

דוגמה למערך שיעור- שיעור לקוח סמוי (מיחידה ג')

1. מטרת השיעור:

- הלומד יבין את המושג "לקוח סמוי".
- הלומד ירכוש כלים למתן שירות אדיב וממוקד מכירתית.
- הלומד יבין את החשיבות הארגונית והאישית בביצוע שירות מוצלח במסגרת מבדק הלקוח הסמוי.
- הלומד יכיר בעובדה כי כל לקוח יכול להיות לקוח סמוי ועל כן כל לקוח יקבל באופן זה.
- הלומד יבין את ההשלכות החיוביות שיש לטיפול בלקוח באופן הנ"ל (שלב-אחר-שלב).
- הלומד יבין כי פורמט השירות ללקוח הסמוי הוא דינאמי ותלוי בטיב האינטרקציה עם הלקוח- השלבים לא יהיו תמיד רציפים, לפעמים יהיה דילוג על שלבים מסויימים (למשל שלב המדידה).
- התרגול של השיעור יעשה בחלק הסימולציוני.
- השיעור הינו עיוני בלבד ללא תרגול. הלומדים ישאלו שאלות במהלך השיעור בהתאם להבנתם ושיקולם האישי.

מטרות אלו יבדקו בשלבי הסימולציה בתרגיל המסכם.

2. שיקולים חזותיים בעיצוב המצגת:

- המצגת עוצבה בקו נקי ומינימליסטי, בצבעי הרשת (כחול, לבן ושחור) לייצירת הקשר או תחושת תחושת השתייכות לתכנים ולרשת אצל הלומדים.
- ישנו שימוש באייקונים בצבע שחור במצגת, על מנת שהמצגת לא תראה גנרית או מונוטונית.
- החשיבות העיקרית של האייקונים, היא לייחד כל שלב בתהליך השירות של הלקוח על ידי הצגה ויזואלית של המרכיב העיקרי בשלב (למשל בשלב סגירת העסקה ישנו אייקון של מנעול-סגירה) ובכל לקשר את התוכן העיוני (טקסט) לתוכן חזותי (תמונה); זאת על מנת לייעל את תהליך הזכירה והלמידה, ליצור הפרדה בין השלבים ו"לרענן" את העומס הטקסטואלי.
- השקפים ממוספרים מכיוון שהתוכן עוסק ברצף פעולות. בנוסף, הלומד יקבל את תכני המצגות בחוברת מודפסת ולכן יש חשיבות למספר את השלבים בתהליך הפנייה ללקוח הסמוי.
- נבחר פונט אריאל כי הוא קריא, סטנדרטי וקיים כברירת מחדל בכל המחשבים.
- לכל שקף יש כותרת עם השלב עליו השקף מדבר.
- התכנים במרבית השקפים מחולקים לשני חלקים-
 - א. "מה נעשה?" – מציג את הצעדים שיש לבצע בחלק זה של השירות.
 - ב. "איך נעשה?"- מציג את האופן בו נעשה את הצעדים הללו מבחינה מילולית, דהיינו משפטי מפתח אשר ישמשו את הלומד בעת הצורך.
- בסוף השיעור ישנן מצגות ללא כותרת על מנת למנוע עומס חזותי.
- חלוקת השקפים לשני נושאים באמצעות קו הפרדה ושתי כותרות המשנה נועדו לצמצם עומס ויזואלי בדף אחד וליצור הפרדה לוגית בין הפעולה שצריך לבצע ובין המשפטים שיש לומר. כמו כן יש צורך להימנע מיצירת שקפים רבים לכל שלב בשירות, דבר העלול לפגוע בריכוז הלומד.
- מילים המודגשות בצבע כחול, הן מילות עוגן או ביטויים בהם רצוי ואף חשוב להשתמש בתהליך השירות.
- הידע הוא פרוצדורלי ולכן נלמד ברצף התואם את שלבי הפרוצדורה.

- הטקסט בשיעור הוא טקסט בעברית, בשפה מובנת, קלה ומדוברת כך שתתאים לכלל הלומדים.

3. מערך שיעור:

משך השיעור הינו שעה וחצי.

עזרים	פירוט	נושא	משך	חלק
מצגת	הסבר על הרצף וחשיבות שילוב כל השלבים במכירה	רצף קבלת לקוח סמוי	10 דקות	1
	הסבר על אופן הפניה ללקוח שנכנס לחנות	קבלת פנים	5 דקות	2
	הסבר על השלב שהוא אומנם פסיבי אך חשוב להמשך המכירה	צבירת ידע והסתכלות	5 דקות	3
	הסבר על אופן הפנייה הנכון ללקוח, בשאלה פתוחה	פניה יזומה	5 דקות	4
	השאלה הפתוחה תוביל את השיחה לבירור הצורך של הלקוח	בירור צרכים	5 דקות	5
	מענה על הצורך של הלקוח	שיקוף	5 דקות	6
	פעולות שיש לבצע בשלב בו הלקוח מודד את הפריטים בתא המדידה	מדידה	5 דקות	7
	במידה והלקוח מעלה התנגדויות החלק הנ"ל מפרט ללומד כיצד להתמודד איתן, אילו סוגי התנגדויות יש וממה הן נובעות	טיפול בהתנגדויות	15 דקות	8
	הוספת פריטים משלימים לפריטים אשר זה עתה נבחרו	העמקה	10 דקות	9
	פירוט על הדרך התקנית בה יש ללוות את הלקוח לקופה	סגירת עסקה	5 דקות	10
	טופס לקוח סמוי לדוגמה, המדריך יעבור על סעיפי הטופס ויסביר בפירוט את הניואנסים עליהם יחווה הלקוח הסמוי את דעתו ומה משקלם בציון הסופי בדוח	טופס לדוגמה	30 דקות	11



דברי המדריך:

- מיהו לקוח סמוי?
- מה בוחן לקוח סמוי ובאיזו תדירות הוא מגיע?
- הלקוח הסמוי ככלי להערכת עובדים.
- שובר מתנה בציון 100 בלקוח סמוי.

הסבר תאורטי:

- נושא השיעור מובא בסמוך ללוגו החברה על מנת ליצור אצל הלומד תחושת השתייכות לארגון, לויאליות ואף רצינות לנושא הנלמד.

- יצירת משמעות: מודגשת הרלוונטיות של הנושא כנושא מרכזי בו החברה עוסקת והדגש הרב על נושא שירות הלקוחות.
- הבניית ידע על ידע קודם- לאחר שלבים קודמים בהם למד על פרטי החנות, הלומד יוכל כעת ללמוד את אופן מכירתם.
- מיקוד הלומד- גודל יחסי, בולטות, צורות וצבעים.
- הגברת קשב סלקטיבי- סימן קריאה, חריזה.

רצף קבלת לקוח סמוי

1. קבלת פנים
2. צבירת ידע והסתכלות
3. פניה יזומה
4. בירור צרכים
5. שיקוף
6. מדידה
7. טיפול בהתנגדויות
8. העמקה
9. סגירת עסקה

2

דברי המדריך:

- רצף קבלת לקוח סמוי- לא רצף מחייב(יש לקוחות שלא רוצים למדוד) אך יעיל ביותר, חשוב לעבור עם הלקוח על כל השלבים.

הסבר תאורטי:

- קשב- משאבי הקשב של הלומד מוגבלים ולכן יש לבחור בקפידה את הגירויים וצורת העברת המידע בתהליך הלמידה על מנת לעורר עניין וליצור למידה אפקטיבית של הנושא. לכן מוצגת רשימה בלבד של השלבים.

- ארגון- (צ'אנקינג, שלם וחלקיו, יחסים בין פריטים) החלק של רצף קבלת לקוח סמוי מסודר בבולטים אחד אחרי השני. בהמשך המדריך מסביר באיזה אופן יבוא כל שלב לידי ביטוי. צורת ארגון זו תקל על העומס הקוגניטיבי. שירות לקוח הינו רצף פעולות בעל צמתים והתעפופיות אך יש לו תבנית אחידה. בחרנו בדרך זו ולא בתרשים זרימה מכיוון שבמציאות יכולים לקרות מצבים בהם יש דילוג על שלבים בעת התהליך.
- קשב סלקטיבי- הצגת המטרות בתחילת השיעור.
- השלם וחלקיו- השלם הוא תהליך המכירה ורצף הפעולות הם חלקיו.



קבלת פנים

איך נעשה?

- מה שלומך?
- בוקר/ערב טוב
- שלום

מה נעשה?

- ניצור קשר עין עם כל לקוח בעת כניסתו לחנות
- נפנה אל הלקוח בחיוך
- נברך את הלקוח לשלום

3

דברי המדריך:

- קשר עין עם כניסת החנות.
- תמרון בין לקוחות.
- אופן קבלת הפנים בצורה נעימה ומזמינה.

הסבר תאורטי:

- הדגמה (חוזר במרבית השקפים)- הדגמות של משפטי מפתח מועילים בהם יוכל הלומד להשתמש.



צבירת ידע והסתכלות

איך נעשה?

- שלב פסיבי

מה נעשה?

- ניתן ללקוח זמן להתרשם מהפריטים (עד 2 דקות)
- נזהה את הפריטים שהלקוח מתבונן עליהם או נוגע בהם- כך נדע מה מצא חן בעיניו או מה הוא מחפש?

4

דברי המדריך:

- תמרון בין לקוחות.
- צפייה בלקוח ולמידת התנהגותו וטעמו על פי בגדיו והפריטים עליהם הוא מביט.

הסבר תאורטי:

- קשב- מלל מתומצת להשגת קשב סלקטיבי אופטימלי.



פניה יזומה

איך נעשה?

- איך אוכל לשרת אותך?
- מה אני יכול/ה להראות לך?
- מה אפשר להציע לך?
- קיבלנו פריטים חדשים/עדכניים/טרנדיים...

מה נעשה?

- נפנה אל הלקוח בשאלה פתוחה (שאלה שהתשובה אליה אינה כן או לא)

5

דברי המדריך:

- אופן הפנייה ללקוח בצורה מכבדת ולא מאיימת.
- לקוחות שלא מעוניינים בשירות.

הסבר תאורטי:

- מיקוד הקשב- אייקונים- סימנים מוסכמים החוזרים על עצמם לאורך כל השקפים. בשקף הנוכחי מסמן האייקון אינטרקציה וחתירה לתקשורת.

בירור צרכים



איך נעשה?	מה נעשה?
<ul style="list-style-type: none">יש לנו מספר אפשרויות...	<ul style="list-style-type: none">נשאל את הלקוח מה הוא מחפש (חליפה/ סט/ שמלה)
<ul style="list-style-type: none">מה מתאים לך?	<ul style="list-style-type: none">נשאל את הלקוח לאיזו מטרה הוא מחפש את הפריט (לאירוע/ לעבודה/ ליום-יום)
<ul style="list-style-type: none">מה מרגיש לך נכון?	
<ul style="list-style-type: none">אתה את/ה אוהב/ת?	
<ul style="list-style-type: none">איך את/ה אוהב/ת את ה... שלך?	

6

דברי המדריך:

- איך לברר את צרכיו של הלקוח?
- אילו צרכים יכולים להיות ללקוח?
- מאין נוסעים הצרכים של הלקוח? (למשל גבר חרדי שמבקש מכנס- לא להציע שורט ג'ינס)

הסבר תאורטי:

- קשב- רמזים להדגשת מידע על ידי צבעים.
- הדגמה- "מה נעשה?" מייצג דוגמה למשפטים שישאל הלומד. הדוגמה היא ריאליסטית ומוצגת בקונטקסט בו יישם אותה הלומד.



שיקוף

איך נעשה?

- יש לי אפשרות שתתאים לצרכיך...
- אני מבין/ה שאת/ה מחפשת...
- קיבלנו אתמול משהו מאוד מיוחד שנראה לי ממש מתאים

מה נעשה?

- נאתר את הפריטים המתאימים ביותר עבור הלקוח בהתאם לצרכיו
- נפרוס את הפריטים בפניו

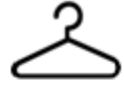
7

דברי המדריך:

- איתור פריטים על פי הצורך לפי קולקציות.
- פריסת הפריטים בפני הלקוח.
- כיצד לספר ללקוח על יתרונות הבגד.

הסבר תאורטי:

- אייקון קליעה למטרה מסמל את השלב בו אנחנו יודעים מה הלקוח מחפש ומתאימים לו את המוצר הטוב ביותר עבורו (יש מטרה ועט ניתן ללכת לקראתה).



מדידה

איך נעשה?

- שימי לב כמה המעיל איכותי/מוקפד/מושקע
- החולצה הזו היא הטרנד האחרון באירופה
- אני מאוד אוהב/ת איך שה... נראה עלייך, זה מאוד מתאים ל... שלך
- איך ה... מרגיש?

מה נעשה?

- נלווה את הלקוח לתאי המדידה
- נאמר לו את השם שלנו, ונאמר כי אנחנו כאן במידה ויצטרך מידות/חווות דעת/עזרה

8

דברי המדריך:

- קשר עין על הלקוח בתאים.
- הימצאות בתאים על מנת להחמיא או לתת חוות דעת, מידות או עזרה.
- פינוי תאים אחרים.
- קשר עין עם כניסת החנות (אזור התאים בדרך כלל מרוחק מכניסת החנות).
- תמרון בין לקוחות בתאים.

הסבר תאורטי:

- אייקון הקולב מייצג את תאי המדידה כי כך הוא מסומן בחנויות על גבי שלט.



טיפול בהתנגדויות

התנגדות גלויה

- זה לא רלוונטי בשבילי
- המחיר יקר לי
- ראיתי מוצר יותר טוב
- יש לי משהו דומה בבית
- אני לא רוצה שהמוצר ישכב
- אצלי בבית ללא שימוש

התנגדות סמויה

- אני צריכה להיטייע עם חברה שלי
- אני צריך לחשוב על זה/ לבדוק במקום אחר
- הבגד לא מרגיש לי מתאים
- אין לי זמן בשביל לקנות עכשיו

9

דברי המדריך:

- סוגי התנגדויות.
- דוגמאות למשפטים אשר יעזרו ללומד לזהות משפט התנגדות.

הסבר תאורטי:

- עוררות וקשב- הלומד יכול בקלות להזדהות עם ההתנגדויות כאשר הוא בוודאי הרגיש אותן גם בעבר במקרה מסויים.
- יישום עקרונות הדגמה שונים למושגים- דוגמאות למשפטים שונים בהתנגדות סמויה וכן בהתנגדות גלויה.

טיפול בהתנגדויות



- | מה הלקוח חושב בפועל? | מה נעשה? |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• המחיר יקר ביחס למוצר• פגוע מהתנהלות קודמת• נפגע בעבר מחברה אחרת ומשליך זאת עלינו• לא מעוניין בפריט• לא מבין את מה שנאמר לו | <ul style="list-style-type: none">• נזהה את ההתנגדות האמיתית ונטפל בה• נציע אלטרנטיבות בהתאם להתנגדות• נעמוד על יתרונות המוצר• נדגיש את נכונותינו לתת את השירות המקצועי ביותר |

10

דברי המדריך:

- כיצד נזהה התנגדות?
- מתי הלקוח מעלה את ההתנגדות וכיצד מוצאים פתרון.
- מה הלקוח טוען בפועל?

הסבר תאורטי:

- רלוונטיות- "מה הלקוח חושב בפועל?" מתקשר למוכרות. דוגמאות אלו יקשרו את הלומד לרקע ולניסיונו במכירות או בקנייה בעצמו. כאשר אנחנו מציגים ללומד את הדעות של הלקוח שלו אנו מראים לו כי החברה מנסה למצוא סתרון עבור לקוחותיה – ערכי החברה מקושרים לערכיו של הלומד.
- עיקרון- יחסי סיבה ותוצאה – נאזין להתנגדויות של הלקוח < נבין מהיכן הן "מגיעות"; נבין מהיכן הן "מגיעות" > נטפל בהתנגדות בדרך המתאימה.

טיפול בהתנגדויות



- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• גם לי תמיד חשוב לרכוש מוצר שישמש אותי לאורך זמן.. אני אמליץ לך על המוצר שאני קניתי..• ה...מאוד אופנתי ועדכני• אני מבינה למה את/ה מתכוונת• ה... מאוד איכותי ומוקפד/מושקע/מחמיא לך | <p>איך נעשה?</p> <ul style="list-style-type: none">• תוכל לכוון אותי לסגנון שאתה מחפש?• תרמה משהו יותר קלאסי/ יום-יומי/ צעיר/ קג'ואל/ מהודר/ קליל ?• מה ירגיש לך יותר נכון?• יש לי אפשרות מיוחדת עבורך |
|---|---|

11

דברי המדריך:

- כיצד נתמודד עם התנגדות בצורה אדיבה ובלתי מאיימת.
- אלטרנטיבות אפשריות.

הסבר תאורטי:

- קשב- בחלק זה יש מלל רב, התצוגה המפוצלת במבנה השקף תורמת למזעור העומס.
- מיקוד הקשב על ידי שבירת תבנית בשקף, השקף מחולק לשני אזורים אך לשניהם אותה פונקציונליות של דוגמאות.



העמקה

איך נעשה?

- בוא/י תראה/י את הטרנד החדש... זה יכול להתאים ולהתשלב בצורה מיוחדת עם מה שלקחת
- קיבלנו ... מיוחדים ועכשוויים נוספים
- גם ה... הזה ישב עליך נהדר

מה נעשה?

- נחשוב על פריטים משלימים לפריט שנבחר או פריטים באותו סגנון/ גזרה
- נציע את הפריטים ללקוח להשלמת הטוטאל-לוק

12

דברי המדריך:

- הגדלת סל הקנייה.
- חשיפת הלקוח לפריטים נוספים.
- חשיפת הלקוח למחלקה נוספת- גברים/נשים.
- כיצד נעמיק את המכירה כך שהלקוח ירצה בעצמו ולא בצורה פולשנית.

הסבר תאורטי:

- סל הקנייה באייקון מייצג את הפריטים הנוספים שהלקוח עשוי לקחת לאחר ההעמקה.



העמקה



19

דברי המדריך:

- פריטים משלימים.
- יצירת טוטאל לוק.
- ניצול המלאי בחנות.

הסבר תאורטי:

- אחזור יעיל של הידע- הסילואטים השחורים מדגימים התאמות של בגדים אשר כל לומד יוכל להזכר בהם בעת מכירה: הוספת פרטי לבוש, הוספת נעל, אקססוריז.
- עוררות חקירתית- לגרום ללומד לשאול שאלות / לפתור בעיות.
- עוררות תפיסתית- גיוון בקצב ההדרכה עם תמונות חזותיות במקום טקסט.
- רלוונטיות התכנים- הלומד ידע כי לאחר ההעמקה, סכום הקניה עולה, ובכך גם התגמולים עבור המכירה- התאמה למניעי הלומד - אמיל"י.
- מוכרות- הלומד יזהה את התוכן כי בשלב הקודם בהדרכה הוצכו לו דוגמאות לפריטי לבוש שקיימים בקולקציה, התוכן יקושר לסביבה ולחשיפה מוקדמת לתוכן דומה ומוכר.
- מיקוד הלומד במסר הרלוונטי באמצעות תמונות ללא טקסט ושימוש בסימנים מוסכמים. בגלל הגירויים הרבים בתמונה, יש למקד את הלומד על המסר הרלוונטי. הצגה תמציתית של המידע.

- טכניקת בולטות- שחור על גבי לבן.
- רמזי אחזור, היזכרות וזיהוי-לבגדים הסחורה אותה יימכור הלומד.



סגירת עסקה

מה נעשה?

- נוציא את הפריטים שהלקוח מעוניין בהם מתא המדידה ונסדר אותם
- נחמיא ללקוח על בחירת הפריטים (ללא הגזמה ובאופן אמין)

איך נעשה?

- אני מאוד אוהב/ת את מה שלקחת
- בבית יתלהבו ממה שלקחת
- המראה שבחרת הוא- שיא האופנה/ עכשוי/ מקורי/ איכותי/ מוקפד

14

דברי המדריך:

- חיזוק הבחירה של הלקוח.
- סיום תהליך המכירה עד לשלב הקופה.

הסבר תאורטי:

- המנעול באייקון מסמן ללומד כי הוא הגיע לשלב סגירת העסקה ויוכל לעשות רפלקציה עצמית אחרונה לפני שהלקוח מגיע לקופה, כלומר למשל, לבדוק שוב אולי יש פריטים שיתאימו והוא לא הראה ללקוח.



פרידה לשלום

איך נעשה?

- מאוד שמחתי לשרת אותך, נשמח לראות אותך שוב, כל יום מגיעים דברים חדשים/עדכניים/מיוחדים/ייחודיים/בסגנון שלך...

מה נעשה?

- נלווה את הלקוח לקופה
- ניפרד לשלום

15

דברי המדריך:

- כיצד יש להפרד לשלום מהלקוח.

הסבר תאורטי:

- האייקון מבטא את הייחוס האדיב אותו נתן מנהל המשמרת ללקוח, ואת הכרת התודה של הלקוח.

טופס לדוגמה



90.5

ציון סופי
#2291084

תמצית ביקור
06.02.2018
מרכז רנטשילד

RENUAR

כל הכבוד! בוצעה העמקת מכירה!!! 🍌

כל הכבוד! יצרו קשר עין בכניסה!!! 🍌

סיכום פרקים	
פרק	ציון
רמזר נשים תהליך השחת	91.4
תהליך קופה-מנהל	100
נראות ואסירת	82.7

16

דברי המדריך:

- משקף זה ועד שקף 23 ישנה דוגמה לדוח לקוח סמוי אמיתי בחנות, המדריך יעבור על סעיפי הטופס.
- הפרמטרים אותם יבדוק הלקוח הסמוי
- חזרה נוספת על רצף הפעולות הנדרש (שנלמד קודם לכן באותו שיעור)

הסבר תאורטי:

- קשב- הלומד מרגיש את רלוונטיות הנושא כאשר הוא רואה טופס אמיתי של לקוח סמוי עם כל הפרמטרים אשר הלקוח בודק.
- ציפיה להצלחה- הציון בטופס עשוי לדרבן את הלומד לקבל ציון טוב יותר מאשר 90.5.
- עוררות חקירה- סקרנות, גילוי התנהגות חקירתית.
- מעקף חיצוני- מקור מידע התומך בביצוע המשימה.

- מושג- דוח לקוח סמוי. ישנם דוחות רבים של לקוח סמוי. הם בוצעו בתאריכים שונים, בציונים שונים, ובהתנהלות שונה של הצוות. אך הדוח הוא תמיד דוח והקריטריונים עליהם נבדק הלומד הם תמיד אותם קריטריונים.



דברי המדריך:

- מילות סיכום
- שאלות ותשובות

הסבר תאורתי:

תוצאות חיוביות- אסטרטגיה להשגת שביעות רצון- סיום הלמידה בתוצאה חיובית ובברכת בהצלחה.