

Проект „Digiskill-retail“

Разработване и Използване на гъвкави и дигитални инструменти за повишаване на цифровите умения на обучаемите и служителите в търговията на дребно

**Интервю с представители на организации за обучения в сферата на
търговията на дребно**

"Цифрови умения в търговията на дребно"

България

Период на изпълнение: 01.09.2022 – 31.08.2024

2022-1-DE02-KA220-VET-000089396

Интервю 3

"Цифрови умения в търговията на дребно"

Преподавател в център за ПОО

ИНФОРМАЦИОННА ГРАМОТНОСТ И ГРАМОТНОСТ ЗА ОБРАБОТКА И АНАЛИЗ НА ДАННИ

Продукти и услуги на обучителната организация (АО - правила за обучение, §4 параграф 2 номер 1)

Въведение: За да съответват клиентите според техните нужди, бъдещите търговци и в частност търговци на дребно се нуждаят от задълбочени познания за стоките. Това е една от ключовите квалификации в този сектор. Познаването на стоките включва познаване на:

- производството
- характеристиките на продукта
- предимствата и ползите
- приложението и начините им на използване
- грижата, съхранението и, ако е необходимо, изхвърлянето на стоките
- алтернативни оферти и
- разбира се цената на стоките.

1. Каква роля играят цифровите информационни източници във вашата институция за преподаване на познания за стоките?

Това е важно за конкретни групи обучаеми и индивидуални сесии за компании в търговията на дребно. В повечето случаи информацията се предоставя от тях и ние използваме различни бази данни на национално и глобално ниво – най-вече използваме законодателните документи, изискванията и учим нашите обучаеми къде да търсят тази информация, включително съкращения, здравословни разпоредби, ограничения и други важни аспекти, за да повишат осведомеността и да ги научат какво съществува и какво се е променило през последните няколко години.

2. Как развивате умения за анализ на данни на вашите обучаеми?

Използваме предимно казуси, задачи за търсене и използване на браузъри и големи данни, базирани на данни за анализиране и извличане на необходимата информация. Оценката и справката с източниците на информация също е важен аспект. Основният акцент е върху вида на информацията, източниците и инструментите, които ще се използват.

3. Как подготвяте обучаемите си да намират информацията, за да съответват по-добре клиентите относно съответната продуктова информация?

Това не е толкова критично, тъй като повечето от обучаемите идват от работното място, където тези правила са строго определени и политиката на търговеца на дребно играе основна роля.

4. Как инструктирате вашите обучаеми да намират информация за рециклиране/повторна употреба/намаляване на консумацията?

Не се споменава в повечето часове, тъй като е свързано само със съответните индустрии, които влияят върху околната среда и вредното въздействие на конкретни продукти – основно се преподават специфични етикети, разпоредби, инструкции и правила – на европейско право, българско законодателство и общи знания.

КОМУНИКАЦИЯ

Представяне на стоки и рекламни инструменти (АО - правила за обучение, §4, параграф 2, номер 2)

Въведение: Рекламата е част от комуникационната политика на компанията. Клиентите трябва да знаят какви услуги може да им предложи търговската фирма. Рекламата е

комуникацията с клиента за информиране, поддържане на собствения имидж, създаване на стимули за покупка и изграждане на доверие.

5. Кои комуникационни канали използвате в организацията, за да подготвите обучаемите да информират клиентите за рекламни кампании?

Ние разчитаме на Moodle и специално създадени платформи, предоставени от търговците на дребно. Зависи и от възрастта на обучаемите – по-възрастните хора изпитват трудности с използването дори на имейли и други приложения като Viber, WhatsApp, Facebook и др. Ние даваме конкретни задачи и упражнения и прилагаме обучение чрез правене и инструкции за конкретните задачи. Най-вече разчитаме на имейли, много често се използва Google classroom в България и някои платформи, предоставени от Министерството на образованието. Като цяло: лице в лице, Skype, Zoom, Google Meet предимно, рядко MS Teams, Cisco Webex, индивидуални канали.

6. Какви методи използвате, за да позволите на обучаемите да използват тези канали? (Методи на обучение)

Ученето чрез правене и обърнатата класна стая се използват много. Практическите задачи, обучението чрез игри, симулацията и практиките в магазина с реални клиенти са най-вече ефективни. С по-възрастните се работи индивидуално с учебници и напътствия от учителите.

7. Как обучавате вашите обучаеми да избират правилния канал за комуникация с клиентите?

Ние им обясняваме и инструктираме какво и как да се използва с примери, дефиниции, казуси и материали за класа. В някои класове използваме комуникация онлайн за срещи: Zoom, Google Meet, чат, социални медии и много упражнения – напр. публикуване на реклами и проследяване на реакции и ангажираност в социалните медии, правила и роля на различните канали за създаване на правилния микс. Каналите са избрани въз основа на индустрията и сектора на търговците на дребно: храни, облекло и текстил, потребителски стоки, бизнес за бизнес и т.н. Ние ги изясняваме в клас с дефиниции и описания на основните тенденции и практически елементи.

СЪТРУДНИЧЕСТВО

Информация и комуникация (АО - правила за обучение, §4 параграф 4 номер 3)

Въведение: За да се обменят идеи с колеги или клиенти, цифровите медии днес все повече се използват в допълнение към личните разговори.

8. Какви цифрови технологии/медии използвате за обмен на информация или за комуникация в компанията?

В нашата организация ние използваме Moodle за преподаване, комуникация, оценяване, изпълнение на задачи и задания на нашите ученици. В допълнение, ние използваме Google Drive и други продукти за създаване на презентации, материали, YouTube за видеоклипове, Google документи и MS Office за документи и резултати по време на класове.

9. В организацията какви вътрешни комуникационни канали използвате с вашите обучаеми?

Както споменахме по-горе, ние разчитаме най-вече на Moodle. Освен това имаме групи във Viber, чат и разговори от Google Meet, MS Teams, Zoom. В други компании използват MS Teams като цялостна платформа, Google classroom и други популярни платформи. Общото правило е да се използва комбинация от всички инструменти, тъй като не можем да намерим едно холистично решение с всички функции и цели за запазване на данни и документи, комуникация, оценяване, преподаване и т.н. Имейлите са най-предпочитаният канал за изпращане на въпроси и нужда от разяснения и допълнителни инструкции. Дефинирали сме правила за използване на социални медии и приложения като Viber за използване извън час.

10. Какви инструменти, платформи и други методи използвате, за да развиете съвместното творчество и креативността/обмяната на идеи на вашите обучаеми?

Използваме най-вече всички продукти на Google, облаци от думи, онлайн платформи за споделяне, презентирание, мисловни карти, онлайн гласуване за дискусии. Повечето от нашите ученици се нуждаят от съзнателно обяснение и обучение как да използват MS Word и Excel за по-сложни функции и задачи. Те са запознати с основните функции.

ИНФОРМАЦИЯ

Консултиране на клиенти (АО – правила за обучение, §5, параграф 3, изречение 1, номер 2)

Въведение: В търговията на дребно клиентите днес очакват индивидуални, базирани на нуждите съвети и решения на техните проблеми, както и ясно съобразено представяне, свързано с ползите. За да съветват клиентите според техните нужди, продавачите и търговците на дребно (KiE) трябва да могат да разпознават и анализират най-новите тенденции в търговията на дребно.

11. Какви източници на информация използвате, за да наблюдавате, разпознавате и анализирате (търговски) процеси?

Национални тенденции и официални доклади, онлайн отчети на Националната статистика. Много често търговците на дребно предоставят тази информация и ни молят да научим учениците как да я използват и прилагат. Процесите се преподават с фокус върху типа бизнес и индустрия – не можем да го обобщим, тъй като е много различно от логистиката, доставката и производството в хранително-вкусовата промишленост например, също така типът продукти, които се продават, е много различен и ние има колеги със специфичен фокус и опит за тази цел.

12. Какви са инструментите и другите начини за развиване на уменията за дигитално обслужване на клиенти? - напр. чатбот, приложение за фирма/магазин, абонаменти и др.

Отново зависи много от бизнеса и вида на стоките, които се продават – домакинство, храна, дрехи, уреди и т.н. Основният фокус е да ги научим какво да търсят, очакват и трансверсални умения като емоционална интелигентност, комуникация по уважителен начин, представяне, вътрешна комуникация с ръководители, мениджъри, собственици. Основният аспект са видът и размерът на бизнеса, както и дефинициите на целевите групи и ги молим да търсят етнографска и демографска информация, за да разберат по-добре клиентите. В тези случаи ние повишаваме осведомеността за поколенията и различията там, тяхното поведение, нужди, отношение и т.н. В някои случаи те трябва да научат за графичния дизайн, външния вид и усещането на стоките и рекламните техники.

СЪЗДАВАНЕ НА ЦИФРОВО СЪДЪРЖАНИЕ

Онлайн търговия (АО – правила за обучение, § 5, параграф 4, изречение 1, № 6)

Въведение: Все повече компании за търговия на дребно създават собствен онлайн магазин, за да присъстват на своите клиенти по различни канали.

13. Интегрирате ли съдържание от избираемата квалификация „електронна търговия“ във вашата организация и обученията си за създаване на дигитално съдържание?

Това е много популярен и отделен курс. Аспектите, които преподаваме в другите класове, са свързани с видовете електронна търговия, техники и информация за това как да търсите продукти и как да извличате информация. Най-вече как да използвате онлайн методи за плащане и защита, вградени функции и съществуващи платформи в България.

14. Според вас кои умения за създаване на цифрово съдържание са особено подходящи за служителите в ежедневната им работа в търговията на дребно?

За съжаление повечето от обучаемите работят с готова и вече създадена информация и курсове, не е необходимо да генерират много съдържание. Инструментите и наличните платформи за UX дизайн, създаване на собствен бизнес, обслужване на клиенти, имейли и други основни функции и инструменти са от съществено значение особено за по-възрастните служители. Много от тях не владеят английски език, голяма роля играе работата между по-възрастните и по-младите, по-гъвкавите хора. Във всички случаи липсват практически умения и съвременните технологии не се преподават достатъчно, като толкова често срещаните чатботове в днешно време, AI и други, ние изоставяме много и индустриите страдат.