

MARKS & SPENCER, YSBS Satış Oyunu'nu Kullanarak Mağazalar Arası Satış Turnuvası'na Başladı.

MÜŞTERİ HİKAYESİ

MARKS &
SPENCER



MARKS&SPENCER

sürdürülebilir bir büyüme için, satış personelini düzenli olarak eğitmektedir.

*Kurumsal eğitim ve gelişimin bir parçası olarak, satış asistanlarına verilen eğitimlerin daha akılda kalıcı ve pekiştirici olabilmesi için, **Yağ Satarım Bal Satarım Satış Oyunu'nu**, eğitimlerinin bir parçası haline getirmiştir.*

M&S Hakkında

Mağazacılık sektöründe hizmet veren Marks & Spencer, 38 ülkede yaklaşık 600 mağazası ile faaliyet göstermektedir. 100 yılı aşkın süredir müşterilerine en kaliteli ürünleri en iyi hizmet anlayışı ile sunmaktadır. Marks & Spencer, keyifli ve kaliteli alışveriş anlayışını Türk müşterileriyle 1995 yılında buluşturdu. Şirket, 1999 yılından itibaren İngiltere'den franchising haklarını satın alan Fiba Holding bünyesinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Marks & Spencer Türkiye, 41 mağazası, yaklaşık 1000 çalışanı ve 35.000 metrekareyi geçen net satış alanı ve geniş ürün yelpazesıyla değerli müşterilerine hizmet vermektedir. Türkiye'de mağazacılık alanında hizmet veren lider kuruluşlar arasında tartışılmaz bir konumda bulunan Marks & Spencer sadece M&S etiketli ürünler taşımaktadır.

Mevcut Durum

Kurum, büyümeyi ve gelişimi sağlayacak olan süreç iyileştirmeleri ile birlikte, satış ekiplerinin motivasyonu, genç ve

dinamik kadrosunun gelişime açık yönlerinin iyileştirilmesi için yoğun programlar uygulamaktadır. Uygulanan programların hızlı ve etkili sonuç vermesi için uygulamalar takip edilmekte ve gerekli tedbirler alınmaktadır. Farklı bölümlerdeki ürünleri müşteriye sunan satış asistanları, farklı sonuçlar alabilmektedir. Müşteri kitleleri farklı olmasına rağmen yapılacak uygulamalar benzerlik göstermekte ve bunların paylaşılması ile etkileri çoğalmaktadır. Şirketin tümünde başlatılacak bir proje hem motivasyon hem de satış cirolarında yükselmeye vesile olacaktır.

Satış Turnuvası

UNICON Danışmanlık, Marks&Spencer ile görüşme yaparak uygun bir program tasarladı. İşlerini iyi bilen, eğitim seviyesi yüksek satış asistanlarına, akademik çalışmaları uygulamak çok yararlı olmayacaktı. Ancak uygulaması hızlı ve basit olan bir aracın kullanılması, elde edilecek sonuçları önemli derecede etkileyecekti.



MARKS & SPENCER, Yağ Satarım Bal Satarım Satış Oyunu'nu Kullanarak Mağazalar Arası Satış Turnuvası'na Başladı.



Marks&Spencer, Yağ Satarım Bal Satarım Satış Oyunu'nu kullanmaya başladı.

Oyunun düzenli kullanımı ile ekipler birçok farklı unsuru bir arada görerek bakış açılarını genişlettiler. Farklı uygulamalar, başarılı deneyimlerin paylaşımı, takım çalışması, özgüven gelişimi ve iletişim, oyunun düzenli kullanımı esnasında ekiplerin bir arada yaşadığı ve geliştirdiği yetkinliklerdir. Tüm bu yetkinliklerin daha kalıcı ve etkili olmasının temel sebebi, satış oyununun, içinde eğlenceyi ve kırıcı olmayan rekabeti barındırması olmuştur. Alınan etkili sonuçlar neticesinde, M&S Satış Oyununu Türkiye'deki tüm mağazalarında Satış Turnuvası olarak kullanma kararı aldı. Turnuvada başarılı olma kriterleri arasında ekiplerin sadece satış oyununda başarılı olmaları değil, mağazanın hali hazırda kullandığı başarı kriterleri ve en önemlisi satış cirolarındaki artış da uygulamayı farklı bir boyuta taşıyarak şirket içerisinde bir heyecan yaratmıştır. Satış Oyununun başlangıç noktası olarak alınması, farklı ve etkin

kullanımı, personel üzerinde farklı ve olumlu birçok etkiyi beraberinde getirmiştir.

Sonuçlar

Düzenli uygulamaların ardından, pozitif etkilerin kısa zamanda oluşmaya başlaması, Mağazalar Arası Satış Turnuvası'nın gerçekleştirilmesine vesile olmuştur.

"Karşımdaki kişiyi daha iyi anlayabiliyorum. Daha fazla empati kurabiliyorum. Karşılaştığım sorunlara daha net çözüm bulabiliyorum. Müşteri Portföyüm arttı."

Satış Asistanlarının ve Yöneticilerinin yaptığı değerlendirmeler bu kararı desteklemektedir.

Satış Turnuvasının da tüm mağazalarda benzer olumlu sonuçları ortaya çıkartması beklenmektedir.



UNICON  DANIŞMANLIK

