



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 в Професионалното Образование и Обучение

"Цифрови умения в търговията на дребно"

България

Период на изпълнение: 01.09.2022 – 31.08.2024

2022-1-DE02-KA220-VET-000089396

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейския съюз. Тази публикация отразява възгледите само на автора и Комисията не носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в нея.

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



Интервю 1

"Цифрови умения в търговията на дребно" Учител в професионално училище

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 знания за стоките?

В нашето училище и общо в учебния план тези нужди не са толкова обичайни. Мнозина от учащите се получават тази информация на работното място, тъй като са на начални и по-ниските нива на заетост. Процесът на вземане на решения включва надзор от по-високите нива на мениджмънт и собственици. Повечето време нуждите са свързани с намиране на документи и материали и търсене на информация от тези източници. Различни цифрови медийни инструменти се използват, за да се научат учениците как да намират правилната информация от предоставените документи - използват се Chromebooks, лаптопи, компютри, Google Classroom, Google Drive и MS Office; смесеното обучение става все по-популярно, особено когато учниците имат практика в търговския обект и следват двойни програми.

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

Повечето от обучаемите трябва да развият умения и знания по отношение на MS Excel, така че акцентът е върху дефинициите на данни, информация, прозрения и връзката между тях. Повечето време се разработват основни функции и дейности в Excel. Те разработват таблици, формули, диаграми и също използват продукти за анкети като Google Forms. В клас и за домашни задачи използваме Shkolo и платформите, предоставени от Министерството на образованието, заедно с Google Classroom. Във всички случаи учебната програма и уроците следват националните учебни програми и планове с промените след 2017 г. за професионалното образование и обучение (ПОО).

3. Как подготвяте учениците си да намират информация, за да съответват клиенти по отношение на съответната информация за продуктите?

Използваме много примери, листовки за учениците, за да ги попълнят и казуси за конкретни компании, вид работа, данни, резултати от анализи и други. Като цяло анализът на данни се преподава в специфични часове по математика, статистика, търсене на правни документи и използване на знания и данни от Националния статистически институт. Учебници и примери с различни казуси; в малко случаи се използва метода на обърната класна стая.

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

Тази информация е много специфична и не е свързана с обучението и уроците на това ниво. Те обаче използват международни уебсайтове и организации заедно с продуктова информация и информационни листовки от компании и производители. Ние използваме

популярни казуси и марки като примери заедно с български компании, които са известни със своя устойчив бизнес.

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 училище, за да подготвите учениците да информират клиентите за рекламни кампании?

Всички класове са лице в лице и редовно за онлайн срещи – Zoom, MS Teams, Google Meet, те също предпочитат Viber и WhatsApp. Използва се като средство за комуникация, но в часовете, свързани с маркетинг и дигитален маркетинг, темите за каналите и стратегията се разработват като планове за уроци.

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

Използване на задачи, домашни и работа в екип, за да могат да практикуват използването на различни канали онлайн, конкретни примери, дейности в клас, но през повечето време са разделени на екипи. Практически задачи, обучение, базирано на игри, симулация и практики в магазина с реални клиенти.

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

Използването на примери и ситуационни упражнения, които им дават правилните насоки, е много важно в процеса. През повечето време използваме традиционен канал и лични срещи. Те научават за социални медии, приложения, продукти и фокусът е върху стратегията в дигиталния маркетинг: Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, LinkedIn и целта и ролята на всеки един от тях в цялостния подход и стратегия на компанията. Печатните медии все още се използват в България и те преглеждат различни брошури, каталози и други материали, за да анализират техните предимства и недостатъци.

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?

Вътрешните платформи са най-широката група, поддържана от продукти и услуги на Google, онлайн канали като Viber, WhatsApp, социални медии, Google Drive, Discordia, One Note, класна стая на Google с ограничения от училище.

9. Какви вътрешни комуникационни канали използвате с вашите обучаеми/ученици?

Google Classroom, Shkolo, имейли, чат, социални медии, Discordia, One Note са много често срещани, но предимно традиционни лични срещи и работа в клас. За техните домашни и специфични задачи използването на Google Classroom е много удобно, тъй като позволява да се оценяват учениците, да се задават срокове и критерии за изпълнение.

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

През повечето време социалните медии, Miro, инструменти за мисловни карти: MindMeister, Prezi и Canva, Google Forms, Google слайдове и други продукти на Google, MS Office, други.

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 в училище, за да наблюдавате, разпознавате и анализирате (търговски) процеси?

Това е взето предимно от учебници, законодателство, вътрешна информация от примери и конкретни случаи, предоставени от търговците на дребно. Тези източници на Националния статистически институт също са обучени как да се използват. Техники за създаване на идеи, предимно мозъчна атака, Kahoot и др.

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

Има примери, учебници и общи знания, предоставени в урочните планове като част от програмата и обучението по маркетинг, Министерството на икономиката, националните, регионалните и глобалните тенденции често се анализират и представят. Важна тема, която се преподава и практикува, е комуникацията и основните правила: зрителен контакт, емпатия, активно слушане, презентация, обратна връзка, разрешаване на конфликти, обработка на оплаквания и др.

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 компания/уроците си за създаване на дигитално съдържание?

Да, предимно от там, но нямаме съгласуван подход: дигитален маркетинг и реклами в социалните медии. Електронната търговия също е свързана с предприемачеството и създаването на онлайн бизнес с конкретни инструменти, платформи, канали и т.н. Това е специфичен курс и само основни дефиниции се предоставят на обучаемите в общите курсове за сферата на търговията на дребно.

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

В повечето случаи тези обучаеми са редовни служители, които нямат много дейности и задачи за вземане на решения, така че те просто следват инструкции и съдържание, което вече е създадено. Обхванати са общото използване и предназначение на имейли, уебсайтове на компании, вътрешни канали и други традиционни теми. Те трябва да научат повече за безопасността и защитата онлайн, особено за нови разплащания и онлайн методи на плащане.

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 компании 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 2

"Цифрови умения в търговията на дребно"

Обучител в компания

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 знания, свързани със стоките?

Това е изключително важно, тъй като компаниите работят в различни държави и континенти и споделят информация онлайн, освен това много от продуктите се произвеждат извън България и информацията се съхранява на сървъри, платформи и други инструменти, вътрешни за компанията. Обучавам всички служители, които започват работа в магазините, като една от първите теми е познаване на стоките и въвеждане на платформи и дигитални източници. Използваме LMS, материали и курсове с отворен достъп.

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

Те получават специфични задачи и учебни текстове от работодателя, включително казуси и примери, след което са последвани от практически упражнения и практически опит в магазина. Анализът на данните се извършва в две посоки: каква информация е необходима и кои са надеждните ресурси. Всички вътрешни платформи изискват специално обучение и такива сесии се организират ежемесечно. Компанията използва сложен софтуер като SAP и други, така че това отнема време и много усилия за специализирано обучение, тъй като данните се съхраняват там. В университета имаме платформа за електронно обучение, базирана на Moodle, Задачи, примери, казуси, онлайн модули с видеоклипове, четива и тестове, Конкретни примери и задачи, дадени от компанията в Moodle.

3. Как подготвяте обучаемите да намират информация, за да съответват клиенти по отношение на съответната информация за продуктите?

За вътрешни обучения тази информация се предоставя предварително. За другите обучения използваме предимно Google и бази данни от законни източници и надеждни бази данни на национално, международно и европейско ниво. През повечето време това са много специфични разпоредби за здраве и безопасност; Подготвени са специално разработени обучения за използване на бази данни на ЕК и България – Статистика, търговия и Министерство на икономиката; Описания и спецификации в печатен и цифров формат; Приложения и платформи с автоматизирани функции; използваме платформи за обучение, базирани на Share Point, Moodle; Zoom, Google Meet, MS Teams.

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

Тази информация се предоставя от компанията и е много специфична в зависимост от вида на продуктите, бизнеса и други фактори. Специализирани материали с мениджърите на компанията, фокусирани върху общата стратегия и принципи - Kaufland, Fantastico, Lidl - водени от компанията собственик също. Най-добрите практики и цялостната стратегия; Ресурси и канали на компанията.

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 компанията, за да подготвите служителите да информират клиентите за рекламни кампании?

Използваме предимно на живо, Zoom, Google Meet, но за предпочитане вътрешни канали. Повечето от клиентите, които са търговци на дребно, имат свои собствени платформи и ние трябва да обучим служителите им как да използват и основните принципи в общите познания за това как работят комуникационните канали и защо използваме конкретните, какви са целевите групи и как да третираме добре ги с уважение. Много от обучаемите нямат някои от ключовите преносими умения, така че ние се фокусираме върху тях, а не толкова върху технологията зад каналите.

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

През повечето време това е практически опит, теория и практики с крайна оценка. Залагаме на казуси на фирмата, демонстрации и много практически упражнения, практически задачи, игрово обучение, симулации и практики в магазина с реални клиенти. Те са наблюдавани отблизо от мениджъри и техните ментори от нашия екип за по-добър контрол и оценка на техните умения и напредък.

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

Социалните медии и традиционните канали са предимно имейл и интранет с платформите на търговците на дребно. Те практикуват с нас и комуникират онлайн чрез Zoom, чатове, Viber и други канали за обратна връзка и насоки, когато вършат работата си.

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?

Използват се SAP и друг софтуер, предоставен от търговците на дребно. Повечето от обученията включват само тези теми и дейности.

9. В компанията какви вътрешни комуникационни канали използвате с вашите обучаеми/служители?

Когато обучаемите са в клас, те използват Moodle и Google drive с MS Office. Те имат задачи за домашна работа, която се споделя чрез различни инструменти за общо пространство и работа в екип. Използваме чат, Viber групи и Google Meet за онлайн срещи. MS Teams става все по-популярен сега с имейли, съхранение на данни и комуникация онлайн и офлайн.

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

Използваме Moodle, Miro, Google docs, Slides, Sheets, Drive и т.н. През повечето време това са Google документи и слайдове за съвместно създаване. Много често обучаемите имат групова работа, контролирана от техните мениджъри в компанията и тогава това е смесен подход – както интранет на търговеца, така и нашите платформи. Така използваме традиционни подходи и такива, зададени от ръководството.

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 в компанията, за да наблюдавате, разпознавате и анализирате (търговски) процеси?

Тази информация се предоставя от компаниите и е много специфична въз основа на вида на процесите, продуктите и използваните технологии. В повечето случаи веригата за доставки и логистичните процеси са на фокус, тъй като служителите трябва да работят с тях. Освен това обслужването на клиенти е важна тема. Ние използваме национални тенденции и доклади от властите, както и фирмени отчети и бази данни.

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.

Ние използваме фирмени приложения, платформи и канали. Примери, насоки и конкретни учебни текстове се подготвят предварително и обучаемите ги използват както в час, така и за работата си. Повечето компании изискват от тях да знаят как да използват различни услуги и модели: абонамент, карти за лоялност, социални медии и други. Ние използваме много малко - предимно MS Office и PowerPoint в часовете като инструменти.

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 компания и обученията си за създаване на дигитално съдържание?

Повечето теми и уроци са съобразени с национална рамка и изисквания за квалификация, както и специфичните нужди на компанията. Бизнесът е физически и в големите вериги не работи, тъй като изискванията са строго за обслужване на клиенти, поддръждане и снабдяване на стоки, събирането на информация не е толкова обичайно за тях..

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

Повечето от служителите се фокусират върху сложни технологични умения като чатботове, AI, киберсигурност, информационна безопасност и защита на личната информация. Стажантите трябва да са наясно със заплахите онлайн като фишинг, зловреден софтуер и други. Те също трябва да знаят по-добре как да използват социалните медии по професионален начин заедно с каналите за комуникация, да бъдат по-креативни и не само да следват инструкции, но да станат по-проактивни и да вземат бързи решения в критични моменти и проблеми, особено с технически инструменти, оборудване и други при работа с

клиенти в конкурентна среда и пазар. Те също трябва да не са наясно с всички тези фактори и да имат основните бизнес познания за пазар, целеви групи, печалбата, загубата, приходите, разходите, техническите и технологичните процеси.

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, презентирани, 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 ежедневноста 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.