

REKOMENDACJA NADZWYCZAJNA SEKTOROWEJ RADY DS. KOMPETENCJI W HANDLU Z 7 SIERPNIA 2020 R.

ZAKRES WSPARCIA SZKOLENIOWO-DORADCZEGO W ZAKRESIE ZWALCZANIA SKUTKÓW PANDEMII COVID-19
W RAMACH DZIAŁANIA 2.21 PO WER

1. REKOMENDACJA PRZYJĘTA UCHWAŁĄ SEKTOROWEJ RADY ds. KOMPETENCJI W HANDLU NR 8 Z 7 SIERPNIA 2020 R.
2. ZAPOTRZEBOWANIE NA KWALIFIKACJE/ KOMPETENCJE W SEKTORZE HANDLU

Sektorowa Rada ds. Kompetencji w Handlu, na podstawie przeprowadzonych analiz oddziaływania pandemii COVID-19 na sektor handlu, rekomenduje udzielanie w ramach Działania 2.21 PO WER wsparcia szkoleniowo-doradczego w zakresie zwalczania skutków pandemii COVID-19 poprzez realizację usług rozwojowych wspierających zdobycie, uzupełnienie lub aktualizację następujących kompetencji, kwalifikacji lub części kwalifikacji:

1.	Usługa rozwojowa nr 2:	Typ wsparcia ¹ :	Forma wsparcia (należy zaznaczyć):
	Bezpieczeństwo obsługi klienta i sprzedaży w punkcie handlowym z uwzględnieniem	☐ doradztwo: • minimum ... godzin – maximum godzin ☐ mentoring:	☒ Usługa zdalna (realizowana w czasie rzeczywistym) ☐ e-learning ☐ Usługa mieszana – usługa zdalna (realizowana w czasie rzeczywistym) + usługa stacjonarna

¹ Określając czas usługi, weź pod uwagę, że 1 godzina lekcyjna to 45 min. zegarowych, a 1 godzina doradztwa to 60 min. zegarowych

zagrożeń epidemicznych – sprzedawca	• minimum ... godzin – maximum Godzin X szkolenie: • minimum 40 godzin – maximum 60 godzin • w tym zajęcia teoretyczne minimum 40 godzin – maksimum 60 godzin	☐ Usługa mieszana – e-learning + usługa zdalna (realizowana w czasie rzeczywistym) lub w ramach usługi stacjonarnej ☐ usługa stacjonarna ☐ Inna –
Uczestnicy usługi rozwojowej	Pracownicy sektora wykonujący lub mogący wykonywać zadania związane z bezpośrednią obsługą klientów we wszelkiego rodzaju punktach handlowych oraz tacy pracownicy punktów handlowych, którzy mający styczność z towarami kierowanymi następnie do klientów, w procesie sprzedaży lub obsługi posprzedażowej.	
Minimalne warunki świadczenia usługi:	Efekty uczenia się:	A. Prezentuje odnoszące się do handlu zapisy obowiązujących aktów prawnych związanych z profilaktyką wirusa SARS COV-2. Omawia aktualne zalecenia Głównego Inspektoratu Sanitarnego dotyczące przeciwdziałania rozprzestrzenianiu się wirusa SARS COV-2. Omawia drogi przenoszenia wirusa SARS COV-2, w tym przenoszenia poprzez żywność oraz opakowania stosowane w handlu. Objaśnia wpływ obróbki termicznej żywności na możliwość przenoszenia się wirusa SARS COV-2. Przytacza i objaśnia zalecenia WHO dotyczące standardowych praktyk w celu zredukowania ekspozycji i transmisji chorób. Stosuje zalecenia WHO dotyczące standardowych praktyk w celu zredukowania ekspozycji i transmisji chorób w zakresie: mycia rąk, higieny kasłania/kichania, higieny żywności, zasad dystansu społecznego w okresie pandemii. Rozpoznaje u innych podstawowe symptomy układu oddechowego, jak kichanie i kasłanie, mogące świadczyć o chorobie danej osoby. Monitoruje stan własnego organizmu, pod kątem wystąpienia symptomów chorobowych wywołanych przez wirus SARS COV-2. Omawia procedury informowania właściwych inspekcji, służb i straży w razie podejrzeń o zagrożeniu wirusem SARS COV-2 (u siebie lub innych) lub o działaniach łamiących aktualne przepisy prawa i zalecenia dotyczące profilaktyki SARS COV-2 oraz redukcji ekspozycji i transmisji chorób. B. Nawiązuje kontakt z klientem - wyjaśnia pojęcie orientacji na klienta; - wymienia zasady nawiązywania kontaktu z klientem i ilustruje je przykładami; - omawia wpływ wizerunku sprzedawcy na budowanie relacji z klientem; - przytacza przykłady niedopuszczalnych oraz właściwych zachowań sprzedawcy podczas

			rozmowy handlowej; – tworzy komunikaty skierowane do klienta dostosowane do sytuacji. C. Identyfikuje potrzeby klienta - wyjaśnia znaczenie stosowania techniki aktywnego słuchania; – formułuje przykładowe pytania otwarte służące rozpoznaniu potrzeb klienta; – formułuje przykładowe pytania pogłębiające dotyczące potrzeb klienta; – weryfikuje stopień zrozumienia potrzeb klienta, wykorzystując parafrazę. D. Prezentuje ofertę zgodną z oczekiwaniami klienta -dobiera towar lub usługę i sposób ich prezentacji do zidentyfikowanych oczekiwań klienta; – wyjaśnia znaczenie komunikowania korzyści płynących z poszczególnych cech oferty; –uzasadnia cenę towaru lub usługi, odwołując się do właściwości towaru lub usługi oraz realiów rynku; – formułuje przykładowe pytania służące poznaniu opinii klienta na temat oferty; – omawia sposoby reakcji na potencjalne wątpliwości klienta; – wymienia powody poszerzania sprzedaży; – formułuje propozycję poszerzenia zakupu, posługując się językiem korzyści i uwzględniając potrzeby klienta. E. Finalizuje transakcję sprzedażową - omawia scenariusze zamknięcia sprzedaży; – informuje klienta o możliwości dalszych kontaktów związanych z nabywanym towarem lub zrealizowaną usługą. F. Identyfikuje i przeciwdziała sytuacjom stresogennym w kontaktach z klientami. Informuje klientów o obowiązujących w handlu przepisach prawa związanych z profilaktyką przeciwdziałania zakażeniom wirusa SARS COV-2 oraz o zaleceniach dotyczących standardowych praktyk w celu zredukowania ekspozycji i transmisji chorób jak też egzekwuje działania i zachowania klientów zgodne z tymi aktami prawnymi i zaleceniami. G. Prowadzi obsługę posprzedażową - omawia sposoby podtrzymywania relacji z klientem po sfinalizowaniu transakcji; –wymienia regulacje prawne dotyczące reklamacji, zwrotów i wymiany towarów (forma, terminy, konsekwencje niedotrzymania terminu); – realizuje procedury reklamacyjne zgodnie z prawem oraz standardem postępowania w danej organizacji.
		Trener/wykładowca/doradca:	Zajęcia powinny być prowadzone przez 3 osoby: 1. Praktyka, który zna problemy sektora handlu, w tym obsługi klienta i sprzedaży w punkcie

			handlowym (konieczne co najmniej 2 letnie doświadczenie na podobnym stanowisku pracy, konieczne doświadczenie w edukacji formalnej lub rynkowej); 2. Specjalistę w zakresie szkoleń z komunikacji społecznej dla biznesu (konieczne co najmniej 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń rynkowych lub 5-letnie doświadczenie w edukacji formalnej w podobnym zakresie). 3. Specjalistę w zakresie higieny i bezpieczeństwa pracy lub w zakresie zdrowia publicznego (konieczne co najmniej 3 letnie doświadczenie w edukacji formalnej lub rynkowej i 5-letnie doświadczenie w służbach zdrowia publicznego lub w służbach medycyny pracy lub w inspekcji sanitarnej).
		Sprzęt, oprogramowanie i wyposażenie niezbędne do prowadzenia procesu dydaktycznego	Uczestnik musi dysponować: Dostęp do internetu minimalne wymagania (wyrażone w prędkości łącza internetowego): Dźwięk - 512 kbps, Dźwięk + obraz SD - 512 kbps + 1 Mbps, Dźwięk + obraz HD - 512 kbps + 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ) - 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ) - 2-5 Mbps, Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce) - 1-4 Mbps; Uaktualniona wersja przeglądarki internetowej: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera; Minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny lub laptop z procesorem dwurdzeniowy 2GHz lub lepszym, Pamięć RAM 4GB lub więcej, System operacyjny Windows 10, Mac OS najnowsza wersja, Linux, Chrome OS; - Wbudowana lub zewnętrzna kamera internetowa (obowiązkowe); - Wbudowane lub zewnętrzne głośniki lub słuchawki (zalecane); - Wbudowany lub zewnętrzny mikrofon (obowiązkowe); - Wbudowana lub zewnętrzna klawiatura (obowiązkowe); - Mysz lub wbudowany touchpad (obowiązkowe). Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: - dostęp do webinarium szkoleniowego prowadzonego na specjalistycznej platformie, - dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych

			zawierających informacje na temat obsługi klienta w punkcie handlowym, udostępnianych w formie elektronicznej, - dostęp do wersji testowych oprogramowania wspierającego proces sprzedaży, zapewniającego możliwość fakturowania, kontaktu z magazynem itp.,
		Liczba osób uczestniczących w usłudze	Minimum - 20 osób Maksimum - 60 osób
		Usługa zawiera walidację lub certyfikację	X TAK – walidacja i/lub certyfikacja stanowią obligatoryjny element usługi rozwojowej; ☐ TAK – walidacja i/lub certyfikacja stanowią fakultatywny element usługi rozwojowej; ☐ NIE Uwagi:

	Usługa rozwojowa nr 2:	Typ wsparcia ² :	Forma wsparcia (należy zaznaczyć):
	Kierowanie zmianą w organizacji handlu - wdrażanie prowadzenia sprzedaży i obsługi klienta w e-commerce	☐ doradztwo: • minimum ... godzin – maximum godzin ☐ mentoring: • minimum ... godzin – maximum godzin X szkolenie: • minimum 60 godzin – maximum 80 godzin • w tym zajęcia teoretyczne minimum 40 godzin – maksimum	X Usługa zdalna (realizowana w czasie rzeczywistym) ☐ e-learning ☐ Usługa mieszana – usługa zdalna (realizowana w czasie rzeczywistym) + usługa stacjonarna ☐ Usługa mieszana – e-learning + usługa zdalna (realizowana w czasie rzeczywistym) lub w ramach usługi stacjonarnej ☐ usługa stacjonarna ☐ Inna –

² Określając czas usługi, weź pod uwagę, że 1 godzina lekcyjna to 45 min. zegarowych, a 1 godzina doradztwa to 60 min. zegarowych

		60 godzin	
	Uczestnicy usługi rozwojowej	Pracownicy sektora handlu, w tym szczególnie kierownicy, menadżerowie i prowadzący w jego obrębie działalność gospodarczą, jak również pracownicy działów handlowych firm produkcyjnych i usługowych, którzy projektują, wdrażają lub uczestniczą w procesach zmiany kanału dystrybucji z formy stacjonarnej na e-commerce, spowodowanych koniecznością dostosowania kanałów dystrybucji do uwarunkowań rynków oraz zachowań klientów powodowanych globalną pandemią wirusa SARS COV-2.	
	Minimalne warunki świadczenia usługi:	Efekty uczenia się:	A. Prezentuje, odnoszące się do handlu e-commerce, zapisy obowiązujących aktów prawnych związanych z profilaktyką wirusa SARS COV-2. Omawia aktualne zalecenia Głównego Inspektoratu Sanitarnego dotyczące przeciwdziałania rozprzestrzenianiu się wirusa SARS COV-2. Omawia drogi przenoszenia wirusa SARS COV-2, w tym przenoszenia poprzez typowe produkty oferowane w e-commerce oraz opakowania stosowane w e-commerce. Objaśnia wpływ obróbki termicznej produktów spożywczych na możliwość przenoszenia się wirusa SARS COV-2. Przytacza i objaśnia zalecenia WHO dotyczące standardowych praktyk w celu zredukowania ekspozycji i transmisji chorób. Stosuje zalecenia WHO dotyczące standardowych praktyk w celu zredukowania ekspozycji i transmisji chorób w zakresie: mycia rąk, higieny kałania/kichania, higieny żywności, zasad dystansu społecznego w okresie pandemii. Rozpoznaje u innych podstawowe symptomy układu oddechowego, jak kichanie i kałanie, mogące świadczyć o chorobie danej osoby. Monitoruje stan własnego organizmu, pod kątem wystąpienia symptomów chorobowych wywołanych przez wirus SARS COV-2. Omawia procedury informowania właściwych inspekcji, służb i straży w razie podejrzeń o zagrożeniu wirusem SARS COV-2 (u siebie lub innych) lub o działaniach łamiących aktualne przepisy prawa i zalecenia dotyczące profilaktyki SARS COV-2 oraz redukcji ekspozycji i transmisji chorób. B. Wymienia i objaśnia podstawowe teorie związane z e-commerce, wymienia i objaśnia charakterystyki typów e-konsumentów, wymienia i omawia wady oraz zalety systemów e-commerce, wymienia i omawia podstawy działania głównych narzędzi analitycznych w e-commerce, monitoruje i mierzy efektywność za pomocą narzędzi analitycznych e-commerce oraz analizuje i reagując na zmiany optymalizuje sprzedaż.

			C. Wyjaśnia zaawansowane zagadnienia związane z zarządzaniem zmianą w organizacji, w oparciu o kryteria rynkowe dobiera adekwatną do profilu działalności ofertę techniczną i szkoleniową w zakresie doradztwa i wdrożenia sprzedaży e-commerce, identyfikuje zagrożenia i sytuacje kryzysowe w organizacji, tworzy i realizuje plany zapobiegające i przeciwdziałające sytuacjom kryzysowym, omawia zagrożenia łańcucha dostaw dla e-commerce, wyjaśnia zagadnienia zakresu zarządzania kryzysowego w e-commerce, rozpoznaje i wskazuje rzetelne źródła wiedzy o e-commerce, rozpoznaje i wskazuje rzetelne źródła wiedzy o wprowadzaniu zmian w organizacji, wskazuje i w oparciu o kryteria rzetelności i opłacalności wskazuje i dobiera możliwości podnoszenia własnych kwalifikacji i kompetencji w zakresie e-commerce, w zmiennej sytuacji podejmuje decyzje, prowadzi zespołowi w sytuacjach kryzysowych. D. Omawia główne narzędzia programistyczne wspierające marketing w e-commerce, wymienia i objaśnia różnorodne metody i techniki content marketing stosowane w e-commerce, objaśnia zaawansowane zagadnienia promocji i reklamy w e-commerce, omawia podstawowe zagadnienia prezentacji produktu w e-commerce, dobiera i stosuje narzędzia programistyczne wspierające marketingowe w e-commerce, E. Formułuje cele dla danego przykładu rynku i towaru i dobiera do nich strategię e-commerce, dobiera najbardziej korzystny system e-commerce dla danego produktu/usługi, konstruuje modele szablonu e-commerce, tworzy schematy rozmów z klientami online, prowadzi obsługę klientów online – prezentuje towar, oferuje go i sprzedaje, opracowuje plan sprzedaży z użyciem różnych form komunikacji z klientem online, generuje, za pomocą dobranych narzędzi i technik oraz zgodnie z zaprojektowaną strategią i dostosowując się do rynku popytu, ilościowy ruch w serwisie sprzedażowym e-commerce F. Prezentuje zagadnienia związane z procedurami praw konsumenta w e-commerce, omawia obowiązki informacyjne sprzedawcy występujące w e-commerce, omawia zagadnienie tworzenia regulaminów sprzedaży e-commerce oraz zawierania umów kupna-sprzedaży w e-commerce, prezentuje zagadnienia związane z RODO w e-commerce, omawia zagadnienia związane z płatnościami online stosowanymi w e-commerce, tworzy regulaminu sklepu e-commerce, tworzy umowy kupna-
--	--	--	--

			sprzedaży do wykorzystania w e-commerce, udziela na bieżąco odpowiedzi online na temat oferowanych w kanale e-commerce produktów i usług, utrzymuje relacje z klientami e-commerce i rozwija je, elastycznie i kreatywnie reaguje na zmiany w zachowaniach rynkowych i oczekiwaniach klientów e-commerce, realizuje w praktyce politykę zwrotów i reklamacji towarów, realizuje w praktyce politykę RODO. G. Omawia wybrane teorie dotyczące funkcjonowania zespołów pracowniczych, omawia główne teorie dotyczące pracy zdalnej, omawia wybrane narzędzia programistyczne (np. Google hangout, ZOOM i podobne) i urządzenia (laptopy, tablety, smartfony i podobne) pozwalające na pracę zdalną oraz na kierowanie zespołem sprzedażowym działającym w trybie pracy zdalnej (np. ASANA, Trello, i podobne), omawia zasady zarządzania czasem, kieruje małym zespołem pracowniczym działającym całkowicie lub częściowo w trybie pracy zdalnej.
		Trener/wykładowca/doradca:	Zajęcia powinny być prowadzone przez 3 osoby: 1. Praktyka, który posiada udokumentowana minimum 3-letnie doświadczenie na stanowisku związanym z handlem e-commerce, w tym w prowadzeniu przedsiębiorstwa lub działu handlowego o takim kanale dystrybucji, lub udokumentowana minimum 5-letnia współpraca z podmiotami z obszaru e-commerce, polegająca na aktywnym tworzeniu i wprowadzaniu oferty na rynek za pomocą tego kanału. 2. Specjalistę w zakresie szkoleń z komunikacji społecznej dla biznesu (konieczne co najmniej 3-letnie doświadczenie w szkoleniach lub 5-letnie doświadczenie w edukacji formalnej w podobnym zakresie). 3. Specjalistę w zakresie higieny i bezpieczeństwa pracy lub w zakresie zdrowia publicznego (konieczne co najmniej 3 letnie doświadczenie w edukacji formalnej lub rynkowej i 5-letnie doświadczenie w służbach zdrowia publicznego lub w służbach medycyny pracy lub w inspekcji sanitarnej).
		Sprzęt, oprogramowanie i wyposażenie niezbędne do prowadzenia procesu dydaktycznego	Uczestnik musi dysponować: Dostęp do internetu minimalne wymagania (wyrażone w prędkości łącza internetowego): Dźwięk - 512 kbps, Dźwięk + obraz SD - 512 kbps + 1 Mbps, Dźwięk + obraz HD - 512 kbps + 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ) - 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ) -

			2-5 Mbps, Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce) - 1-4 Mbps; - Uaktualniona wersja przeglądarki internetowej: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera; - Minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny lub laptop z procesorem dwurdzeniowy 2GHz lub lepszym, Pamięć RAM 4GB lub więcej, System operacyjny Windows 10, Mac OS najnowsza wersja, Linux, Chrome OS; - Wbudowana lub zewnętrzna kamera internetowa (obowiązkowe); - Wbudowane lub zewnętrzne głośniki lub słuchawki (zalecane); - Wbudowany lub zewnętrzny mikrofon (obowiązkowe); - Wbudowana lub zewnętrzna klawiatura (obowiązkowe); - Mysz lub wbudowany touchpad (obowiązkowe). Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: - dostęp do webinarium szkoleniowego prowadzonego na specjalistycznej platformie, - dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat prowadzenia handlu w kanale e-commerce oraz wprowadzania zmian w organizacji, udostępnianych w formie elektronicznej, - dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat przepisów prawnych dotyczących prowadzenia handlu w kanale e-commerce, udostępnianych w formie elektronicznej, w tym obejmujących zagadnienia stosowania: praw konsumenta, RODO, bezpieczeństwa klienta, bezpieczeństwa produktu oraz obowiązujących przepisów prawa związanych z profilaktyką przeciwdziałania zakażeniom wirusa SARS COV-2 i zalecenia dotyczące standardowych praktyk w celu zredukowania ekspozycji i transmisji chorób. - dostęp do wersji testowych I freeware oprogramowania wspierającego prowadzenie analityki rynku e-commerce np.: Helium 10, Jungle scout, MBS retriever, planer słów kluczowych Allegro, narzędzia Amazon Ads, Market Watch, Google keywords Planer, Google trends, lub podobne, dostęp do testowych wersji programów wspierających zarządzanie zespołem zdalnym (ASANA, Trello I
--	--	--	---

			podobne)
		Liczba osób uczestniczących w usłudze	Minimum – 10 osób Maksimum – 25 osób
		Usługa zawiera walidację lub certyfikację	☐ TAK – walidacja i/lub certyfikacja stanowią obligatoryjny element usługi rozwojowej; ☐ TAK – walidacja i/lub certyfikacja stanowią fakultatywny element usługi rozwojowej; X NIE Uwagi: