

# Кейс Федеральной торговой сети «Бегемот» по курсу «Адаптационная программа для продавцов-консультантов»

## О компании

«Гипермаркет «Бегемот» - крупнейшая в стране федеральная оптово-розничная сеть по продаже игрушек, которая включает в себя 88 гипермаркетов, расположенных в европейской части РФ, на Урале и Сибири. Компания является действительным членом Национальной ассоциации игрушечников России. Торговая сеть «Бегемот» - Официальный Лицензиат XXII Олимпийских зимних игр в 2014 г. в Сочи в категориях «Игрушки мягкие», «Игрушки, игры для детей, пазлы», что дало эксклюзивное право на производство игрушек с сочинской символикой.

Компания не раз становилась обладателем **Национальной Премии индустрии детских товаров «Золотой медвежонок»** - самой значимой отраслевой награды, присуждаемой за достижения и профессиональный вклад в развитие индустрии детских товаров в Российской Федерации.

## Электронный курс «Адаптационная программа для продавцов-консультантов ФТС «Бегемот»

Первый человек, которого покупатель встречает в любом магазине – это продавец-консультант. От того, насколько быстро он определит потребности покупателя и найдет к нему подход, зависит успех продажи, а значит объем выручки и эффективность магазина в целом. Но как быть с теми сотрудниками, которые только вышли на работу и совсем не знакомы с техниками продаж и выкладки товара в магазине? Ведь их необходимо быстро и эффективно всему обучить. Именно с такой задачей к нам обратилась компания «Гипермаркет «Бегемот».

Цель курса «Адаптационная программа для продавцов-консультантов ФТС «Бегемот» - помочь новым сотрудникам адаптироваться на новом рабочем месте, освоить особенности контакта с покупателем.

Весь курс представлен как посещение магазина. Каждый этаж (соответствующий раздел для изучения) открываются для слушателя по мере их прохождения предыдущего материала. Такой формат выбран неслучайно – мы старались максимально приблизить слушателя к реальности. Кроме того, это позволило существенно упростить навигацию – слушатель просто перемещается по заданному маршруту в магазине.

Именно по этой же причине курс строится не на основе истории (здесь она была бы излишней), а представлен от первого лица.

Обратная связь в курсе реализована через наставника, который на протяжении всего курса сопровождает ▶



слушателя и поэтапно знакомит его с материалом. Кроме того, за прохождение заданий начисляются баллы. При верном ответе с первого раза слушатель получает 1 балл, за верный ответ со второго и последующего раза - 0,5 балла.

Так, например, в первом разделе курса «Учебный центр», который содержит материалы о самой компании, ее истории, торговых марках, организационной структуре и информации о ключевых проектах, по прохождении раздела Наставник предлагает слушателю пройти проверочный тест, чтобы закрепить полученные знания. При каждом ответе наставник дает обратную связь по выбранному ответу, объясняя, почему верно или неверно то или иное утверждение.

В основном практика в курсе представлена в виде сериальных ситуаций, которые могут случиться с работником в реальной жизни. Строится диалог с возможностью выбора тех фраз, которые максимально подходят в той или иной ситуации.

Например, на третьем этаже магазина, слушатель должен подобрать каждому покупателю правильную игрушку в зависимости от его потребностей. Техника продаж отрабатывается с помощью упражнений drag&drop, где слушатель, исходя из параметров покупателя, должен выбрать правильные подходящие товары и сказать оптимальные для ситуации фразы (слова).

По мере прохождения курса слушатель постепенно отрабатывает каждый необходимый ему навык. А в конце курса на последнем этаже представлена комплексная практика, включающая в себя все: выбор игрушки, общение с клиентом, работа с возражениями.

Отдельно стоит упомянуть графику курса. Яркий, красочный дизайн во многом обусловлен использованием корпоративных цветов заказчика: розовых и желтых тонах. Кроме того, также на выбор оказа-

ли влияние особенности целевой аудитории – это в основном молодые женщины в возрасте 25-35 лет.

При отрисовке локаций в курсе были учтены виды реальных магазинов, и все что может находиться внутри них. Сами игрушки также отрисовывались по фотографиям, предоставленным заказчиком.

Курс красочный, активный, создает отличное настроение, после которого слушатель будет настроен на позитивную работу. Курс успешно внедрен в компании и получил много положительных отзывов и оценок. ●

Инструмент разработки: CourseLab  
Сценарист: Панкрушин Александр  
Разработчик: Панкрушин Александр  
Дизайн и иллюстрация: Торгова Ольга  
Сурначева Анна

