

Projecto Everest



Enquadramento da Empresa (sub-holding do Grupo Sonae na área de Retalho)

- País: Portugal
- Colaboradores: \approx 25.000 (2006)
- Resultado Líquido: \approx 80,3 Mio € (2006)
- Sector: Grande Distribuição
- Actividade: Retalho alimentar e não alimentar, desenvolvimento e gestão de centros comerciais, telecomunicações fixas e móveis, media, internet e novas tecnologias, bem como turismo, construção imobiliária, logística, seguros, entre outras



Enquadramento do Projecto

- A Sonae Distribuição pretendia reforçar a sua abordagem comercial no seu Retalho Especializado, constituído por 9 Insignias com antiguidades, espaços e áreas de negócios muito diversificadas
- Neste tipo de mercados o Cliente normalmente necessita de ajuda técnica, pelo que cada colaborador quando interage com um Cliente tem uma oportunidade única de venda
- Foi decidido criar uma Escola de Vendas, designada de Academia, que reforçasse a componente de atendimento e que preparasse os colaboradores da Placa, Balcão e Caixas para vender

Objectivos do Projecto

- Aumentar a qualidade da venda com diminuição do tempo despendido no processo
- Uniformizar técnicas de venda e atendimento eficazes respeitando as especificidades de cada Insignia
- Consolidar comportamentos eficazes na relação com o Cliente
- Promover a melhoria contínua e faseada das competências-chave
- Alcançar uma cada vez maior diferenciação do Retalho Especializado Sonae

Avaliação e Resultados

- A hierarquia aplicou, à priori, a todos os vendedores, um teste de conhecimentos cujo resultado determinou se o vendedor reforçava competências em sala de formação ou somente no local de trabalho
- Pós Avaliação foram ainda efectuadas diversas acções "Cliente Mistério" para testar a aderência dos resultados obtidos
- Em Dezembro de 2008 e após 9 meses, o resultado global de todas as Insignias traduzia um aumento da eficácia comportamental na relação com os Clientes em 12%



Parte 2 - Atendimento Ganhar a Confiança do Cliente

Avaliação da conquista de confiança do cliente

Esforça-se por se manter centrado no cliente que está à sua frente
 Faz perguntas para ganhar a confiança do cliente
 Faz perguntas de diagnóstico
 Faz perguntas de Fecho
 Quando o cliente fala ouve até ao fim demonstrando atenção
 Fala de forma positiva (exclui palavras como não, nunca ou problema)
 Felicita a escolha do cliente
 Agradece o contacto

2º trimestre 2007	3º trimestre 2007
Global	Global
89,1%	93,9%
67,9%	81,1%
71,8%	84,7%
41,0%	46,0%
89,5%	87,6%
79,5%	45,7%
46,9%	82,6%
72,0%	
69,7%	76,8%