

Έργο „digiskill-retail“

Ανάπτυξη και Χρήση ευέλικτων και ψηφιακών εργαλείων για την αύξηση των ψηφιακών δεξιοτήτων επαγγελματιών σπουδαστών και εργαζομένων στο λιανικό εμπόριο

Αξιολόγηση – συνέντευξη

«Οι ψηφιακές δεξιότητες στη βιομηχανία λιανικού εμπορίου»

Ελλάδα

Διάρκεια έργου: 01.09.2022 – 31.08.2024

2022-1-DE02-KA220-VET-000089396

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



Συνέντευξη Αξιολόγησης

«Οι ψηφιακές δεξιότητες στον κλάδο λιανικού εμπορίου»

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Προϊόντα και υπηρεσίες της εταιρείας κατάρτισης (ΑΟ – κανονισμοί κατάρτισης, §4 παράγραφος 2 αρ. 1)

Εισαγωγή: Για τη σωστή συμβουλευτική των πελατών σύμφωνα με τις ανάγκες τους, οι δυνητικοί πωλητές και οι υπάλληλοι λιανικής πρέπει να γνωρίζουν ενδελεχώς τα προϊόντα, κάτι το οποίο αποτελεί βασικό στοιχείο στη λιανική πώληση.

Η γνώση των προϊόντων εμπεριέχει γνώση για τα εξής:

- την παραγωγή
- τα χαρακτηριστικά προϊόντος
- τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα
- την εφαρμογή και τη χρήση
- τη φροντίδα, την αποθήκευση και αν χρειάζεται, τη διάθεση αγαθών
- τις εναλλακτικές προσφορές και φυσικά την τιμή των προϊόντων

1. Ποιο ρόλο παίζουν οι ψηφιακές πηγές πληροφόρησης στο ίδρυμά σας για τη μετάδοση γνώσεων σχετικά με τα εμπορεύματα;

2. Πώς αναπτύσσετε τις δεξιότητες ανάλυσης δεδομένων των μαθητευομένων σας;

3. Πώς διδάσκετε τους μαθητευομένους/-ές σας να βρίσκουν τις πληροφορίες προκειμένου να συμβουλεύουν καλύτερα τους πελάτες για τις σχετικές πληροφορίες του προϊόντος;

4. Πώς καθοδηγείτε τους μαθητευομένους/-ές σας ώστε να βρίσκουν πληροφορίες σχετικά με την ανακύκλωση/επανάχρηση/μείωση των προϊόντων;

Οι ψηφιακές τεχνολογίες είναι απαραίτητες για την επιτυχία του λιανικού εμπορίου, ιδίως όσον αφορά τη διαχείριση της αλυσίδας εφοδιασμού, την παρακολούθηση των αποθεμάτων, τη δέσμευση των πελατών και το μάρκετινγκ. Για την προώθηση της χρήσης ψηφιακών εργαλείων και της αναζήτησης μέσω ψηφιακών μέσων, οι λιανοπωλητές μπορούν να παρέχουν εκπαίδευση και πόρους στους υπαλλήλους, όπως διαδικτυακά μαθήματα και εργαστήρια που καλύπτουν θέματα όπως η βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης, το ψηφιακό μάρκετινγκ και η ανάλυση δεδομένων. Οι λιανοπωλητές μπορούν επίσης να ενθαρρύνουν την κριτική αξιολόγηση του περιεχομένου και των πηγών στο διαδίκτυο, παρέχοντας εκπαίδευση σχετικά με τον γραμματισμό πληροφοριών και δεδομένων και παρακινώντας τους υπαλλήλους να αναζητούν πολλαπλές πηγές για την επαλήθευση των πληροφοριών.

Οι μαθητευόμενοι/-ες μπορεί να χρειαστεί να εφαρμόσουν δεξιότητες ανάλυσης δεδομένων κατά τα διάφορα στάδια της επαγγελματικής σταδιοδρομίας τους και το είδος δεδομένων προς ανάλυση μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τον κλάδο ή τη θέση εργασίας για την οποία προετοιμάζονται. Επομένως η παροχή ενός ολοκληρωμένου προγράμματος κατάρτισης που καλύπτει τις δεξιότητες ανάλυσης δεδομένων σε διάφορα επίπεδα είναι πολύ σημαντική, ώστε να διασφαλίζεται ότι οι μαθητευόμενοι/-ες είναι έτοιμοι για τους μελλοντικούς τους ρόλους.

Παρέχετε πληροφορίες σχετικά με τη βιωσιμότητα μέσω πολλών προσεγγίσεων, συμπεριλαμβανομένης της κυκλικής οικονομίας, του περιβαλλοντικού αντίκτυπου και της μείωσης των αποβλήτων, καθώς και με την ενθάρρυνση των μαθητευόμενων να διερευνήσουν στρατηγικές για τη βιωσιμότητα. Προάγετε τη συνεργασία και την ανταλλαγή γνώσεων μεταξύ των μαθητευόμενων σε συνδυασμό με πρόσβαση σε πόρους όπως βάσεις δεδομένων, ερευνητικές εκθέσεις και μελέτες περιπτώσεων, τα οποία βοηθούν τους μαθητευόμενους/-ες να κατανοήσουν τη βιωσιμότητα.

Ενθαρρύνετε την πρακτική εμπειρία με βιώσιμες πρακτικές, όπως πρωτοβουλίες ανακύκλωσης και ελέγχους αποβλήτων, τα οποία ομοίως βοηθούν τους μαθητευόμενους/-ες να εφαρμόσουν τις γνώσεις τους σε πραγματικές καταστάσεις. Συνοψίζοντας, στόχος είναι η προώθηση της ευαισθητοποίησης για τη βιωσιμότητα και των δράσεων μεταξύ των μαθητευόμενων.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Παρουσίαση προϊόντων και διαφημιστικές ενέργειες (ΑΟ - κανονισμοί κατάρτισης, §4 παράγραφος 2 αρ. 2)

Εισαγωγή: Η διαφήμιση είναι μέρος της επικοινωνιακής πολιτικής μιας εταιρείας. Οι πελάτες/-ισσες πρέπει να γνωρίζουν τι υπηρεσίες προσφέρει η εμπορική εταιρεία. Η διαφήμιση είναι ηξ επικοινωνία με τους πελάτες/-ισσες για πληροφόρηση, διατήρηση της εικόνας, δημιουργία κινήτρων αγοράς και δημιουργία εμπιστοσύνης.

- 5. Ποια κανάλια επικοινωνίας χρησιμοποιείτε στην σχολή επαγγελματικής κατάρτισης για να προετοιμάσετε τους μαθητευόμενους/-ες για την ενημέρωση των πελατών σχετικά με τις διαφημιστικές εκστρατείες;**
- 6. Ποιες μεθόδους χρησιμοποιείτε για να δώσετε τη δυνατότητα στους μαθητευόμενους/-ες να χρησιμοποιούν αυτά τα κανάλια; (Μέθοδοι διδασκαλίας)**
- 7. Πώς εκπαιδεύετε τους μαθητευόμενους/-ές σας να επιλέγουν το σωστό κανάλι επικοινωνίας με τους πελάτες;**

Χρησιμοποιήστε διάφορες μεθόδους για να εκπαιδεύσετε τους μαθητευόμενους/-ες στη δημιουργία και την υλοποίηση διαφημιστικών εκστρατειών και στην επιλογή των κατάλληλων καναλιών επικοινωνίας με τους πελάτες. Αυτές οι μέθοδοι περιλαμβάνουν την παροχή κατάρτισης στις αρχές του μάρκετινγκ, τη διδασκαλία χρήσης των ψηφιακών καναλιών μάρκετινγκ, την ενθάρρυνση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας και την παροχή πρακτικής εμπειρίας. Επίσης, εκπαιδεύστε σχετικά με την επιλογή καναλιών, την ενθάρρυνση για έρευνα και ανάλυσης και την παροχή ανατροφοδότησης και αξιολόγησης από τους εκπαιδευτές/-τριες και τους συμμετέχοντες/-ουσες.

Συνολικά, οι μέθοδοι κατάρτισης μπορεί να περιλαμβάνουν διδασκαλία στην τάξη, πρακτική εξάσκηση, μελέτες περιπτώσεων, ομαδικές συζητήσεις, ανατροφοδότηση και αξιολόγηση.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Πληροφορίες και επικοινωνία (ΑΟ – κανονισμοί κατάρτισης, §4 παράγραφος 4 αρ. 3)

Εισαγωγή: Εκτός από τις συζητήσεις πρόσωπο με πρόσωπο, για την ανταλλαγή ιδεών με τους συναδέλφους ή τους πελάτες, στις μέρες μας χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

8. Ποιες ψηφιακές τεχνολογίες/μέσα χρησιμοποιείτε για την ανταλλαγή πληροφοριών ή την επικοινωνία στη σχολή επαγγελματικής κατάρτισης;

Τα **Moodle, Zoom, Webex**, και το **Jisk** επειδή επιτρέπουν στους χρήστες να φιλοξενούν και να συμμετέχουν σε διαδικτυακές συναντήσεις, διαδικτυακά σεμινάρια και εικονικές αίθουσες διδασκαλίας.

9. Στην τάξη ποια κανάλια εσωτερικής επικοινωνίας χρησιμοποιείτε με τους μαθητευόμενους/-ές σας;

- Πλατφόρμες επικοινωνίας όπως η Microsoft Teams και το Zoom
- Πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης όπως το WhatsApp και το Viber Online
- Διαδικτυακές έρευνες με χρήση Google Forms ή SurveyMonkey
- Email/ Intranet/LMS (Σύστημα Διαχείρισης Μάθησης) όπως το Moodle
- Τηλεφωνική επικοινωνία

10. Ποια εργαλεία, πλατφόρμες και άλλες μεθόδους χρησιμοποιείτε για να αναπτύξετε τη συνδημιουργία και τη δημιουργικότητα/ανταλλαγή ιδεών των μαθητευόμενων σας;

- Εργαλεία νοητικής χαρτογράφησης
- Συνεργατικούς Πίνακες
- Διαδικτυακές πλατφόρμες συνεργασίας εγγράφων document collaboration
- Εργαλεία σχεδιασμού
- Εργαλεία διαχείρισης έργου

Τα συγκεκριμένα εργαλεία και οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τις πολιτικές του οργανισμού, τις πρακτικές και το πρόγραμμα κατάρτισης.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Συμβουλευτική πελατών (ΑΟ – κανονισμοί κατάρτισης, §5 παράγραφος 3 πρόταση 1 αρ. 2)

Εισαγωγή: Στο λιανικό εμπόριο, οι πελάτες του σήμερα περιμένουν εξατομικευμένες συμβουλές, βασισμένες στις ανάγκες τους και λύσεις για τα προβλήματά τους, καθώς και μια σαφώς παραμετροποιημένη παρουσίαση που σχετίζεται με τις παροχές. Προκειμένου να συμβουλευθούν τους πελάτες σύμφωνα με τις ανάγκες τους, οι πωλητές/-τριες και οι έμποροι λιανικής πώλησης (ΚΙΕ) πρέπει να αναγνωρίζουν και να αναλύουν τις τελευταίες τάσεις στο λιανικό εμπόριο.

11. Ποιες πηγές πληροφοριών χρησιμοποιείτε στην τάξη για να παρατηρείτε, να αναγνωρίζετε και να αναλύετε τις (εμπορικές) διεργασίες;

Ασκήσεις ρόλων, μελέτες περιπτώσεων, σενάρια εξυπηρέτησης πελατών, επικοινωνία, επίλυση προβλημάτων, επίλυση συγκρούσεων

12. Ποια είναι τα εργαλεία και άλλοι τρόποι για να αναπτύξετε την ψηφιακή εξυπηρέτηση πελατών των μαθητευόμενων σας δεξιότητες; - π.χ., ρομπότ συνομιλίας, εφαρμογή της εταιρείας/του καταστήματος, συνδρομές κ.λπ.

Ο στόχος είναι η εκμάθηση δεξιοτήτων εξυπηρέτησης πελατών μέσω ποικίλων δραστηριοτήτων. Αυτές οι δραστηριότητες επικεντρώνονται στον χειρισμό ερωτημάτων, την επίλυση παραπόνων, την παροχή καθοδήγησης για τα προϊόντα, τη διαχείριση παραγγελιών, επιστροφών και επιστροφών χρημάτων και τη διατήρηση της ικανοποίησης των πελατών χρησιμοποιώντας κανάλια όπως τηλέφωνο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, συνομιλία, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πύλες αυτοεξυπηρέτησης, συχνές ερωτήσεις, βάσεις γνώσεων και φόρουμ. Επικεντρωθείτε στη σημασία των κοινωνικών δεξιοτήτων, όπως η ενεργητική ακρόαση, η ενσυναίσθηση, η επίλυση προβλημάτων και η επικοινωνία.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

Διαδικτυακές συναλλαγές (ΑΟ - κανονισμοί κατάρτισης, § 5 παράγραφος 4 πρόταση 1 αριθ. 6)

Εισαγωγή: Όλο και περισσότερες εταιρείες λιανικού εμπορίου δημιουργούν το δικό τους ηλεκτρονικό κατάστημα προκειμένου να έχουν παρουσία για τους πελάτες τους σε διάφορα κανάλια.

13. Ενσωματώνετε το περιεχόμενο του μαθήματος επιλογής «Ηλεκτρονικό εμπόριο» στην επιχείρησή σας/στα μαθήματά σας για δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου;

Το μάθημα Ψηφιακού Μάρκετινγκ στην εταιρεία περιλαμβάνει θέματα ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως το διαδικτυακό μάρκετινγκ, τα αναλυτικά στοιχεία ιστού, τις πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου και τη διαχείριση πελατειακών σχέσεων. Το μάθημα χρησιμοποιεί διαλέξεις, συζητήσεις, πρακτικές ασκήσεις και προσκεκλημένους ομιλητές, ενώ μπορεί να περιλαμβάνει συγκεκριμένα εργαλεία για πρακτικές εφαρμογές. Ωστόσο, το μάθημα δεν ενσωματώνει τη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου λόγω έλλειψης πόρων, συνάφειας με το κοινό-στόχο και ευθυγράμμισης με τους στόχους του οργανισμού. Η ενσωμάτωση της δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου ενδεχομένως να θέτει προκλήσεις, επομένως οι οργανισμοί ΕΕΚ θα πρέπει να αξιολογήσουν διαφορετικές προσεγγίσεις για να διασφαλίσουν την αποτελεσματικότητα και τη συνάφεια.

14. Κατά τη γνώμη σας, ποιες δεξιότητες δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου είναι ιδιαίτερα συναφείς για τους υπαλλήλους όσον αφορά την καθημερινή τους εργασία στο λιανικό εμπόριο;

Οι εργαζόμενοι/-ες μπορεί να έχουν διαφορετικά επίπεδα γνώσεων σε αυτούς τους τομείς ανάλογα με το υπόβαθρο και την εμπειρία τους, ενώ ορισμένοι μπορεί μην διαθέτουν ορισμένες δεξιότητες.

Η έκταση των ελλείψεων δεξιοτήτων μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με την ηλικία και το επίπεδο εμπειρίας.

Η ηλεκτρονική μάθηση μπορεί να είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για την κατάρτιση, αλλά η προσωπική καθοδήγηση και η κατάρτιση μπορεί επίσης να είναι απαραίτητα στοιχεία για εξατομικευμένη υποστήριξη και ανατροφοδότηση.