

Project „digiskill-retail“

Development and Use of flexible and digital tools for increasing digital skills of vocational students and employees in retail trade.

Evaluation – interview 1

"Digital skills in the retail industry"

Estonia

Project duration: 01.09.2022 – 31.08.2024

2022-1-DE02-KA220-VET-000089396



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Evaluation interview "Digital skills in the retail industry"

INFORMATION AND DATA LITERACY

Products and services of the training company (AO - training regulations, §4 paragraph 2 number 1

Introduction: In order to advise customers according to their needs, prospective salespeople and retail clerks need in-depth knowledge of goods. This is one of the key qualifications in retail.

Knowledge of goods includes knowledge of:

- the production
- the product characteristics
- the advantages and benefits
- the application and use
- the care, storage and, if necessary, disposal of goods
- alternative offers and of course the price of the goods

1. Millist rolli mängivad teie asutuses digitaalsed teabeallikad kaubandusteadmiste

vahendamisel? Üldiselt ei õpetata neid teemasid kõigile kõigile, kuna paljud töötajad ei pea kasutama digivahendeid ja see ei ole paljude meie tööülesannete jaoks vajalik. Ettevõttes on sisemised toote- ja kaubakeskkonnad, mida kasutavad peamiselt inimesed, kelle konkreetset ülesanded on seotud toodete tellimisega jne. Seega õpetatakse neid teemasid ainult inimestele, kes neid konkreetset oma tööks vajavad.

2. Kuidas arendate oma õppurite/töötajate andmeanalüüsioskusi? Kõikidele töötajatele pakutakse Exceli kursuseid e-õppena Skillaby keskkonnas. Exceli kursused on tavaliselt väga üldised ja sageli ei sisalda mõningaid konkreetseid funktsioone, mida nende töötajad vajavad. Näiteks kui töötajal on suur Exceli fail, kus on palju andmeid ja palju funktsioone, võib ta millegi juures kinni jääda, sest seda konkreetset asja ei õpetatud platvormil/kursusel. Seega on vaja rohkem individuaalsust ja nad oleksid õnnelikud, kuna saaks välja töötada mõned konkreetset õpiampsud.

3. Kuidas õpetate oma õpilastele/töötajatele teabe leidmist, et paremini nõustada kliente asjakohase tooteinfo osas? Üldiselt ei õpeta, sest see ei ole oskus, mis on enamiku töötajate jaoks asjakohane, ja nad ei eelda, et klienditeenindaja peab kaupluses omama sedavõrd sügavaid teadmisi toodete kohta. Klienditeenindajad saavad tavaliselt põhjalikumalt teada uutest toodetest, kui hankijad tulevad kauplustesse uusi tooteid või uusi tootesarju või tooteid tutvustama.

4. Kuidas õpetate oma õpilasi leidma teavet toodete ringlussevõtu/taaskasutamise/käitlemise kohta? Praegu tutvustatakse töötajatele asjakohaseid dokumente (õigusaktid, juhendid, määrused) ringlussevõtu/kasutamise ja jätkusuutlikkuse teemadel.

Kuna see teema on väga asjakohane ja oluline, arendavad nad praegu oma sisemise õppeplatvormi e-kursust nendel teemadel.

COMMUNICATION

Presentation of goods and advertising measures (AO - training regulations, §4 paragraph 2 number 2)

Introduction: Advertising is part of a company's communication policy. Customers need to know what services the trading company can offer them. Advertising is the communication with the customer to inform, maintain one's own image, create purchase incentives and build trust.

1. Milliseid kommunikatsioonikanaleid kasutate ettevõttes/õppeasutuses, et valmistada õpilasi ette klientide teavitamiseks reklaamikampaaniatest?

Nad ei õpeta eraldi kursusena mingeid digitaalseid või analoogseid sidekanaleid, sest töötajaid on väga palju ja enamik neist ei vaja seda teavet oma töö tegemiseks.

Nad pakuvad kõigile uutele töötajatele koolitust "Welcome Pack", kus räägitakse eetikast, üldisest suhtlemisest ja käitumisest sotsiaalmeedias. Kuid see puudutab pigem häid tavasid ja nende ettevõtte head esindamist, mitte reklaami.

Nad kavatsevad siiski lisada oma olemasolevale sisemisele e-õppe platvormile digitaalse kommunikatsiooni/digitaalreklaamikanalite teemasid, kuid see on praegu alles plaan ja võtab aega.

2. Milliseid meetodeid kasutate, et võimaldada õppuritel/töötajatel neid kanaleid kasutada? (Õppemeetodid)

Kursus "Welcome Pack" on ettevõtte sisemises e-õppeplatvormis ning tulevikus on kavas lisada ettevõtte sisemisele e-õppeplatvormile rohkem digitaalse kommunikatsiooni/reklaami teemasid.

3. Kuidas õpetate oma õpilasi/töötajaid valima õigeid kanaleid klientidega suhtlemiseks?

Seda teemat töötajatele üldiselt ei õpetata, sest nende teemadega tegelevad konkreetsed inimesed, kes suhtlevad klientidega digitaalsete kanalite kaudu, kellelt oodatakse neid oskusi ja kes saavad selle kohta spetsiaalse juhendi tööle asudes.

COLLABORATION

Information and communication (AO - training regulations, §4 paragraph 4 number 3)

Introduction: In order to exchange ideas with colleagues or customers, digital media are increasingly being used today in addition to personal conversations.

1. Milliseid digitaaltehnoogiaid/meediume kasutate asutusesiseseks teabevahetuseks või suhtlemiseks?

Nad kasutavad oma ettevõtte sisekeskkonda (intranet), Skype'i, Facebooki gruppe, Slacki, Teams'i, e-posti. See sõltub osakondadest, inimeste ülesannetest ja nende eelistustest/vajadustest

2. Milliseid asutusesiseseid suhtluskanaleid kasutate oma töötajate/õpilastega?

Intranet on väga populaarne, kuid samuti on populaarsed teised eespool nimetatud vahendid ja tehnoloogiad. Erinevates kauplustes ja osakondades on see erinev.

3. Milliseid vahendeid, platvorme ja muid meetodeid kasutate oma praktikantide ühisloomise ja loovuse/ideede vahetamise arendamiseks?

Koolitajad kasutavad oma loengutes Canvat, Miro tahvleid ja Genially't ühisloome ja loomingulisuse arendamise eesmärgil. Nad kavatsevad tulevikus kasutada ka 7taps'i.

INFORMATION

Consulting of customers (AO – training regulations, §5 paragraph 3 sentence 1 number 2)

Introduction: In retail, customers today expect individual, needs-based advice and solutions to their problems as well as a clearly tailored benefit-related presentation. In order to advise customers according to their needs, sellers and retail merchant (KiE) must be able to recognize and analyse the latest trends in retail.

1. Milliseid teabeallikaid kasutate (kaubandus)protsesside jälgimiseks, äratundmiseks ja analüüsimiseks?

Nende teemade fragmente õpetatakse seoses konkreetsete tööoskuste koolitustega. Näiteks õpivad juhid analüüsima kaubandusprotsesse, arenguid, et näha oma tööks vajalikku suuremat pilti. Teine näide on inimesed, kes vastutavad kaubapaigutamise eest. Nad õpivad kliendipsühholoogiat ja uusi suundumusi sellest vaatenurgast - näiteks milliseid tooteid tuleks paigutada silmade kõrgusele (nad õpivad nägema kliendi vaatenurka). Neid teemasid õpetatakse e-kursusena ja neid toetavad kontaktkoolitused koos klienditeeninduse/kliendikäitumise koolitajaga.

Konkreetseid allikaid on raske välja tuua, sest need on väga erinevad.

2. Milliseid vahendeid ja muid võimalusi õpetate töötajatele/õpilastele digitaalse klienditeeninduse oskuste arendamiseks - nt chatbot, ettevõtte/kaupluse rakendus, tellimused jne.

Neid teemasid ei õpetata, sest need teemad ei ole enamiku nende töötajate jaoks olulised ja mõned neist ei ole nende ettevõtte jaoks üldse olulised (juturobotid).

DIGITAL CONTENT CREATION

Online trading (AO – training regulations, § 5 paragraph 4 sentence 1 no. 6)

Introduction: More and more retail companies set up their own online shop in order to be present for their customers on various channels.

1. Kas te integreerite oma õppesse valikaine "e-kaubandus" sisu?

Ei, sest on olemas väga spetsiifilised inimesed (ja töökohad), kes tegelevad e-kaubanduse teemadega, kellel on vajalikud oskused juba olemas ja kes ei pea neid teemasid õppima. E-kaubandust üldiselt ei õpetata, sest enamik töötajaid ei vaja neid teadmisi ja lähitulevikus ei ole kavas neid lisada.

2. Millised digitaalse sisu loomise oskused on teie arvates eriti olulised töötajatele nende igapäevatöös?

Nutitelefonide ja sotsiaalmeedia (Facebook) kasutamine, samuti e-posti ja lihtsate veebiotsingute tegemine on üldiselt hästi arenenud oskused. Puudujääkidest oskab ta välja tuua überturvalisuse ja e-kirjade/platvormide/kahtlaste linkide turvaline kasutamine. See teema ei ole nõrk mitte ainult vanemaealistele, vaid kõigile. Samuti on väike hulk eakaid inimesi, kellel ei ole isegi e-posti, kuid selle omamine on tänapäeval väga oluline, seega on ka see vajalik oskus, mida tuleb mõnele inimesele õpetada. Üks teema, mis on samuti mõnede töötajate jaoks puudulik, on riikliku ID digitaalsed võimalused (mobiil-ID, digiallkiri jne).

Vanus mängib kindlasti rolli selles, millised digioskused inimestel on. Vanemad inimesed (ja eriti väiksematest kohtadest ja maapiirkondadest pärit vanemad inimesed) on digitehnoloogiates osas nõrgemad. Mõned vanemad inimesed ei taha põhimõtteliselt mingeid digioskusi õppida, aga neid inimesi ei ole nii palju, üldiselt tahavad inimesed õppida.

Paljusid digioskuste puudujääke saab kindlasti katta e-õppe abil. Kuid kui tegemist on eakate inimestega, kellel on üldiselt väga vähe digioskusi, siis võib neil olla probleeme e-õppeplatvormide kasutamisega ja nendel juhtudel on vaja juhi või juhendaja individuaalset tuge.