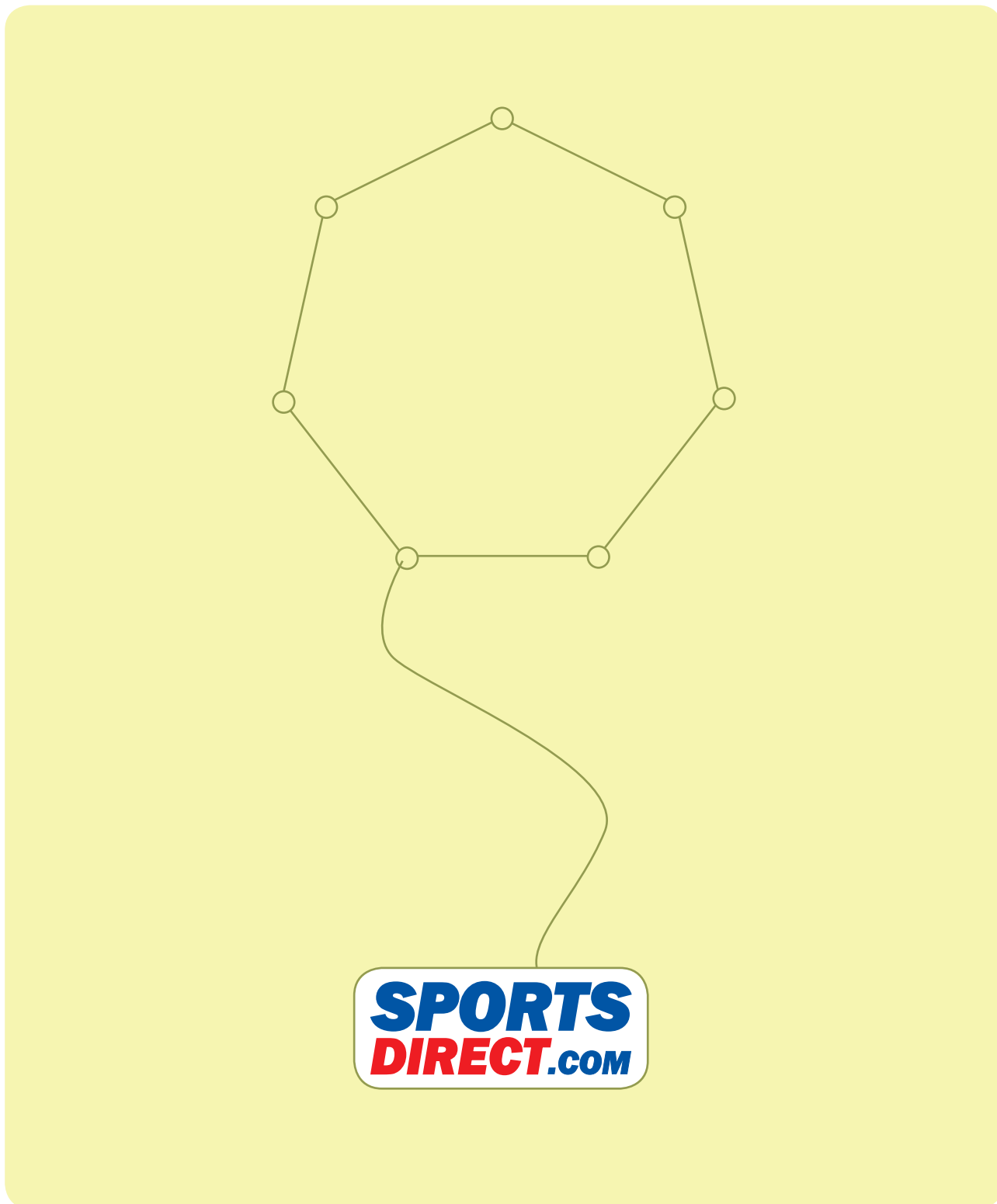
Wat ik verwacht van de winkelhouding

Wat ik verwacht van de dienstverlening



Wanneer ben ik echt tevreden ?

De 7 beloften van een Sports Direct winkel



Vanuit de klant gezien

- **Stap in gedachten in de positie van een klant die inkopen doet in een Sports Direct-winkel met de genoemde beloften. Wat wilt u als klant dan zien, horen en opmerken opdat u ook de beloften zou beleven (en dus geloven).**



Wat ik verwacht van de winkelhouding

Wat ik verwacht van de dienstverlening



Wanneer ben ik echt tevreden ?

1 2 3 4 5 6 7

3. De Sports Direct belofte waarmaken




Basishandelingen voor de gewenste 'winkelhouding'

Een optimale snelle goederenstroom verzekeren

Basishandelingen

- door de receptieruimte overzichtelijk te houden en door een snelle sortering van de goederen te organiseren;
- door voorrang te geven aan het uitpakken van de bestsellers;
- door de bestsellers in de winkel onmiddellijk en prioritair aan te vullen;
- door het aanbrengen van de juiste kapstokken en maatblokjes;
- door steeds de prijzen vooraan het product voor de klanten zichtbaar te maken.

De voordelen

	Wat ik wil ... doen	  
Stoppen		
Minder		
Meer		
Anders		

Het concept volumemercchandising realiseren

Basishandelingen

- door de bins permanent op een groot volume te houden;
- door de textielmeubels en schoenentafels volgens de regels gemerchandised en volumineus te houden;
- door de kapstokken en de maatblokjes correct te demonstreren;
- door de Mega Value-prij斯卡artjes steeds te visualiseren.

De voordelen




	Wat ik wil ... doen	  
Stoppen		
Minder		
Meer		
Anders		

De merchandising cijfermatig en commercieel bijsturen

Basishandelingen

- door de bestsellers producten steeds op de 'selling points' te presenteren;
- door 'Price Changes' onmiddellijk door te voeren;
- door een wekelijkse toepassing van het 'Dead Shoes Report';
- door ontbrekende producten aan uw verantwoordelijke te melden voor bijsturende maatregelen;
- door een flexibele merchandising te hanteren.

De voordelen

	Wat ik wil ... doen	  
Stoppen		
Minder		
Meer		
Anders		

Een optimale terreinbezetting realiseren

Basishandelingen

- door steeds de mij toegewezen verkoopzone te respecteren;
- door een verantwoordelijke te verwittigen wanneer ik mijn zone wens te verlaten voor een pauze;
- door mij te houden aan de mij toegewezen pauze;
- door bij afwezigheid van een collega ook spontaan de opvolging van klanten buiten mijn zone te garanderen.

De voordelen

	Wat ik wil ... doen	  
Stoppen		
Minder		
Meer		
Anders		

De inventarisverschillen minimaliseren

Basishandelingen

- door een permanent bewustzijn van het algemeen belang hiervan;
- door steeds de mij toegewezen verkoopzone te respecteren;
- door steeds de klant vriendelijk tegemoet te gaan binnen mijn zone;
- door een correcte beveiliging van de goederen.

De voordelen

	Wat ik wil ... doen	  
Stoppen		
Minder		
Meer		
Anders		

4. De Sports Direct belofte waarmaken

Basishandelingen voor een klantvriendelijke dienstverlening

Alles kan beter ...

	Klantgericht zijn :	Voor uw winkel	Voor uzelf
1	Verzekeren van een goede terreinbezetting in elke zone.		
2	Verkopen wat in stock is.		
3	Opvolging van de klant ook buiten uw eigen zone		
4	Bekwaam zijn om raad te geven.		
5	De klant vriendelijk tegemoet gaan.		
6	De tijd nemen om naar de klant te luisteren.		
7	Complementaire verkoop toepassen op een delicate manier.		
8	De klachten van de klant met de glimlach behandelen.		

	Imago van de winkel verzorgen :	Voor uw winkel	Voor uzelf
1	Ervoor zorgen dat de producten op de juiste plaats zijn.		
2	Toepassing van de juiste PLV op de producten.		
3	Positief spreken over Sports Direct, zowel met de klant als onder elkaar.		
4	Altijd voorrang geven aan de klant.		
5	"Goeiedag", "tot ziens", "dank u wel" en een glimlach.		
6	Steeds een verzorgd voorkomen hebben.		
7	Waken over de netheid in de winkel.		
8	Organiseren om de wachttijd aan de kassa te verminderen.		

Nota's

5. De Sports Direct belofte waarmaken

Uw persoonlijke houding

IKKE als klant : 'Een catastrofe'

Individuele opdracht

Wat is de meest negatieve dienstverlenende ervaring waaraan u kan terug denken ? Wat was de situatie ?
Wat liep er verkeerd en wat leidde er tot de catastrofe ?

Wat ergerde er u het meest ?

Wat zei u toen bij uzelf ?

Overige antwoorden uit de groep ?

IKKE als klant : 'Een woah ervaring'

Individuele opdracht

Wat is de meest positieve dienstverlenende ervaring waaraan u kan terug denken ? Een ervaring waarvan u onder de indruk was en die maakt dat u blijft terugdenken en -keren naar die winkel/leverancier. Wat was de situatie ? Wat was opmerkelijk en wat leidde er tot 'woah' ?

Groepsopdracht

Preciseer wat deze dienstverleningen zo uitzonderlijk maakte ?
Welke kwaliteiten hadden de personen die u deze dienst verleenden ?

De wat en de hoe die deze service bijzonder maakte.	Kwaliteiten	Uzelf

Wij als klant : wat kopen wij bij dienstverlening ?

Groepsopdracht :

Haal uit de aangebrachte verhalen wat klanten uiteindelijk kopen ?

Of

Wat klanten kopen in een dienstverlenende transactie is :

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

Diensten verlenen : een stel apart

Kenmerken

Ontastbaarheid.

Diensten kunnen niet gezien, geproefd of betast worden. Ze worden beleefd op het moment dat ze verleend worden.

Variabiliteit

De kwaliteit kan aanzienlijk verschillen, afhankelijk van degene die de dienst verleent en afhankelijk van de omstandigheden. De 'vorm' van de dag speelt heel sterk mee.

Vergankelijkheid (hernieuwbaar)

Een dienst kan niet voor later gebruik worden opgeslagen en moet dus telkens opnieuw worden geproduceerd. Bij elk contact wordt de meter opnieuw op nul gezet.

De klant is co-producent.

Diensten voltrekken zich in een interactieproces. Hierin zijn de dienstverlener maar ook de klant 'co-producenten'. Zij bepalen mee de kwaliteit van de dienstverlening en -beleving. Een relatie opbouwen met de klant is dus essentieel om zijn/haar medewerking te verkrijgen.

Enkele belangrijke begrippen

Beweringen in de aard van 'Diensten moeten de klant meerwaarde leveren' ... of 'De kwaliteit van diensten moeten verzekerd worden' ... zijn legio. Echter wat is :

Kwaliteit =

K = P - V

K = -

Tevreden klanten. Als de houding het verschil uitmaakt.

Onderstaand ziet u zes korte voorbeelden van hoe een dienstverlener u als klant behandelt. In de rechterkolom noteert u wat het effect van die persoon op u zal zijn én wat nu typisch is aan zijn of haar houding. Met welke bril bekijkt hij/zij de situatie ?

Situatie	Wat denkt de dienstverlener ? Wat is het effect op de klant ?
<p>Uw zes maanden oude auto houdt er opeens mee op. U bevindt zich bijna 50 kilometer van uw garage. U belt de garage en vraagt om hulp. Ze noteren wat er gebeurd is, waar u zich bevindt en het telefoonnummer waar u te bereiken bent. Vijf minuten later wordt u teruggebeld met de mededeling dat er een monteur naar u onderweg is, en als hij de auto niet aan de praat krijgt neemt hij hem mee en krijgt u meteen een vervangauto mee.</p>	
<p>U hebt een grasmaaier gekocht in de stad. Zelf woont u in een dorpje zo'n 30 kilometer buiten de stad. U wilt op zondag het gras gaan maaien, maar het lukt u niet om de snijbladen op de juiste hoogte in te stellen omdat er iets stuk is. Maandagochtend belt u meteen de winkel. De medewerker vraagt u of u weet wat er precies mis is. "Kom dan langs met de grasmaaier, zodat we ernaar kunnen kijken," besluit hij.</p>	
<p>U bent aan het tanken als plotseling de benzine uit de tank over uw schoenen golft; de automatische vulstop doet het blijkbaar niet. U meldt dit aan de kassamedewerker, die antwoordt dat nog niemand heeft geklaagd. Hij wijst u de weg naar de toilet, zodat u uw schoenen kunt schoonmaken.</p>	
<p>U bevindt zich in een groot, vrij duur warenhuis. U hebt telefonisch iets besteld en komt dit ophalen. Na enig zoeken vindt de verkoper wel de notitie van uw bestelling, maar de bestelling zelf is nog niet verwerkt en voorbereid. "We zijn vandaag nogal onderbezet," luidt het antwoord. "Ik zou op de planning moeten zien wanneer het ons kan lukken."</p>	

<p>U bent op zakenreis. Het is november en erg slecht weer. U verblijft in een hotel in het stadscentrum en neemt een taxi naar uw hotel. Op het moment dat de taxi wegrijdt, realiseert u zich dat u uw paraplu in de taxi heeft laten liggen. U vertelt dit terloops aan de receptioniste bij het ophalen van de sleutel, als zij opmerkt dat het zulk slecht weer is. Als u de volgende ochtend uw sleutel afgeeft, geeft zij u uw paraplu terug. Als u vraagt hoe haar dat gelukt is, antwoordt zij : “Ik ken iemand bij het taxibedrijf, dus ik heb gebeld en de taxichauffeur heeft uw paraplu teruggebracht.”</p>	
<p>U hebt in een winkel een paar kleine, maar zeer zware boodschappen gekocht. Bij de kassa zorgt de kassierster ervoor dat zij de boodschappen verdeelt over twee tassen met de zwaarste stukken onderaan. Zij biedt aan om de tassen zonodig nog even te laten staan tot u het winkelen in het centrum heeft beëindigd.</p>	

Met welke bril op leef en beleeft u de wereld ?

Pro-actief

- Doen, dan denken
- Initiatief nemen
- Energie in de spieren
- In actie komen, er tegenaan gaan

Re-actief

- Denken, dan doen
- Nadenken, reflecteren
- Energie in het hoofd
- Analyse is voorwaarde voor actie

Weg van

- Wil problemen vermijden
- Ziet vooral wat verkeerd kan gaan
- Moeite met stellen van prioriteiten
- Is goed in het onderkennen van problemen en risico's

Naartoe

- Wil doelen bereiken
- Ziet vooral het doel, resultaten
- Prioriteiten stellen, realiseren
- Moeite met onderkennen van problemen
- Is goed om problemen te vertalen in doelen en de gewenste situatie

Interne referentie

- Gaat uit van eigen normen
- Beslist zelf over wat en hoe te doen
- Vertrekt vanuit zijn/haar eigen visie van zaken en standpunten

Externe referentie

- Gaat uit van de normen van anderen
- Staat open voor en zoekt de mening van anderen
- Is gericht op datgene wat de andere belangrijk vindt
- Meewerkende houding

Voldoet wel

- Gelijk is sleutelwoord
- Merkt op wat er is
- Zoekt naar aansluiting op criteria
- Vraagt zich af wat en hoe het past
- Wat goed is
- Aandacht voor het gemeenschappelijke

Voldoet niet

- Ongelijk is sleutelwoord
- Merkt op wat er niet is
- Zoekt de verschillen met criteria
- Wat niet past
- Wat fout is
- Wat er mis gaat of gemist wordt
- Aandacht voor verschillen

Controle binnen zichzelf

- Zoekt de oorzaken bij zichzelf
- 'Makes things happen'
- Erkent/zoekt het eigen aandeel in het gebeuren
- Eigen verantwoordelijkheid
- Ziet vooral datgene dat hij/zij kan bewerken en beïnvloeden

Buiten zichzelf

- Zoekt oorzaken buiten zichzelf
- 'Overkomt van alles'
- Spreekt over toeval en invloeden
- Aandacht gericht op belemmerende factoren en omstandigheden
- Ziet vooral datgene waarop hij/zij geen of weinig invloed heeft

Concept

- Vraagt zich af 'waarom' zaken verlopen zoals ze verlopen.
- Gericht op het toepassen en het gebruik van zaken
- De focus in het denken is theoretisch, conceptueel

Gebruik

- Vraagt zich af 'hoe' de zaken aan te pakken. Stelt de 'hoe'-vraag (zaken aankaarten).
- Gericht op oorzaken die verklaring kunnen geven
- Doen is de focus in het denken

Tevreden klanten : een s' u' ccesformule waarin 'U' onmisbaar bent.

Wij omschrijven een klantgerichte houding als zijnde een houding waarin wij :

Individuele opdracht :

Zoek in gedachten situaties waarin u deze houding gedeeltelijk of volledig had. Laat als het ware in gedachten opnieuw het filmpje draaien die de situatie weergeeft (wat gebeurde er, met wie, wat deed u dan, wat dacht u bij uzelf, hoe voelde het ...). Wat was uiteindelijk het effect hiervan op de klant en op u ? Wat is er nodig om in de toekomst nog meer in die houding te stappen ?

Vorm drietallen en wissel jullie bevindingen uit. Wat zijn jullie conclusies ?
