

Rozwój na co dzień

Salony, z którymi współpracuję, często inwestują w szkolenia. Doradcy klienta wracają zmotywowani, pełni pomysłów, z notatkami i materiałami. Przez pierwszy tydzień widać różnicę – nowe techniki, świeże podejście do rozmów z klientami. A potem? Codziennosc wciąga, tempo pracy nie zwalnia i po miesiącu z tej wiedzy zostaje niewiele. To nie znaczy, że szkolenia nie działają. Znaczą tylko, że same nie wystarczą. Z mojego doświadczenia wynika, że kluczem do trwałego rozwoju zespołu są małe, regularne dawki wiedzy wplecione w codzienność salonu.

Szkolenie to dopiero początek

Kompleksowe, całonocne szkolenia mają ogromną wartość. Pozwalają wyrwać się z codzienności, spojrzeć na swoją pracę z dystansu, poznać nowe rozwiązania i wymienić doświadczenia z innymi. Kluczowe jest jednak to, co dzieje się po szkoleniu.

Badania nad pamięcią pokazują, że bez utrwalania zapominamy większość nowych informacji w ciągu kilku tygodni. To naturalne – mózg pozbywa się tego, czego nie używa. Członek zespołu wraca ze szkolenia o technikach sprzedaży, przez kilka dni stosuje nowe metody, ale gdy pojawia się kolejka klientów i codzienne obowiązki, wraca do sprawdzonych schematów. Nie z lenistwa, ale dlatego, że nowe nawyki nie zdążyły się utrwalić.

W jednym z salonów, z którymi współpracuję, właścicielka zauważyła dokładnie ten wzorzec. Po każdym szkoleniu zespół był zaangażowany, ale efekt gasł po dwóch-trzech tygodniach. Zaczęła się zastanawiać, jak utrzymać to momentum – nie rezygnując z kompleksowych, kilkugodzinnych szkoleń, lecz robiąc „więcej”.

Nawyk, nie wydarzenie

Warto zmienić sposób myślenia o rozwoju zespołu. Zamiast traktować go jako wydarzenie – szkolenie raz na kwartał, wyjazd raz w roku – można spojrzeć na niego jak na nawyk. Coś, co dzieje się regularnie, w małych dawkach, bez wielkiego zamieszania. Analogia jest prosta: nikt nie chodzi



Damian Misiak

Współzałożyciel i pomysłodawca Struktury EKSPERT OPTYK. Od 2000 roku rozwija europejski biznes optyczny, wspierając rozwój lokalnych salonów optycznych. Doświadczenie zdobywał od lat 90. w branżach FMCG, telekomunikacyjnej i paliwowej. Specjalizuje się w analizie danych i zarządzaniu operacyjnym, co przekłada się na efektywność prowadzonych projektów.

na siłownię raz na trzy miesiące przez osiem godzin, licząc na efekty. Lepsze rezultaty daje trzydzieści minut kilka razy w tygodniu. Z rozwojem kompetencji jest podobnie. Regularne, krótkie sesje uczenia się budują więcej niż sporadyczne intensywne szkolenia – zwłaszcza jeśli chodzi o utrwalanie wiedzy i zmianę nawyków.

Mikro-szkolenia to nie alternatywa dla kompleksowych szkoleń. To ich naturalne przedłużenie. Szkolenie daje fundament i inspirację, mikro-szkolenia pomagają tę wiedzę wdrożyć i utrwalić w codziennej praktyce.

Jest w tym też korzyść, o której liderzy rzadko myślą wprost. Doradcy klienta, którzy czują, że się rozwijają, zostają dłużej. Nie muszą szukać nowych wyzwań gdzie indziej, bo znajdują je u siebie. Rotacja w zespołach, które nie inwestują w rozwój, jest znacząco wyższa – a koszt rekrutacji i wdrożenia nowej osoby to często równowartość kilku miesięcy jej pensji.

15 minut dziennie

Mikro-szkolenie to krótka, konkretna dawka wiedzy. Jeden temat, jedno zagadnienie, piętnaście minut. Tyle wystarczy, żeby omówić nową technikę, przeanalizować wcześniejszą sytuację z klientem albo przypomnieć kluczowe informacje o produkcie.

Dlaczego piętnaście minut działa? Bo mieści się w rzeczywistości każdego salonu. Można to zrobić przed otwarciem, w przerwie między klientami, na koniec dnia. Nie wymaga zamykania sklepu, reorganizacji grafiku ani wysyłania zespołu na drugi koniec miasta.

Matematyka jest prosta: piętnaście minut dziennie to ponad sześćdziesiąt godzin rozwoju rocznie. Bez blokowania grafiku, bez dodatkowych kosztów dojazdu, bez stresu związanego z brakami kadrowymi.

Forma może być różna. Wspólna rozmowa przy kawie przed otwarciem. Krótkie video obejrzone na tablecie. Analiza konkretnej sytuacji z poprzedniego dnia. Kluczowe jest jedno: to, czego się uczymy dziś, powinno być możliwe do zastosowania dziś. Natychmiastowe przełożenie na praktykę sprawia, że wiedza zostaje.

Trzy modele do wyboru

Współpracując z salonami, widzę trzy podejścia, które sprawdzają się najlepiej. Każde ma swoje zalety i każde można dostosować do specyfiki konkretnego miejsca.

Pierwszy to model poranny. Piętnaście minut przed otwarciem salonu cały zespół spotyka się na krótką rozmowę. Właściciel lub manager wprowadza jeden temat – może to być nowy produkt, technika radzenia sobie z obiekcjami cenowymi czy analiza sytuacji z poprzedniego dnia. Spotkanie kończy się pytaniem: jak to zastosujemy dzisiaj? Ten model buduje rytm i daje zespołowi wspólny punkt startu każdego dnia.

Drugi to model rotacyjny, który niektórzy nazywają „ekspertem tygodnia”. Co tydzień inny członek zespołu przygotowuje krótką prezentację na temat, w którym czuje się pewnie albo którego ostatnio się nauczył. Może to być dziesięć minut o różnicach między powłokami, o obsłudze konkretnie-

go typu klienta, o czymkolwiek, co może być przydatne dla reszty zespołu. Ten model ma dodatkowy efekt – buduje kulturę dzielenia się wiedzą i sprawia, że każdy czuje się ekspertem w jakiejś dziedzinie.

Trzeci to model platformowy, czyli wykorzystanie narzędzi e-learningowych. Doradcy uczą się we własnym tempie – między klientami, w wolnej chwili, czasem w domu. Właściciel może śledzić postępy i widzieć, kto jakie moduły ukończył. Ten model daje największą elastyczność, choć wymaga dostępu do odpowiedniej platformy.

O czym rozmawiać z zespołem

Tematy mikro-szkoleń nie muszą być skomplikowane. Często najprostsze zagadnienia przynoszą największą wartość, bo dotyczą sytuacji, które zdarzają się codziennie.

Tematy produktowe to oczywisty wybór: nowości w ofercie, różnice między typami soczewek, kiedy rekomendować jakie rozwiązanie. Ale równie ważne są tematy sprzedażowe – jak prezentować wartość zamiast ceny, jak naturalnie odpowiadać na obiekcje, jak proponować rozwiązania dodatkowe bez nachalności.

Z mojej praktyki wynika, że najcenniejsze bywają rozmowy o konkretnych sytuacjach z salonu. W jednym z miejsc, z którymi współpracuję, zespół co tydzień omawia jedną trudną rozmowę z klientem. Co zadziałało? Co można było zrobić inaczej? Czego się nauczyliśmy? To nie teoria – to analiza prawdziwych przypadków, które wydarzyły się wczoraj lub przedwczoraj.

Warto też sięgać po tematy miękkie: jak radzić sobie ze stresem w szczycie sezonu, jak komunikować się w zespole, jak reagować na reklamacje. Te umiejętności często decydują o jakości obsługi bardziej niż znajomość parametrów technicznych.

Narzędzia, które masz pod ręką

Nie trzeba wymyślać wszystkiego od zera. Dla członków Struktury EKSPERT OPTYK dostępna jest platforma VANBERG Edu – narzędzie stworzone z myślą o specyfice salonów optycznych. Kursy są podzielone na krótkie moduły, które można przerabiać w wolnych chwilach. Tematy obejmują produkty marki VANBERG, obsługę klienta, budowanie wizerunku salonu. Dodatkową motywacją jest system nagród – ukończone

szkolenia pozwalają uzyskać karty podarunkowe. Ale nawet bez dostępu do platformy można zacząć już dziś. Notatki z ostatniego szkolenia da się podzielić na mniejsze porcje i omawiać po jednej każdego tygodnia. Producenci często udostępniają krótkie materiały o swoich produktach. Własne doświadczenia i obserwacje spisane w prosty sposób mogą być podstawą wartościowej rozmowy z zespołem.

Kluczowe jest jedno: regularność ważniejsza niż perfekcja materiałów. Lepiej piętnaście minut prostej rozmowy co tydzień niż idealne szkolenie, które ciągle odkładamy na później.

Rozwój zespołu to nie projekt z początkiem i końcem. To nawyk – coś, co dzieje się regularnie, w małych dawkach, bez wielkiego zamieszania. Szkolenia dają fundament i inspirację, mikro-szkolenia pomagają tę wiedzę utrwalić i przełożyć na codzienną praktykę. Piętnaście minut dziennie może wydawać się szczegółem, ale to właśnie te małe kroki składają się na realną zmianę. W kompetencjach zespołu, w jakości obsługi, w atmosferze salonu. I w poczuciu, że warto tu być i warto się rozwijać.

REKLAMA



A jak możemy wspierać Twój sukces?



Dowiedz się więcej na

 **ekspert-optyk.pl**

lub wyślij SMS ze
swoim numerem NIP
pod numer:

 **732 143 775**

Patrzeć bliżej, planować dalej, działać wspólnie!



Łączymy **niezależnych polskich optyków**,
by wspólnie dążyć
do **bezpieczeństwa biznesowego**
i **stabilnego rozwoju!**