

[www.p-bs.org](http://www.p-bs.org)

[office@p-bs.org](mailto:office@p-bs.org)

т.: +38(097)500-5023

т.: +38(067)979-6737



## КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ТОПЛИВНЫХ КОМПАНИЙ



### Содержание

1. Знания и навыки начальника современной АЗС
2. Навыки руководителя сети АЗС как тренера подчиненных на рабочем месте
3. Внедрение и поддержание стандартов обслуживания клиентов сети АЗС
4. Принципы и практика управления магазином на АЗК
5. Навыки обслуживания клиентов на современных АЗК
6. Навыки продаж топливных талонов и карточек
7. Стандарты работы со звонками клиентов
8. 7 этапов открытия современного автозаправочного комплекса
9. Стресс-менеджмент: навыки саморегуляции и психологического восстановления
10. Тренинг тренеров топливных компаний

# Знания и навыки начальника современной АЗС

Программа тренинга предназначена для руководителей автозаправочных комплексов, в функциональные обязанности которых входит управление персоналом, ответственность за реализацию, территорию и оборудование АЗС.

Тренер: Андрей Копылов

Продолжительность: 24 часа (3 дня)

## 1. Основные задачи начальника АЗК. Лидерство.

- Основные функциональные задачи начальника АЗК
- Управленческие и технические задачи
- Принципы постановки целей
- Основные принципы управления временем
- Принципы делегирования полномочий
- Общие принципы мотивации персонала. Стили лидерства
- Осуществление контроля, обратная связь

## 2. Навыки эффективной коммуникации

- Уровни общения. Невербальная и вербальная коммуникация
- Принципы работы с информацией
- Виды слушания, умение структурировать информацию
- Виды вопросов, последовательность использования в разговоре
- Типология и принципы проведения совещаний
- Проведение инструктажей и обучения подчиненных

## 3. Поиск и подбор персонала, формирование команды

- Кадровая политика компании, требования к кандидатам
- Навыки проведения интервью, критерии отбора кандидатов
- Оценочный центр - как методика группового отбора персонала на АЗС
- Формирование кадрового резерва
- Наставничество, программы стажировки, продвижение подчиненных

## 4. Охрана труда и взаимодействие с проверяющими органами

- Охрана труда: проведение, содержание и оформление инструктажей
- Ведение журналов. Ответственность руководителя
- Взаимодействие с проверяющими органами
- Как избежать отбора проб
- Как оформить визиты проверяющих органов
- Взаимодействие с службой защиты прав потребителя

## 5. Локальный маркетинг для менеджера АЗК

- АЗС на карте местности. Учет распределения транспортных потоков
- Целевые группы потребителей АЗС. Методы определения
- Конкуренция между соседними АЗС и другими торговыми точками
- Методы привлечения клиентов. Определение уникальных предложений
- Методы формирования и оптимизации ассортимента АЗС

## 6. Поставки и размещение товаров в торговом зале

- Принципы восприятия и схемы движения клиентов. Планограммы.
- Соблюдение корпоративных стандартов мерчендайзинга
- Правила размещения сопутствующих товаров
- Методы повышения реализации продуктов в торговом зале
- Работа с поставщиками. Складская логистика.

## 7. Управление магазином при АЗК

- Консультация клиентов, повышение реализации
- Управление складским запасом, формирование заказов
- Изучение потребительского спроса, взаимодействие продажи и маркетинга.
- Предоставление информации потребителю. Основные документы для потребителей Претензии клиентов

## Навыки руководителя как тренера подчиненных на рабочем месте

Программа направлена на развитие компетенций руководителя. Предназначена для руководителей подразделений топливных компаний.

Тренер: Андрей Копылов  
Продолжительность: 24 часа (3 дня)

### 1. Ценности и Миссия руководителя

- Внутреннее отношение руководителя к подчиненному, уровни общения
- Создание позитивной атмосферы взаимодействия
- Важность импринта – первого впечатления работы руководителя
- Методы влияния на общее состояние и уровень восприятия стажера: влияние поддержки, похвалы, вызова, критики и порицания

### 2. Стили поведения руководителя (токсичные менеджеры, эмоциональное лидерство)

- Типы токсичных руководителей
- Типы конструктивных руководителей
- Построение партнерских отношений руководитель-подчиненный
- Руководитель как наставник для подчиненного, сходства и различия в подходах

### 3. Уровни влияния на квалификацию, обучение подчиненного, разница подходов в достижении результатов по:

- Повышение знаний стандартов и процедур подчиненному
- Передача навыка стажеру
- Изменение отношения стажера

### 4. Принципы человеческой мотивации

- Влияние уровня психологической мотивации на процесс обучения
- Влияние знания стандартов и процедур на мотивацию подчиненного
- Влияние обладания техническими навыками на мотивацию подчиненного

### 5. Стандарты и процедуры в работе руководителя

- Шаги квалификации подчиненного и критерии оценки качества каждого шага
- Лестница постепенного профессионального роста стажера. Действия руководителю в случае неудачи в выполнении подчиненным инструкции.
- Профессиональные организационные правила и поведение руководителя (слухи, пунктуальность, управление телефоном, публичная критика, выполнение обещаний)

### 6. Четыре стиля лидерства, определяющие характер взаимодействия со стажером, в зависимости от уровня его квалификации

- Начало: Директивный стиль (инструктаж)
- Первые успехи: Наставнический стиль (обратная связь по процессу выполнения)
- Вопросы: Поддерживающий стиль (ответы на вопросы стажера и навыки обучения с помощью вопросов стажеру)
- Устранения ошибок: Наблюдательный (обратная связь по результатам работы)

## Внедрение и поддержание стандартов обслуживания клиентов в сети АЗС

Программа тренинга предназначена для руководителей автозаправочных комплексов, в функциональные обязанности которых входит управление персоналом, ответственность за реализацию, территорию и оборудование АЗС.

### 1 . Предпосылки создания стандартов обслуживания

- Конкуренция на рынке розничной торговли нефтепродуктами
- Повышение требований клиентов к обслуживанию на современной заправочной станции
- Создание дополнительных выгод и принципы предоставления услуг на АЗС
- «Горячая линия» как инструмент повышения лояльности клиентов и контроля станций

### 2. Создание стандартов обслуживания сети АЗК

### 3. Стратегия донесения и контроля стандартов обслуживания каждому сотруднику

- Линейному персоналу
- Менеджерам
- Создание внутренней ревизионной службы
- Контроль со стороны внешних подрядчиков
- Контроль исполнения стандартов руководителями всех уровней

### 4. Внедрение и поддержание стандартов обслуживания клиентов

- Инструктаж: ознакомление персонала со стандартами обслуживания
- Проведение интерактивного тренинга с группой сотрудников как инструмент внедрения стандартов обслуживания
- Организация самообучения персонала в нерабочее время
- Экзамен – контроль теоретических знаний стандартов, проверка усвоения стандартов
- Инструктаж перед началом смены: инструмент напоминания, проверки понимания стандартов

### 5. Контроль стандартов обслуживания

- Уровни получения обратной связи о внедрении и поддержании стандартов
- Наблюдение за работой персонала, токи контроля, периодичность
- Система поощрений-наказаний, материальная и нематериальная мотивация

### 6. Внутренние органы контроля и мотивации

- Организации собственной контрольно-ревизионной службы
- Организация системы «тайный покупатель»
- Механизм работы «горячей линии» компании, вертикальные акции и рейтинги

### 1. Стандарты обслуживания клиентов на каждом этапе работы с клиентом

- Произведение позитивного впечатления на клиента
- Алгоритм выяснения потребностей (стандартные фразы)
- Предупреждение ошибок при заправке
- Предложение дополнительных услуг, программ лояльности, дисконтных карт

### 2. Стандарт обслуживания клиентов во время конфликта

- Стиль ведения конфликта, рекомендации
- График течения конфликта, действия на каждом этапе
- Причины конфликтов и претензий, немедленное устранение конфликта непосредственно после возникновения
- Юридические аспекты претензий, жалоб и конфликтов
- Действия персонала во время проверки проверяющими органами
- Модели действия персонала в случае претензий на качество, количество топлива, график работы (слив бензовоза), качество обслуживания

### 3. Стандарт качества обслуживания - стандарт качества продукта

- Влияние каждого показателя на эксплуатацию автомобиля
- Паспорт качества как основной документ, который:
  - подтверждает качество нефтепродуктов
  - основной инструмент для решения конфликтов с потребителем по качеству топлива
- Алгоритм разговора с клиентом во время претензии на качество топлива

4. **Стандарты обслуживания на различных узлах АЗК**
  - Работа с очередью на АЗК
  - Внешний вид персонала, рекомендации по внешнему виду
  - Стандарты уборки АЗК, Персональная гигиена
  - Случаи отбора проб, проверки на точность отпуска ТРК
  - Основные функциональные задачи персонала АЗК
5. **Обслуживание и консультации покупателей в магазине сопутствующих товаров на АЗК**
  - Действия персонала по проведению действий мерчендайзинга в магазине при АЗК
  - Изучение потребительского спроса, создание обратной связи, взаимодействие продажи и маркетинга.
  - Консультации потребителей относительно товаров в магазине

## Принципы и практика управления магазином на АЗК

Программа тренинга предназначена для товароведов сетей АЗС, управляющих сбытом сопутствующих товаров на АЗС, в функциональные обязанности которых входит: организация работы магазина при АЗС, повышение сбыта, эффективное использование торговых площадей АЗС, взаимодействие с поставщиками, персоналом АЗС, проведение анализа реализации.

Тренер: Андрей Копылов  
Продолжительность: 16 часов (2 дня)

1. **Основная задача персонала - повышение реализации на АЗС**
  - Рациональные и эмоциональные потребности клиентов на АЗС
  - Определение возможных целевых групп потребителей АЗС
  - Изучение конкурирующих торговых точек, изучение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз
  - Уникальные предложения, которые будут давать наибольшую прибыль
2. **Принципы и задачи мерчендайзинга**
  - Принципы восприятия и поведение клиентов. Планограммы и схемы движения клиентов в торговом зале на АЗС
  - Принципы размещения товарных категорий в зале и товаров на полках
  - Принципы размещения рекламных материалов
  - Формирование корпоративных стандартов мерчендайзинга сети АЗС
  - Методы повышения реализации продуктов в торговом зале на АЗС
  - Соотношение групп товаров в торговом зале
3. **Организация работы персонала АЗС для повышения реализации товаров магазина**
  - Взаимодействие с подчиненными и распределение ответственности
  - Организация и стандарты работы оператора-кассира
  - Стандарты работы пистолетчиков по повышению реализации
  - Консультирование покупателей в магазине
  - Изучение потребительского спроса через персонал АЗК, создание обратной связи, взаимодействие продажи и маркетинга
4. **Операционная деятельность магазина**
  - Поддержание стандартов чистоты в торговом зале
  - Поддержание стандартов заполняемости торговых полок
  - Работа с некондиционными товарами
  - Группы товаров АЗК. Правила размещения и сроки хранения
  - Принципы проведения инвентаризации
  - Недостачи на АЗС: причины возникновения и методы борьбы
  - Проведение акций на АЗС, виды, периодичность

- Организация уголка потребителя и взаимодействие с проверяющими органами
- 5. Анализ реализации товаров магазина**
- Оптимизация ассортимента с целью повышения реализации
  - Принципы формирования заказов на основе анализа и прогноза сбыта
  - Управление складским запасом
- 6. Работа с поставщиками товаров**
- Выбор поставщика. Требования к фирмам-поставщикам товаров магазина
  - Неукоснительное исполнение заказов поставщиком

## Навыки обслуживания клиентов на современных АЗК

Программа тренинга предназначена для персонала автозаправочных комплексов, в функциональные обязанности которых входит общение с клиентами во время отпуска нефтепродуктов и товаров в магазине.

Тренер: Андрей Копылов  
Продолжительность: 24 часа (3 дня)

### 1. Ожидания, потребности и требования клиентов к современным АЗК

- Способы привлечения и сохранения клиентов
- Эмоциональные и рациональные потребности клиентов
- Факторы конкурентной борьбы между сетями АЗС и отдельными станциями

### 2. Этапы обслуживания клиентов

- Подготовка к обслуживанию и ожидание покупателя
- Важность первого впечатления
  - влияние внешнего вида персонала на восприятие клиента
  - вербальная и невербальная коммуникация
  - работа с очередью на АЗК
- Стандарт обслуживания клиентов на АЗС
  - способы увеличения выторга топлива и сопутствующих товаров
  - соблюдение требований кассовой дисциплины
  - как избежать ошибок при заправке во взаимодействии оператор-заправщик
- Предложение дополнительных услуг, программ лояльности, дисконтных карт

### 3. Качество нефтепродуктов. Доказательства и отличие от конкурентов

- Влияние качественных показателей топлива на эксплуатацию автомобиля
  - Паспорт качества топлива как основной инструмент подтверждения качества топлива и решения претензий клиента

### 4. Конфликты и претензии на АЗС

- Причины возникновения конфликта
- График течения конфликта, как загасить эмоции клиента
- Как избежать вовлечению других клиентов в конфликт
- Стили поведения в конфликтных ситуациях
  - Алгоритм действия персонала в случаях претензий на качество топлива недолив, несоответствие количества топлива, на качество обслуживания, график работы
- Юридические аспекты претензий, жалоб и конфликтов

### 5. Основные обязанности персонала АЗС

- Основные функциональные задачи персонала АЗК
- Пересменка, ежедневный инструктаж перед началом работы
- Уборка АЗК, Персональная гигиена
- Отбор проб, проверка на точность отпуска ТРК

- Техника безопасности при нахождении на АЗК. Оказание первой помощи.
  - Действия персонала во время проверки проверяющими органами
- 6. Магазин сопутствующих товаров на АЗК. Принципы работы**
- Принципы и закономерности мерчендайзинга
  - Активные продажи и консультации потребителей по товарам магазина
  - Обязанности персонала по организации мерчендайзинга в магазине при АЗС
  - Участие персонала АЗК в изучении потребительского спроса, взаимодействие продажи и маркетинга.
  - Группы товаров АЗК. Правила размещения и сроки хранения

## Навыки продаж топливных талонов и карточек

Программа тренинга предназначена для менеджеров отдела безналичных платежей, реализующих топливные талоны, смарт-карты, ведомости.

Тренер: Андрей Копылов

Продолжительность: 16 часов (2 дня)

### 1. Формирование базы клиентов, организация работы менеджера

- Принципы и методы формирования базы клиентов и направление усилий работы продавца: расстановка приоритетов, сегментирование и категоризация клиентов, необходимый и достаточный объем информации по клиенту.
- Факторы успешности продавца: количество и время звонков, встреч, составление планов, отчетов, постановка целей.

### 2. Подготовка к контакту с клиентом

- Этапы продажи. Цели продавца и покупателя.
- Сбор и обработка информации о клиенте.

### 3. Холодные звонки. Первая встреча с клиентом

- Приветствие, вхождение в контакт.
- Демонстрация уверенности, подстройка под собеседника.
- Получение информации о потенциальной возможности покупки.
- Определение лица, принимающего решение о закупках топлива.
- Отправка предложения о сотрудничестве.
- Типы секретарей, проход через секретаря.
- Построение контакта с лицом, которое принимает решение, назначение встречи

### 4. Определение и актуализация

#### потребностей клиентов

- Стратегия продаж: отличие импульсивной покупки от планируемой
- Последовательность использования вопросов
- Навыки активного слушания
- Выявление мотивов клиента для покупки
- Ситуационные вопросы, проблемные вопросы
- Извлекающие и наводящие вопросы

### 5. Презентация услуг компании

- Структура и инструменты презентации
- Выгоды от пользования топливом и услугами компании
- Преимущество перед конкурентами

### 6. Преодоление возражений, подтверждение согласия

- Стили переговоров
- Эмоциональные и рациональные факторы возражения
- Последовательность действий в случае высказывания возражений
- Типология вопросов при возражениях

### 7. Заключение договора

- Способы заключения сделки.

- Подведение итогов, закрепление договоренности.
- Построение долгосрочных отношений с клиентом.
- Ведение клиентов.
- Работа с задолженностями клиентов.

## Стандарты работы со звонками клиентов

Программа тренинга предназначена для операторов «горячей линии» топливной компании, телефонных операторов, операторов контактных центров, в функциональные обязанности которых входит общение с клиентом, ответы на претензии, а также общение с персоналом, топливной компании.

**Тренер: Андрей Копылов**  
**Продолжительность: 24 часа (3 дня)**

### 1. Ожидания, потребности и требования клиентов АЗС на современном этапе развития

- Call-центр как инструмент привлечения и сохранения клиентов
- Эмоциональные и рациональные потребности клиентов АЗС
- Ожидания клиентов от операторов Call-центра
- Факторы конкурентной борьбы между сетями АЗС
- Права клиентов, сотрудников АЗС, сотрудников Call-центра и проверяющих органов
- Работа с обращениями клиентов, не связанной с рабочими аспектами деятельности

### 2. Этапы разговора с клиентом

- Подготовка к разговору и ожидание звонка
  - эмоциональная подготовка, позитивный настрой
  - приведение себя в «рабочее» состояние после сложных звонков
- Важность первого впечатления
  - влияние голоса и интонаций на восприятие клиента
  - вербальная и невербальная коммуникация
  - подстройка по голосу
  - работа со шквалом звонков
- Выяснение цели обращения клиента в Call-центр
  - эффективные вопросы
  - претензия, предложение или запрос информации
  - подтверждение цели обращения
- Удовлетворение потребностей клиента
  - решение проблемы
  - объяснение в невозможности решить проблему
  - прощание, благодарность за звонок
  - регистрация звонка, дальнейшие действия

### 3. Обработка и донесение информации:

- Предоставление информации клиентам
  - Ответы на распространенные вопросы
  - Как быстро убедить клиента в качестве топлива
  - Качество нефтепродуктов.
  - Преимущества компании и отличие от конкурентов
- Проведение акций
- Получение информации от клиентов:
  - Выяснение необходимой информации для заполнения формы регистрации клиента
  - Как убедить клиента в том, что его информация принята и будет направлена куда следует
  - Выяснение достоверности информации полученной от клиента
  - Навыки убеждения, уверенность во время разговора с клиентом

### 4. Общение с коллегами

- Взаимодействие с аппаратом и руководством компании, дочерних предприятий
- Общение с персоналом АЗС
- Сообщение о чрезвычайном происшествии
- Советы сотрудникам АЗС
- Соединение со специалистом офиса

#### 5. Конфликты и претензии клиентов

- Отличие претензии от конфликта
- Стили поведения в конфликтных ситуациях
- Психологические аспекты работы с эмоциями клиентов
- Причины, этапы развития конфликта
- Навыки активного и пассивного слушания

#### 7. Работа с претензиями клиентов

- Алгоритм действий по претензиям на качество топлива
  - Влияние качественных показателей топлива на эксплуатацию автомобиля
  - Паспорт качества топлива - основной инструмент для решения претензий по качеству топлива
  - Гост 2517, Инструкция №81, МИ 1864
  - Действия оператора в случае, если не удалось убедить клиента
- Алгоритм действий по претензиям на недолив, несоответствие количества топлива
  - Варианты претензий на недолив
  - Причины восприятия клиентами недоливов
- Алгоритм действий по претензиям на качество обслуживания, график работы
  - Определение типа претензии по качеству обслуживания
  - Закон о защите прав потребителей
  - Предложение клиенту, чем заняться во время ожидания окончания пересменки
- Юридические аспекты претензий, жалоб и конфликтов

#### 8. Экскурсия на АЗС

- Знакомство с основными технологическими процессами на АЗС
- Оборудование АЗС: резервуары, колонки, касса, мерники
- Процесс обслуживания клиентов, знакомство со штатным расписанием, персоналом АЗС

# 8

## 7 этапов открытия современного автозаправочного комплекса

**Комплексная программа, охватывающая основные аспекты запуска АЗС. Для руководителей сетей АЗС, начальников АЗС, сотрудников отдела развития АЗС, сотрудников отдела персонала, эксплуатации АЗС, в функциональных обязанностях которых входит принятие решение по открытию, ассортименту товаров и услуг на АЗС, поиску, подбору и обучению персонала, формированию должностных инструкций и стандартов для персонала АЗС.**

**Тренер: Андрей Копылов**

**Продолжительность: 24 часа (3 дня)**

#### Этап 1. ФОРМАТ АЗС, СТАНДАРТЫ И ПРОЦЕДУРЫ.

1. Позиционирование сети на рынке, уникальные преимущества
2. Торговая марка, особенности восприятия потребителей бренда
3. Разработка формата АЗК, требований к внешнему виду и помещениям
4. Разработка должностных инструкций персонала АЗС
  - Составление штатного расписания
  - Разработка графика смен
  - Разработка плана стажировки
  - Требования к внешнему виду персонала

- Планирование прохождения гос. курсов для всего персонала
- 5. Разработка процедуры обслуживания клиентов, оформления претензий
- 6. Организация уголка потребителя и взаимодействие с проверяющими органами
- 7. Разработка процедуры взаимодействия персонала и обслуживание клиентов на «Горячей Линии»

## **Этап 2. ИЗУЧЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ СПЕКТРА УСЛУГ**

1. Анализ транспортных потоков. Выбор места под строительство АЗС.
2. Определение возможных целевых групп потребителей АЗС
3. Изучение конкурирующих торговых точек, изучение сильных и слабых сторон, возможностей и угроз
4. Уникальные предложения, приносящие основную прибыль
5. Определение ассортимента услуг АЗК: СТО, мойка, уголок самообслуживания, закусочная, сервис для клиентов
6. Соотношение подсобных помещений, кассы, торгового зала и складов, помещения для закусочной
7. Преимущественное расположение кассы в торговом зале, поведение покупателей

## **Этап 3. АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ, РАЗМЕЩЕНИЕ ПРОДУКЦИИ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ**

1. Выбор поставщика. Требования к фирмам-поставщикам товаров магазина
2. Формирование корпоративных стандартов мерчендайзинга сети АЗС
3. Методы повышения реализации продуктов в торговом зале на АЗС
4. Оптимизация ассортимента. Соотношение групп товаров в торговом зале.
5. Разработка стандартов обслуживания, магазина, АЗС и т.д.

## **Этап 4. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

1. PR, реклама в СМИ
2. Наружная реклама на территории АЗС
3. Запуск АЗС
4. Акция официального открытия АЗС, организация пресс-конференции
5. Разработка постоянных акций для привлечения клиентов и повышения выторга на АЗС

## **Этап 5. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА ДЛЯ СЕТИ АЗС**

6. Требования к претендентам. Кадровая политика компании.
7. Разработка характеристик оценки к каждой должности
8. Проведение группового подбора линейного персонала
9. Разработка тестов и упражнений для центра оценки
10. Вопросы для проведения интервью с менеджерами АЗС
11. Формирование кадрового резерва. Поиск персонала

## **Этап 6. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА АЗС**

1. Лояльность персонала к торговой марке
  - Позиция сети АЗС на рынке. Отличие от других компаний
  - Торговая марка, особенности восприятия потребителями бренда
2. Взаимодействие с клиентом
  - Потребности клиентов. Стандарты обслуживания клиентов
  - Технологическая работа на различных узлах АЗК.
  - Работа персонала в конфликте с клиентом, юридические аспекты
  - Консультирование покупателей в магазине
  - Мерчендайзинг
3. Профессиональные аспекты деятельности
  - Функциональные обязанности персонала АЗС
  - Влияние качественных показателей топлива на эксплуатацию авто.
  - Техника безопасности при нахождении на АЗК.
4. Проверка результатов обучения
  - Организация профессионального тестирования.
  - Собеседование с участниками

## **Этап 7. ОБУЧЕНИЕ МЕНЕДЖЕРОВ АЗС**

5. Задачи руководителя АЗС. Лидерство.

- Основные функциональные задачи менеджера АЗК
- Постановка целей, управления временем, делегирование полномочий
- Общие принципы мотивации персонала. Стили лидерства
- Осуществление контроля, обратная связь
- Навыки эффективной коммуникации. Принципы работы с информацией
- Типология и принципы проведения совещаний, инструктажей и обучения подчиненных
- Наставничество, программы стажировки, продвижение подчиненных
- 6. Охрана труда и взаимодействие с проверяющими органами
  - Охрана труда: проведение, содержание и оформление инструктажей
  - Ведение журналов. Ответственность руководителя
  - Взаимодействие с проверяющими органами
- 7. Управление магазином при АЗС
  - Повышение выторга в магазине на АЗС
  - Управление складским запасом, формирование заказов
  - Изучение потребительского спроса через персонал АЗК, создание обратной связи, взаимодействие продажи и маркетинга
  - Предоставление информации потребителю. Основные документы для потребителей.
  - Работа с претензиями клиентов

## Стресс-менеджмент: навыки саморегуляции и психологического восстановления

Программа тренинга предназначена для специалистов, в сферу обязанностей которых входит: общение с клиентами, руководство подчиненными, менеджмент процессов и процедур, связанных с высокой ответственностью и стрессовыми факторами

Тренер: Андрей Копылов  
Продолжительность: 24 часа (3 дня)

1. Стресс-менеджмент: теория и практика (8 часов)
  - Стресс в жизни человека
  - Позитивные и негативные факторы стресса
  - Понятие стресса, теория возникновения, стадии, виды, стрессогенные ситуации
  - Влияние на здоровье, самочувствие и отношения с окружающими
  - Инвентаризация методов восстановления
2. Практические навыки самовосстановления
  - Отношение и установка: самосбывающиеся предсказания, позитивное мышление и позитивный язык
  - Правила и навыки аутотренинга, домашнее задание
  - Получение внутренних и внешних ресурсов восстановления
  - Подготовка к стрессовым ситуациям, переговорам
3. Навыки работы в конфликте
  - Виды конфликтов: причины, возникновение, участники, течение
  - Алгоритмы выхода из конфликта
  - Контроль эмоций и содержания разговора
  - Понятие внутреннего конфликта: самоанализ
  - Трудные ситуации с подчиненными – самоконтроль, смена точки зрения
4. Работа с индивидуальным запросом участников группы

В программе даются навыки работы с группой и принципы обучения взрослых людей. Программа предназначена для подготовки корпоративных тренеров в обязанности которых входит контроль и оценка, а также обучение и профессиональная подготовка персонала заправочных станций и магазинов сопутствующих товаров.

Тренер: Андрей Копылов  
Продолжительность: 24 часа (3 дня)

### 1. Базовые методики обучения взрослых людей. Индивидуальная и групповая работа

- Принципы обучения взрослых
- Принципы восприятия новой незнакомой информации
- Навыки, знания и личностные установки участников
- Отличия методик групповой и индивидуальной передачи навыка
- Создание позитивной мотивации к обучению
- Этапы развития компетентности сотрудника

### 2. Индивидуальный инструктаж, тренинг на рабочем месте

- Эффективность методов обучения для работы с различными целями
- Взаимодействие со стажером и клиентом во время обучения
- Работа со стажером в аудитории и на рабочем месте

### 3. Структура интерактивного тренинга. Базовые элементы тренинга, инструктажа

- Цель проведения тренинга
  - Передача навыка работы, изменение поведения в обслуживании клиентов
  - Изменения отношения сотрудника к работе, клиентам
  - Создание позитивной атмосферы для работы группы
  - Тренинг как процесс создания партнерских отношений между начальником и подчиненным, наставником и стажером
- Начало и окончание тренинга.
- Модульная структура тренинга.

### 4. Проектирование тренингового модуля.

- Элементы сессии тренинга, цикл обучения.
- Сбор мнений, знаний и отношения участников по теме сессии
- Демонстрация и примеры профессиональной работы
- Ключевые факторы для оценки качества исполнения работы
- Отработка навыка участниками тренинга
- Обратная связь, обсуждение, выводы и актуализация опыта

### 5. Тренерский инструментарий, навыки работы тренера

- Компетенции тренера, инструктора
- Методы активизации группы и участников, ведение дискуссии.
- Демонстрация, примеры
- Ролевые игры, упражнения и рабочие задания.
- Ответы на вопросы участников
- Обсуждения, выводы

### 6. Тренерский инструментарий, навыки работы тренера

- Типы участников, типы сложных участников
- Речевые стратегии тренера, принципы построения фраз
- Управление групповой динамикой