



ПАМ'ЯТКА ПРАЦІВНИКА

ЗМІСТ

Шановні Колеги	2
Історія розвитку Компанії	3
Філософія Компанії	5
Місія, візія, цінності	6
Організаційна структура ТОВ "ПАРТНЕР"	7
Початок роботи	8
Зовнішній вигляд та робоче місце співробітника	9
Організація робочого часу	10
Загальні правила поведінки в Компанії	11
Комуникаційне спілкування	12
Додаткові стандарти для керівників	13
Матеріальна допомога	13
Розвиток персоналу	14
Взаємодія з контрагентами Компанії	15
Робота із запереченнями в нетипових або проблемних ситуаціях	21
Виконання операцій	23
Перехресні продажі	25
Завершення контакту з клієнтами	26
Робота зі скаргами	27
Взаємодія з клієнтами по телефону	28
Неприпустимі дії	28
Перелік заборонених висловів в Компанії "ПАРТНЕР"	29
Кадрові процедури	30
Компанія гарантує співробітникам та очікує	30

ШАНОВНІ КОЛЕГИ !

Наш колектив вітає Вас із працевлаштуванням в компанію "ПАРТНЕР". Товариство з обмеженою відповідальністю "ПАРТНЕР" з 1992 року успішно працює на ринку меблів та меблевих комплектуючих.

Уважно вивчіть пам`ятку, в якій Ви знайдете відповіді на запитання організаційного характеру, ознайомитеся з діяльністю нашої, а відтепер і Вашої, компанії, її корпоративними правилами та отримаєте відповіді на найбільш поширені запитання та багато іншої корисної інформації.

Ми впевнені, що надана інформація допоможе Вам якнайшвидше влитися в команду компанії "ПАРТНЕР" та досягнути високих показників у роботі.

Фотографія зі святкування 20-річчя Компанії



МЕБЛІ ТА КОМПЛЕКТУЮЧІ

Історія розвитку Компанії



Наша історія починається з 23 січня 1992 року. З цього дня ми йдемо вперед, впевнено крокуючи у майбутнє. Від маленької фірми до великої Компанії однодумців, чисельність працівників якої нараховує понад 50 осіб.

Підприємство ТОВ "ПАРТНЕР" – Компанія свідомих та креативних фахівців із високою культурою та корпоративною політикою, головні принципи якої – це взаємна допомога, фаховість, відповідальність, рівність.

Завдання наших клієнтів дають можливість колективу реалізувати величезний потенціал, демонструючи якісний продукт зі щоденным удосконаленням своїх можливостей. Злагоджена робота нашої команди націлена на постійне удосконалення – завтра стати кращим ніж сьогодні.

Всі ці якості формують дух та обличчя Компанії. Щоденно і з повною віддачею – це можливість для кожного з нас бути продуктивним та ефективним в довгостроковій перспективі.

ТОВ "ПАРТНЕР" – це одна з провідних компаній у своєму регіоні, що представляє великий асортимент меблів, та іноваційних товарів для виробництва меблів.

Головні напрямки діяльності :

❖ Виробництво корпусних меблів (кухонні меблі, шафи-купе, гардеробні кімнати, меблі для віталень, спальних кімнат, стінки для гостиних кімнат, кабінети, меблі для дитячих кімнат, торгівельне обладнання, медичні меблі та великий асортимент інших меблів різноманітного призначення)

❖ Оптово-роздрібний продаж меблевої фурнітури (асортимент понад 5000 найменувань від провідних європейських виробників).

❖ Оптово-роздрібний продаж плитних матеріалів з наданням допоміжних послуг з порізки листів, личкування крайкою торців, виготовлення деталей нестандартної форми, та інше. В асортименті також ДСП ламінова, кухонні стільниці, МДФ панелі, акрилові панелі, фанера, ДСП шліфована, ХДФ плити та інше.

❖ Виробництво фасадів для шаф-купе, міжкімнатних перегородок та оптово-роздрібний продаж таких комплектуючих.

❖ Виробництво та продаж меблевих фасадів із рамкового МДФ профілю та алюмінієвих профілів, МДФ фасадів покритих плівкою ПВХ, фарбованих МДФ фасадів, шпонованих МДФ фасадів, фасадів з натуральної деревини.

❖ роздрібний продаж кухонного обладнання, кухонних мийок, змішувачів, вбудованої побутової техніки від найкращих світових виробників.

Наша Компанія представляє інтереси торгових марок



и много других ...

МЕБЛІ ТА КОМПЛЕКТУЮЧІ

ФІЛОСОФІЯ КОМПАНІЇ

Компанія "ПАРТНЕР" – це, в першу чергу, люди. Коли ми приймаємо на роботу людину, ми віддаємо перевагу не стільки досвідченим, скільки людям, що здатні навчатися та вдосконалюватись. Ми постійно знаходимось у пошуках: нових матеріалів, технологій, можливостей. Іноваційність – це про нас. Все це дозволило нам зібрати команду, що розуміється на потребах наших клієнтів та колег.

Ми намагаємося підтримувати атмосферу діалогу, де кожен працівник може вільно висловлювати свої думки та пропозиції, цим самим долучаючись до загальної справи.

Ми впевнені, що можливість вільно обговорювати нові ідеї та обмінюватись думками, дає нам можливість самовдосконалюватись та рухатись уперед.

P	Порядність — моральна якість людини. Порядна людина завжди дотримується своїх обіцянок і не завдає умисної шкоди оточуючим. Така людина ніколи не зможе образити, відштовхнути або навіть вдарити іншого.
A	Акуратність – 5S. Чистота, акуратність, порядок на робочих місцях та в думках людини.
R	Робота — процедура, що відбувається протягом певного проміжку часу і має відчутні результати для кожного.
T	Творчість — діяльність людини, спрямована на створення якісно нових, невідомих раніше духовних або матеріальних цінностей (нові твори мистецтва, наукові відкриття, інженерно-технологічні, управлінські чи інші інновації тощо). Необхідними компонентами творчості є фантазія.
H	Надійність. Щоб бути авторитетом для інших, треба щоб люди бачили в компанії наголос на стабільність їхнього майбутнього.
E	Ефективність. Недостатньо виконувати роботу, її потрібно виконувати ефективно, тобто з найменшими втратами часу та ресурсів. Наша Компанія ефективна сьогодні та ми працюємо над тим, щоб вона була ефективною через 10 років.
P	Ще раз робота. Тому що порядна, охайна, творча, надійна та ефективна компанія працює навіть тоді, коли всі вже відпочивають.

В Компанії ми користуємося принципами філософії КАЙЗЕН, японської системи безперервного покращення.

КАЙЗЕН - японська філософія або практика, яка фокусується на безперервному вдосконаленні процесів виробництва, розробки допоміжних бізнес-процесів і управління, а також всіх аспектів життя організації.

У філософії Кайзен організації безперервно покращують усі функції бізнесу, в яких задіяні всі працівники - від директора до звичайного робітника. Покращуючи стандартизовані дії та процеси, Кайдзен має на меті усунути всі втрати



МІСІЯ, ВІЗІЯ, ЦІННОСТІ

МІСІЯ

Призначення нашої компанії – створювати і організовувати неповторний життєвий і робочий простір для успішних і цілеспрямованих людей. Наше співробітництво засноване на прагненні людини до самовираження і високої якості життя. Ми індивідуально підходимо до кожного клієнта та співробітника, знаходячи в ньому нового друга.

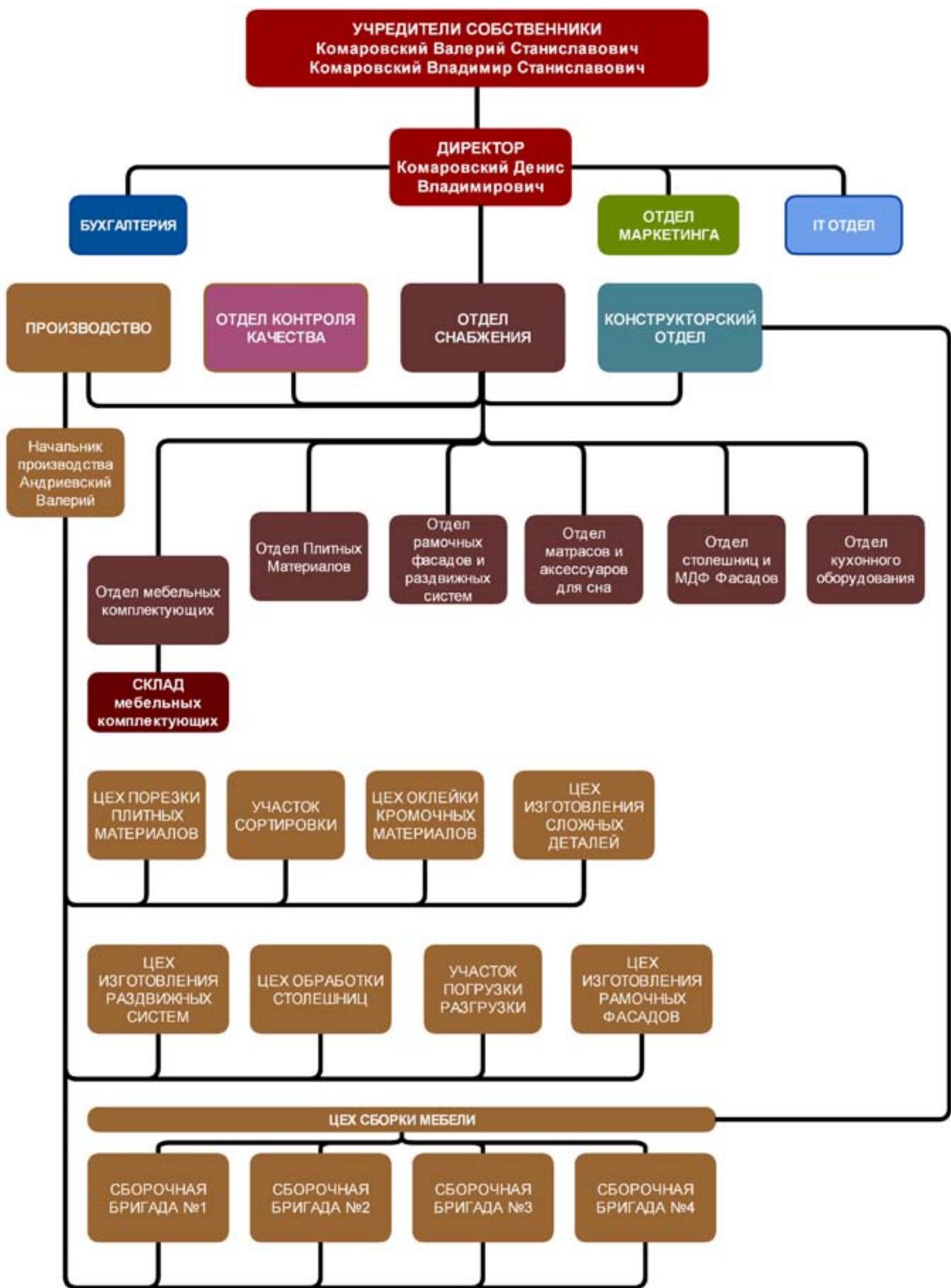
ВІЗІЯ

Наша Компанія – це годинник, в якому важливий кожен гвинт, адже коли всі гвинти на місці, компанія працює, удосконалюється та перетворюється на велику Компанію. Разом ми можемо все.



ЦІННОСТІ

- 1. Бути Компанією, яка визначає тенденції розвитку меблевого ринку.**
- 2. Зміцнювати позитивний імідж компанії на українському ринку. Ми компанія з бездоганною репутацією, надійний та стабільний "ПАРТНЕР".**
- 3. Стати взірцем надання якісної продукції та високого рівня сервісу.**
- 4. Бути командою фахівців, підвищуючи кваліфікацію персоналу, оцінюючи унікальність кожного її співробітника.**
- 5. Команда – це основа безперервного розвитку.**



МЕБЛІ ТА КОМПЛЕКТУЮЧІ

ПОЧАТОК РОБОТИ

Ваша трудова діяльність в Компанії починається з оплачуваного випробувального терміну.

На початку першого робочого дня безпосередній Керівник або наставник ознайомить Вас із посадовими інструкціями та особливостями роботи, а також із завданням на період випробувального терміну.

Перші місяці Вашої роботи в Компанії розглядаються як випробувальний термін. Його тривалість зазвичай складає від 1-го до 3-х календарних місяців (в залежності від посади на яку Ви претендуєте). Тривалість випробувального терміну, а також умови компенсаційного пакету обговорюються під час прийняття рішення про співробітництво – підсумкової співбесіди з керівником.

По закінченні випробувального терміну Керівник проведе оцінку ефективності Вашої роботи й ухвалить рішення про продовження або припинення співробітництва.



ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД ТА РОБОЧЕ МІСЦЕ СПІВРОБІТНИКА ОФІСУ

Охайній зовнішній вигляд та діловий імідж. Вимога до всіх співробітників – охайність, класичний діловий стиль одягу та обов`язкова корпоративна символіка (значок із логотипом компанії). Одяг має бути чистим та випрасуваним, взуття начищеним, зачіска охайною, волосся не закриватиме напис на бейджі. Для чоловіків вимога – бути виголеним, для жінок – мати стриманий макіяж, охайній, помірний манікюр та мінімум прикрас. Обов`язкова відсутність сторонніх запахів, включно із запахом парфумів та цигарок.



Неприйнятний одяг : шорти, топи, декольте, майки, надмірно короткі спідниці, спортивні костюми, шльопанці. Співробітники компанії мають бути присутніми на робочому місці протягом всього робочого часу. У випадках, якщо працівникам треба бути відсутнім на робочому місці з поважних причин, необхідно повідомити про це керівника заздалегідь.

Дотримання порядку на робочому місці: особлива увага приділяється робочому місцю. Необхідно дотримуватись чистоти та акуратності. Уникати розміщення сторонніх речей (усіх що не стосуються виконання функціональних обов`язків співробітника) і особистих речей на робочому місці (столі співробітника).



Категорично забороняється: вживати їжу та напої (кава, чай, інше) на робочому місці. Забороняється займатися особистими справами. В організації свого робочого простору співробітники Компанії зобов`язані суверо дотримуватися принципів 5S.

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОЧОГО ЧАСУ

Розпорядок роботи Компанії

Понеділок – П`ятниця.	9 ⁰⁰ -12 ³⁰	перерва	13 ³⁰ -17 ⁰⁰
Субота.	9 ⁰⁰ -12 ⁰⁰		
Неділя.		вихідний день	



Компанія дотримується наступних свяtkovих днів, встановлених законодавством України :

Новий Рік
Різдво
Міжнародний жіночий день
День солідарності працюючих
День Перемоги
Великдень
День Конституції
Трійця
День Незалежності України

31 грудня – 1 січня
 7 січня
 8 березня
 1,2 травня
 8 травня
 згідно з православним календарем
 28 червня
 згідно з православним календарем
 24 серпня



Присутність на робочому місці:

Співробітники компанії мають бути присутніми на робочому місці впродовж всього часу роботи підприємства. Якщо працівника немає на робочому місці, то Керівник має бути проінформований. У разі хвороби або відсутності на роботі з іншої поважної причини співробітник зобов`язаний повідомити про це свого безпосереднього Керівника до початку робочого дня.



Запізнення можливі за умови своєчасного попередження, заяви до безпосереднього Керівника й лише з **поважної причини.**

Відсутність на робочому місці (без завчасного попередження) вважається прогулом і може призвести до дисциплінарного стягнення.

Відпустка:

Відгули надаються тільки за рахунок відпустки. Щорічна неоплачувана відпустка складається з 14-ти календарних днів. Відпустка не оплачується, оскільки робочий день складає 7, а не 8 годин. У перший рік роботи відпустка надається працівникам, які відпрацювали більше 6 місяців у Компанії.

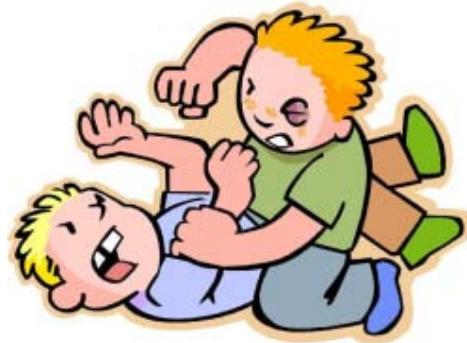


ЗАГАЛЬНІ ПРАВИЛА ПОВЕДІНКИ В КОМПАНІЇ "ПАРТНЕР"

- ✓ Компанія будує стосунки зі своїми працівниками на принципах довгострокового співробітництва, поваги та неухильного виконання взаємних обов`язків.
- ✓ Компанія не допускає стосовно працівників будь-яких проявів дискримінації з політичних, релігійних, національних та інших мотивів під час найму на роботу, оплати праці, кар`єрного зростання (див. Політику Компанії у соціальній сфері).
- ✓ Компанія вживає заходів, спрямованих на охорону здоров`я, праці та безпеки працівників. Компанія створює всі необхідні умови для професійного зростання та підвищення соціального добробуту кожного працівника.

ПРАВИЛА ПОВЕДІНКИ В КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЯХ

Працівник Компанії повинен не допускати: виникнення конфліктних ситуацій з іншими співробітниками, нанесення збитків діловій репутації, іншим нематеріальним чи матеріальним інтересам Компанії. Опинившись у конфліктній ситуації, працівник зобов`язаний проявити повагу до іншої сторони, намагатись вирішити проблему шляхом конструктивного діалогу. У випадку, коли співробітнику не вдається вирішити конфліктну ситуацію, він повинен звернутися до Керівника.



Компанія заохочує розвиток культури управління ризиками. Працівник під час виконання своїх обов`язків приділяє особливу увагу можливим ризикам, інформує безпосередньо Керівника та профільні підрозділи про наявність ризиків, які можуть призвести до конфлікту чи збитків для Компанії.

ПРИЙМАННЯ ТА ДАРУВАННЯ ПОДАРУНКІВ



Працівник Компанії не приймає подарунків у будь-якій формі від Клієнтів, ділових партнерів, їхніх представників, коли це отримання може створити конфлікт особистих та корпоративних інтересів, окрім випадків, коли відмова від подарунку може призвести до негативних наслідків для Компанії. В цьому випадку працівник зобов`язаний повідомити про прийняття подарунку безпосередньо керівника не пізніше наступного робочого дня з дати прийняття подарунку.

МЕБЛІ ТА КОМПЛЕКТУЮЧІ

У своїй діяльності працівники керуються наступними принципами особистих комунікацій :

- Посміхаються при спілкуванні;
- В кожній ситуації пам`ятають, що вони – працівники Компанії;
- Надають професійну консультацію;
- Завжди пунктуальні;

КОМУНІКАЦІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ В КОМПАНІЇ "ПАРТНЕР"

Спілкуючись з контрагентами, працівник Компанії :

- Завжди ввічливий та відкритий;
- Проявляє доброзичливість;
- Відповідаючи на дзвінок завжди називає своє ім`я та назву Компанії.

ПРАВИЛА ЕЛЕКТРОННОГО ЛИСТУВАННЯ

- Використовувати корпоративну електронну пошту лише в робочих цілях;
- Завжди зазначайте тему листа;
- Завжди починайте листування зі звернення;
- Звертайте увагу адресатів на наявність вкладених файлів;
- Перевіряйте текст на грамотність;
- Перед відправленням листа обов`язково потрібно переконатись у відповідності адреси та адресата;
- Посилаючись на думку колеги ставте, його у поле "Копія";
- Дотримуйтесь субординації;
- Відповідайте на листи протягом дня;
- Своєчасно видаляйте чи архівуйте повідомлення для підтримання розміру поштової скриньки у рамках ліміту;
- При отриманні листа з інформацією (не спам), що може бути корисною, не Вам але Вашому колезі, перешліть листа на поштову скриньку колеги. При неможливості оцінити корисність інформації перешліть її на поштову скриньку свого Керівника.

ВНУТРІШНІ КОМУНІКАЦІЇ

В Компанії існують різні канали комунікацій, за допомогою яких співробітники можуть отримувати необхідну інформацію про Компанію, надавати зворотній зв`язок та спілкуватись один з одним.

Серед основних видів комунікацій – внутрішнє листування, внутрішній портал, та внутрішній чат.

ПІДБІР ПЕРСОНАЛУ

- Внутрішній пошук працівників Компанії завжди має переваги при закритті вакансії. Згідно з політикою Компанії, працівникам надається можливість професійного та кар`єрного зростання;
- Пошук за рекомендаціями – Компанія зацікавлена залучати працівників до підбору персоналу;
- Пошук за межами Компанії – даний спосіб пошуку персоналу використовується в тому випадку, якщо серед внутрішніх працівників немає відповідного кандидата.

ДОДАТКОВІ СТАНДАРТИ ДЛЯ КЕРІВНИКІВ

Керівник є відповідальним за організацію роботи своїх підлеглих та їхній розвиток в Компанії. Керівник є еталоном належної поведінки для працівників, поважає підлеглих та їхні права, оцінює їх за результатом роботи, а не виходячи з власних симпатій. Під час встановлення завдання Керівник повинен давати чітке формулювання, забезпечувати працівників всією необхідною інформацією, а також ставити реалістичний термін для його виконання.

Рішення, прийняті Керівником, мають бути роз'яснені підлеглим та обґрунтовані з урахуванням їхніх економічних наслідків. Керівник повинен приймати максимально вигідні та перспективні для Компанії рішення. Керівник зобов'язаний своєчасно доводити до відома підлеглих інформацію, що стосується діяльності Компанії та підрозділів. Керівник має уважно ставитись до ініціатив та ідей своїх підлеглих, сприяючи їхньому втіленню, або пояснити, чому такі ініціативи не можуть бути реалізовані.



МАТЕРІАЛЬНА ДОПОМОГА

На співробітників, котрі працюють в Компанії більше року, розповсюджується корпоративна соціальна програма : чоловікам і жінкам при одруженні, а також жінкам при народженні дитини сплачується матеріальна підтримка.

Одноразова матеріальна допомога надається співробітникам при втраті близьких родичів, а також в інших випадках за погодженням з Керівником відділу, в якому працює співробітник.

Для нарахування матеріальної допомоги Вам потрібно надати копію свідоцтва безпосередньому Керівникові, на підставі чого Керівник оформлює заяву про надання матеріальної допомоги та подає його разом із копією свідоцтва.



МЕБЛІ ТА КОМПЛЕКТУЮЧІ

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ

Керівництво Компанії приділяє увагу навчанню та розвитку свого персоналу та надає можливості для самореалізації та кар'єрного зростання. Щомісяця проводяться Кайдзен зустрічі. Семінари та тренінги плануються, виходячи з цілей Компанії та запитів персоналу. У співробітників Компанії є можливість безкоштовного вивчення англійської мови та можливість за власний кошт, але при необхідності витрачаючи робочий час, проходити курси водіння автомобіля.

Замовлення необхідної техніки, інструментів, матеріалів здійснюється Керівником або службою постачання на підставі Ваших функціональних обов'язків та звернень в письмовому вигляді. Замовлення канцтоварів та візитівок відбувається через службу постачання. Для цього Вам необхідно направити запит в електронному вигляді або повідомити Керівника про дану необхідність.



У разі несправності оргтехніки, необхідності встановлення додаткового обладнання або програмного забезпечення, відправте письмовий запит в IT відділ, попередньо узгодивши це зі своїм керівником.



У кожного співробітника є можливість реалізувати свої ідеї та озвучити побажання для покращення робочого місця, умов праці, всього робочого процесу. Для цього у Вас є можливість брати участь у щотижневих нарадах, як представник Вашого відділу, або делегувати Вашому колезі (представнику відділу) питання і зауваження, що Вас турбують. Проявляйте активність – і Ви побачите зміни тільки на краще. Будь-яке запитання або пропозиція будуть почуті і на них обов'язково нададуть відповідь.

Найкращим рішенням буде використання "IDEA BOX".

ПАМ'ЯТАЙТЕ : "НАЙБЕЗГЛУЗДІШЕ ЗАПИТАННЯ – ЦЕ НЕ ОЗВУЧЕНЕ ЗАПИТАННЯ !"



ВЗАЄМОВІДНОСИНИ З КОНТРАГЕНТАМИ КОМПАНІЇ

УВАГА НА КЛІЄНТА



Клієнт, який увійшов на територію Компанії, не повинен залишатися без уваги. Не чекайте, доки Він до Вас звернеться, а встановіть з ним контакт першим. Спокійно підійдіть до Клієнта упродовж *однієї хвилини* відколи Він увійде до зали;



За можливості – підійдіть до клієнта з *лівого боку*. Станьте на відстані простягнутої руки (70-100 см) напівоберту до нього. Стояти необхідно з випрямленою спиною, нахилившись корпусом уперед. Тримайте руки вільно вздовж тіла;



Посміхніться, привітайтеся з клієнтом, якщо Ви не зайняті обслуговуванням інших Клієнтів, запропонуйте свою допомогу;



Якщо Ви знаєте і `мя Клієнта, вимовляючи вітання, зверніться на і `мя по-батькові (або лише на і `мя – у випадку якщо Ви раніше домовилися з Клієнтом про таку форму спілкування). В жодному разі не звертайтесь до Клієнта на "ти".



Щоб не перевантажувати Клієнта своєю присутністю, запропонуйте каталоги чи огляд виставкової зали Компанії і скажіть наступне : "Якщо я буду Вам чимось корисний в будь-який час можете до мене звернутись", і залиште Клієнта на одинці;



Якщо Ви обслуговуєте Клієнтів в той час як увійшов інший Клієнт: встановіть із ним візуальний контакт, привітайтеся кивком голови, підтверджуючи, що Ви його побачили. Зупинивши розмову на секунду і вибачившись перед Клієнтом, якого обслуговуєте, уточніть для нього приблизний час очікування і пообіцяйте приділити увагу, щойно будете вільні або порекомендуйте іншого співробітника Компанії, який на цей час вільний;

ПРИ ЦЬОМУ ПАМ`ЯТАЙТЕ



Клієнт, якого Ви обслуговуєте, *ЗАВЖДИ* має перевагу перед іншими Клієнтами;



Клієнт, який звернувся *ОСОБИСТО*, завжди має перевагу перед Клієнтом, який зателефонував;



Клієнт, який звернувся до Вас, *ЗАВЖДИ* має перевагу перед співробітником компанії, який звернувся особисто або зателефонував. Запропонуйте передзвонити Вам або підійти до Вас пізніше;



У разі, якщо на Вас перемикають дзвінок колеги, попросіть їх записати інформацію та контакти Клієнта, аби зв`язатися пізніше;



Спрямуйте або проведіть Клієнта до необхідного фахівця, якщо Він звернувся не прямо по Вашій послугі (інший склад, відділ, бухгалтерія);



Перше враження відіграє провідну роль, і тільки від Вас залежить, чи стане цей потенційний Клієнт – постійним !



Пам`ятайте !!! У нас ніколи не буде другого шансу справити позитивне перше враження.

ВЗАЄМОВІДНОСИНИ З КОНТРАГЕНТАМИ КОМПАНІЇ

НЕУПЕРЕДЖЕНІСТЬ



Кожна людина, яка до Вас звернулася – це потенційний Клієнт.
Ви з однаковою повагою маєте ставитися до кожного Клієнта – незалежно від суми покупки, зовнішності, віку, переконань;

До кожного Клієнта, незалежно від статусу, необхідно ставитися як до найбажанішого;

Не слід робити попередні висновки щодо потенційного прибутку від конкретного Клієнта, судячи із зовнішнього вигляду або манери спілкування;

Кожен потенційний Клієнт, який після встановлення контакту проявив зацікавленість в отриманні консультації, має право отримати її в обсязі, достатньому для прийняття рішення про співпрацю з Компанією.

ВВІЧЛИВІСТЬ І КОРЕКТНІСТЬ



Перш за все – представтесь Клієнтові і запитайте, як до нього необхідно звертатися (на ім`я чи ім`я по батькові) і надалі звертайтесь саме так. У випадках, коли Клієнт попросить звертатись до нього на "ти" (але тільки якщо така вимога висловлена прямо) – можна звертатись саме так.

Не застосовуйте звернень на кшталт : "Молодий чоловіче/ дівчино/ громадянко/ товариш/ жінко/ дама". Ваше завдання – визначити, як звертатися до Клієнта на початковому етапі й в подальшому використовувати саме таке звернення. Запитайте Клієнта: "Як я можу до Вас звертатися ?" - це позбавить від незручної ситуації та підкреслити наш персональний підхід до Клієнтів.

Клієнт може не бути обізнаним із меблевою термінологією. Поважайте його й себе – говоріть просто і дохідливо – це характеризує Вас, як відмінного фахівця;

Усуńте зі спілкування з Клієнтом недолугий сленг, як-от "бабочки-шмабочки", "ручки-шмучки" та інше, побутові фрази зменшувального типу – "прайсик", "рахуночок", "анкеточка", "заказік" та інше. Це може викликати роздратування, та дискредитувати Вас у очах Клієнта.

Будьте коректними – забудьте про іронію та жарти, негативні вислови. Не висловлюйте своїх оціночних суджень на будь-які запити та припущення Клієнта;

Намагайтесь говорити у зручному для Клієнта темпі.

ВЗАЄМОВІДНОСИНИ З КОНТРАГЕНТАМИ КОМПАНІЇ ВИЗНАЧЕННЯ ПРИОРІТЕТІВ



Уважно вислухайте Клієнта. Щоб максимально точно визначити його потребу, можна поставити низку уточнювальних запитань. Для цього скажіть Клієнтові, що компанія пропонує декілька варіантів рішення і для того, щоб підібрати кращий варіант, попросіть відповісти на низку уточнювальних, додаткових запитань;



Будьте об`єктивними. Не радьте Клієнтові рішення тільки тому, що воно є для Вас пріоритетним в продажу, якщо у Клієнта є інша потреба. Такий підхід тимчасовий і не зробить Клієнта прихильним і лояльним. Клієнт хоче відчувати персональний підхід;



Для якісного виявлення потреб і подальшого підбору пропозицій необхідно знати всі ключові параметри та переваги продуктів;



Після обговорення з Клієнтом його потреб складіть резюме. Наприклад, сказавши: "Дозвольте я підіб`ю підсумок. Вас цікавить... Для Вас важливим є...". Після такого резюмування Клієнту легко перейти до прийняття рішення.

ДОБРОЗИЧЛИВІСТЬ



Будьте доброзичливі. Клієнт повинен відчувати Ваш позитивний настрій і бажання йому допомогти. Це обов`язкова частина Вашої професійної діяльності, ю обравши роботу з Клієнтами, Ви не можете нехтувати її складовою;



Зверніть увагу Клієнта до себе своєю доброзичливістю, Клієнт повинен побачити у Вас спільника;



При спілкуванні - посміхайтесь, частіше називайте Клієнта на ім`я або ім`я та по батькові (так як він обрав під час знайомства), робіть хвилини спілкування приємними для Вас обох.

ЗАЦІКАВЛЕНІСТЬ ТА НЕНАВ`ЯЗЛИВІСТЬ



Переконайте Клієнта у своїй готовності допомогти йому;



Під час консультації підкреслюйте важливість запиту Клієнта, подякувавши за звернення саме до нашої Компанії;



Уважно слухайте Клієнта ю у жодному разі не перебивайте його, намагайтесь вже на першому етапі спілкування зробити для себе зауваження про подальші взаємини з Клієнтом, які товари йому можна було б запропонувати і що порекомендувати;



Іноді за допомогою кивка головою демонструйте Клієнту, що Ви його уважно слухаєте і розумієте. Встановлюйте вербалний зворотній зв`язок, промовляючи : "розумію", "цікаво", "так-так" чи інші фрази, які демонструють Вашу зацікавленість. Підтримуйте контакт очима.

ВЗАЄМОВІДНОСИНИ З КОНТРАГЕНТАМИ КОМПАНІЇ

ВПЕВНЕНІСТЬ

✓ Ваш голос звучить впевнено. Мова чітка, грамотна, без слів паразитів;

✓ Під час консультації Ви повинні донести до Клієнта :

✓ Впевненість у стабільності та надійності Компанії, оскільки це одна з найстаріших та найуспішніших компаній регіона у меблевій галузі;

● Впевненість у привабливості пропонованих компанією товарів, адже вони унікальні, надійні, престижні, неповторні (аргументи залежать від типу товару);

● Впевненість у взаємовигідності рішень, бо Клієнт купує не просто товар або послугу, а отримує комплексне вирішення питання – економію часу, комфорт, практичність, престиж і надійність, емоцію.

ОБІЗНАНІСТЬ І ПРОФЕСІЙНИЙ ПІДБІР ВАРІАНТІВ

✓ Будьте актуально обізнаними у своїй професійній діяльності. Клієнт буде Вам дуже вдячний, якщо Ви володієте інформацією про аналогічні продукти інших компаній і зможете надати порівняльний аналіз з обов`язковим підкресленням переваг наших товарів;

✓ Порівнюйте можливі варіанти рішень для Клієнта, і надайте йому право вибору.

ДОСТОВІРНІСТЬ

✓ Ви демонструєте впевненість у тому, про що говорите, тому володіти інформацією про Компанію та пропоновані товари та послуги повинні бездоганно. Для Клієнта Ви надійний консультант. Не руйнуйте імідж своїми коливаннями і невпевненістю. Будьте чесним – це дозволить бути впевненим; Якщо чогось не знаєте чи не розумієте, в жодному разі не вводьте Клієнта в оману своїми вигадками чи припущеннями. Категорично забороняється говорити речі й наводити приклади, в яких Ви не впевнені. Щоб переконатися – запитайте у фахівця (Керівника), в компетенції якого є дане питання. Ви несете особисту відповідальність за недостовірну інформацію;

✓ Ніколи не рекомендуйте Клієнтові колір, модель, код товару.

✓ Клієнт повинен приймати такі рішення особисто, адже саме він несе за них відповідальність;

✓ Ніколи не критикуйте конкурентів, уникайте будь-яких обговорень їхніх продуктів, керівництва, позицій. Окрім того, що це просто некоректно, Ви можете не володіти інформацією, тому будь-яке висловлювання вже буде недостовірним і ставить під сумнів всі Ваші подальші судження. **У НАС НЕМАЄ КОНКУРЕНТІВ, ВСІ ТАК ЗВАНІ КОНКУРЕНТИ – НАША БЕЗКОШТОВНА РЕКЛАМА.**

✓ Ніколи не обіцяйте того, що не зможете зробити. Ваше майбутнє завжди цілковито залежить від Вашого кредиту довіри. Отже, лише достовірна інформація!

ВЗАЄМОВІДНОСИНИ З КОНТРАГЕНТАМИ КОМПАНІЇ ПОВНОТА ТА ПРОЗОРІСТЬ



Обов`язково повно та вичерпно надавайте інформацію про те, що цікавить Клієнта;



Не просто розповідайте про характеристики або умови продукту, послуги, а говоріть про переваги, чим продукт або послуга будуть корисними Клієнту;



Не приховуйте додаткові послуги та інші істотні умови (в тому числі під час первинної консультації) – немає нічого найнеприємнішого для Клієнтів, ніж приховані платежі. Їхня фінансова привабливість низька, ніж ціна, яку Ви можете заплатити – втратити повагу Клієнта;



У повному обсязі надайте інформацію про продукт або послугу. Це запорука виключення непорозумінь в подальшому, подяка і лояльність клієнта. Ви можете просто забезпечити собі це – всього лише надавайте повну інформацію;



Впевненість у взаємовигідності рішень, бо Клієнт купує не просто товар або послугу, а отримує комплексне вирішення питання – економію часу, комфорт, практичність, престиж і надійність, емоцію;



Відмовтеся від "хитрощів", в остаточному підсумку вони зроблять Вам "ведмежу послугу". Завжди озвучуйте всі нюанси продажу продуктів, послуг і не сподівайтесь, що Клієнт чогось не дізнається чи не зрозуміє. Поважайте себе як фахівця;



Інформація має бути максимально прозорою, і Ви побачите, як Клієнт буде Вам вдячний та лояльний.

ЗРОЗУМІЛІСТЬ



Цілеспрямовано ставте Клієнтові уточнювальні запитання : "Ви маєте на увазі, що ...", "поясніть, будь ласка, чому...", перефразуйте його висловлювання : "якщо я Вас правильно зрозумів"; уточнюйте окремі слова "чи так це", що забезпечить Вам правильне розуміння Клієнта;



Уважно стежте за тим, щоб Клієнт Вас вірно розумів, якщо Ви помічаєте нерозуміння, спробуйте пояснити по-іншому;



Клієнт повинен абсолютно точно розуміти всі переваги, які він отримає від придбання продукту або послуги в нашій Компанії і всі його витрати в зв`язку з цим.

ВЗАЄМОВІДНОСИНИ З КОНТРАГЕНТАМИ КОМПАНІЇ ПОВНОТА ТА ПРОЗОРІСТЬ



Повторіть те, що Вам було сказано :" Дозвольте, я повторю, щоб переконатися в тому, що нічого не пропустив (Вірно Вас зрозумів)...". Почувши свої побажання, вимоги, які повторюються іншою людиною, Клієнт може перевірити їх відповідність своїм очікуванням і, за необхідності, може їх скорегувати. Обов`язково отримайте підтвердження того, що Ви правильно зрозуміли те, що бажає Клієнт. Використовуйте запитання :"Чи правильно я Вас зрозумів?";



Надавши інформацію про послугу, продукт, підбийте підсумки, використовуючи запитання :

- "Чи вдалося мені відповісти на Ваші запитання ?"
- "Чи достатньо детально я розповів...?"



Уміння коротко підводити підсумки розмови – безцінне, воно дозволяє запам`ятати головне. Клієнт буде Вам вдячний, Ви забезпечите собі правильне розуміння його потреб і знайдете краще рішення для Клієнта.

РОБОТА ІЗ ЗАПЕРЕЧЕННЯМИ В НЕТИПОВИХ АБО ПРОБЛЕМНИХ СИТУАЦІЯХ ВРІВНОВАЖЕНІСТЬ

 **Незалежно від сформованої під час взаємодії з Клієнтом ситуації, особливостей його характеру і стилю поведінки, виявляйте спокій і ввічливість у спілкуванні з Клієнтом;**

 **У разі виникнення конфліктної ситуації не дозволяйте собі проявів дратівливості, нервозності, агресії чи злоби;**

 **Клієнт може дозволити собі поведінку, не відповідну нормам ділового етикету та культурних традицій. Проявіть себе в такій ситуації стримано і ввічливо, не реагуйте на провокаційні дії, агресивні та експресивні висловлювання;**



 **Якщо Клієнт висловлює невдоволення Вашою роботою, чи роботою усіх працівників в залі, зберігайте спокій і скажіть : "Вибачте, ми обов`язково врахуємо Ваші побажання для покращення роботи". Якщо невдоволення носить загальний характер ("ось раніше було краще"), зберігайте спокій і не вступайте з Клієнтом в дискусію;**

 **Ніколи не переходьте "на особистості" з Клієнтом, витримуйте стиль спілкування, відповідний ситуації ділової взаємодії.**

У ВИПАДКУ ВИНИКНЕННЯ КОНКРЕТНИХ СКАРГ І ПОБАЖАНЬ ЗІ СТОРОНИ КЛІЄНТА

-  **Зберігайте спокій. Говоріть впевнено, не підвищуйте голос;**
-  **Уважно вислухайте Клієнта, не перебивайте. Чітко з`ясуйте, що, де й коли трапилось;**
-  **Вибачтесь. Іноді цього буває достатньо, щоб розсерджений Клієнт заспокоївся;**
-  **Якщо до Ваших повноважень входить вирішення скарги покупця, чітко виконайте свої обов`язки. Розкажіть Клієнту, що саме йому потрібно зробити або що зараз зробите Ви, щоб вирішити цю проблему. У випадку скарг і побажань загального характеру (занадто велика передплата, довгі терміни доставки, недостатньо продуманий модельний ряд та ін.) скажіть Клієнту, що Ви обов`язково донесете суть скарги чи побажання до адміністрації;**
-  **За необхідності подякуйте Клієнту за те, що він вказав, що можна покращити у роботі Компанії, відділу, цеху.**





КОНСТРУКТИВНІСТЬ

Використовуйте конструктивну схему роботи із запереченнями та скаргами:

Крок №1 Вислухайте заперечення до кінця (дайте людині повністю висловити свою думку);



Крок №2 Погодьтеся з правом людини мати власну думку- і саме таку, яку вона бажає;



Крок №3 Поставте низку уточнювальних запитань, щоб знайти джерело заперечення, точку опори співрозмовника, зрозуміти з чим принципово не згоден Клієнт;



Крок №4 Підтвердіть свою думку фактами :" Велика кількість наших Клієнтів (лояльні клієнти, тобто Вони роблять замовлення до 10 разів на місяць) дають високу оцінку товарів та послуг, що надає наша Компанія";



Крок №5 Наведіть, як приклад, ситуацію з вихідними даними, які схожі з ситуацією Клієнта: "Залишки ДВП наші Клієнти завжди забирають з собою, так зручніше і вигідніше і Вам і нам";



Крок №6 Завершення та вихід : "Отже, Ми все з`ясували, чи не так?", "Я відповів/ла на всі Ваші запитання? Можемо рухатися далі ?".



Якщо Ви бачите, що розмова з "проблемою" Клієнта набуває ознак конфлікту, або Клієнт вдається до підвищених тонів – запропонуйте йому перейти в приміщення для переговорів, або в кабінет Керівника. Не допускайте сперечань в торгівельній залі на очах інших Клієнтів.

ВИКОНАННЯ ОПЕРАЦІЙ ТОЧНІСТЬ



Під час виконання операцій будьте максимально уважні й точно дотримуйтесь встановленої процедури;



Не припускайте помилок під час заповнення форм в інформаційних системах, програмах і документах. Навіть незначна помилка збільшує час процесу і негативно позначається на іміджі.

ОПЕРАТИВНІСТЬ



Перед виконанням операції проінформуйте Клієнта про те, скільки часу займає її виконання, якщо тривалість операції складає більше 5-ти хвилин;



Не відволікайтесь на сторонні справи і розмови – цінуйте час Клієнта, оскільки збереження часу Клієнтів є одним з головних пріоритетів нашої роботи, спрямуйте свої зусилля на надання максимально швидкого і результативного сервісу. Швидкість обслуговування Клієнтів повинна стати предметом Вашої гордості, адже це один із ключових показників ефективної роботи всього Колективу;



У разі технічних негараздів або інших обставин, які призведуть до збільшення часу обслуговування Клієнта, обов`язково попередьте Клієнта про це.



КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ



Пам`ятайте, що Ви несете персональну відповідальність за нерозголошення конфіденційної інформації про Клієнта;



Забезпечуйте конфіденційність роботи з Клієнтом на всіх етапах обслуговування.



**ВИКОНАННЯ ОПЕРАЦІЙ
ДО УВАГИ МЕНЕДЖЕРІВ З ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ, СПІВРОБІТНИКІВ
ЦЕХУ, СКЛАДУ :**

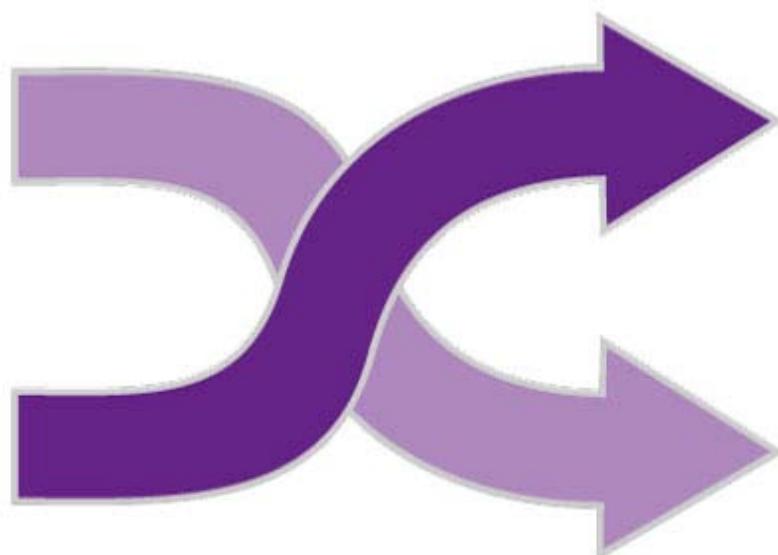
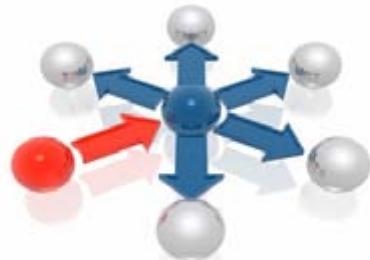
- Говоріть помірним голосом, Вас повинен чути тільки Клієнт, а не вся клієнська зала;
 - Ніколи не зберігайте документів Клієнта (ксерокопії, накладні, договори) на робочому столі. Вони повинні бути на Вашому робочому столі тільки тоді, коли Ви працюєте з Клієнтом. По завершенні роботи відразу ж прибирайте їх зі столу і зберігайте в установленому порядку;
 - Під час телефонної розмови з Клієнтом остерігайтесь, щоби Вашу розмову було чути комусь іншому. У випадку якщо Клієнт подзвонив Вам під час спілкування з іншим Клієнтом, вибачтесь, повідомте йому про неможливість продовжувати телефонну розмову та уточніть, як і коли буде зручніше з ним зв`язатись, коли у Вас з`явиться така можливість;
 - Якщо Ви ведете телефонну розмову з Клієнтом і до Вас підійшов інший Клієнт (К2) – ввічливо попросіть К2 зачекати, бажано жестом вказати на стілець, щоб К2 знаходився від вас на відстані та не міг чути Вашу розмову з К1. При цьому також слід знизити голос і намагатися не називати П.І.Б. К1, сум, товарів, розмірів знижок тощо;
 - Інформація, що має відношення до робочого процесу, є конфіденційною, і повинна зберігатися переважно в електронному вигляді;
 - Для зберігання документів на паперових носіях виділяються спеціальні місця (полиці, шухляди робочого столу). В електронному вигляді робоча інформація має зберігатися на основному мережевому диску.
-  **Неприпустимим є винос конфіденційної інформації з офісу, крім випадків службової необхідності. Щодо кожного такого випадку має бути поінформований Керівник підрозділу.**



ПЕРЕХРЕСНІ ПРОДАЖІ

НЕНАВ`ЯЗЛИВІСТЬ ТА ПРОДУКТИВНІСТЬ

- ✓ Завжди ненав`язливо прагніть дізнатися про додаткові потреби Клієнта, сферу його діяльності і потенційні можливості нашої Компанії бути корисним йому, його родичам, друзям, колегам, партнерам, щодо будь-яких продуктів та послуг. Запитайте у Клієнта дозволу та ознайомте його з продуктом, який міг би його зацікавити;
- ✓ Завжди майте під рукою інформаційні матеріали (брошури, каталоги) щодо різних продуктів, які надаються Компанією (незалежно від того, надаєте їх безпосередньо Ви чи інший підрозділ);
- ✓ У разі відсутності можливості проконсультувати Клієнта по будь-якому продукту/послугі, дізнайтесь, хто б це міг зробити із Ваших колег, проведіть до них Клієнта, представте його, коротко розкажіть, що саме його цікавить;
- ✓ У випадку прояву Клієнтом зацікавленості в будь-яких продуктах, послугах на віддалену перспективу, попросіть у нього контакти (телефон та/або адресу електронної пошти) та дозволу зв`язатись/надати йому додаткову інформацію в зручній для нього формі, поставте собі завдання у планувальнику;
- ✓ Нагадайте Клієнтові про його зацікавленість у додаткових послугах, продуктах по завершенні певного періоду часу телефоном, електронною поштою (вишліть додаткові матеріали, відповіді на уточнюючі запитання, інше);



ЗАВЕРШЕННЯ КОНТАКТУ З КЛІЄНТАМИ ПОЗИТИВНІ ЕМОЦІЇ ВІД ВІЗИТУ

-  **Дуже важливо те, як Ви завершуєте зустріч, Клієнт обов`язково це запам`ятає, тому будьте максимально люб`язні і доброзичливі незалежно від результату зустрічі;**
-  **Прощайтесь з Клієнтом тільки після того, як Він це зробить;**
-  **Рекомендується використовувати такі фрази : "Дякуємо, що звернулися саме в нашу Компанію", "Завжди Вам раді", "Приходьте до нас ще", або інші, які будуть приємні саме цьому Клієнту, і не будуть звучати недоречно.**



РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ

-  **Кожна консультація або продаж повинен бути результативним. Клієнт бажає в результаті отримати :**
 - Вирішення свого питання;
 - Позитивні емоції;
 - Бажання продовжити співпрацю;
-  **Обов`язково давайте візитку Компанії або свою візитку та інформаційні матеріали : буклети, каталоги, прайл-листи.**

УПРАВЛІННЯ ЧЕРГОЮ

 **Постійно стежте за ситуацією в Клієнтській залі, складі, цеху; регулюйте інтенсивність роботи з Клієнтами. Якщо надходять імпульсивні запитання з черги, прервіться на секунду і повідомте приблизний час очікування. Можна використовувати фрази :"Зачекайте, будь ласка, я незабаром відповім", "Приношу вибачення, я звільнюсь для Вас приблизно за ... хвилин";**

 **Пропонуйте Клієнтам в черзі вивчити рекламно-інформаційні матеріали, новинки Компанії, за їх наявності принесіть каву або чай, воду;**

 **Пам`ятайте, що Клієнти готові чекати, якщо знають, наскільки довго;**

 **Якщо в даний момент у Вас немає Клієнтів, а у Вашого колеги-співробітника є – запропонуйте свої послуги, підходьте до черги і допомагайте розвантажити колегу та швидше задоволити потреби Клієнта;**

 **Намагайтесь керувати і розподіляти Клієнтський потік так, щоб клієнтам, у яких швидка операція, не довелося чекати більше часу, ніж складе сама операція.**

РОБОТА ЗІ СКАРГАМИ

СКАРГА – ЦЕ ПОДАРУНОК !

-  **Пам`ятайте, скарга – це подарунок ! Вона стратегічний інструмент, який дозволяє виявити наші недоліки;**
-  **Звернення з проблемою /скаргою до Вас – це спосіб усунути проблему на першому етапі її виникнення. Незадоволені Клієнти – це люди, що надають Вам можливість дізнатися про їхні проблеми, а отже допомогти їм. В результаті у них будуть всі підстави ще раз скористатися Вашими послугами;**
-  **Не бійтеся скарг – працюйте з ними. Намагайтесь самостійно, в межах своєї компетенції, вирішити проблему, якщо така вже з`явилася.**
 - Клієнт має розуміти – його почули;
 - Клієнт повинен бути впевненим, що його не ігнорують;
 - Клієнт повинен зрозуміти, що безвихідних ситуацій не існує, і Ви допоможете йому;
 - Клієнт повинен знати про можливість оформлення скарги по декільком каналам зв`язку :
 - Телефон, будь який з корпоративної візитної картки.
 - Телефон директора +380-67-933-32-30
 - Електронна пошта info@partner-mebel.com.ua
-  **Якщо Ви отримали будь-яке звернення від клієнта, а тим більше скаргу, Ви зобов`язані негайно відправити цю заяву своєму керівникові:**
 - письмове звернення відскануйте та відправте на електронну пошту info@partner-mebel.com.ua.
 - усне – наберіть зі слів Клієнта та відправте на електронну поштову скриньку info@partner-mebel.com.ua.
-  **У разі, якщо від Клієнта надходить вимога надати йому "КНИГУ СКАРГ" обов`язково задовольніть його потребу і принесіть таку. Вони знаходяться у відділі продажу меблевої фурнітури, та у виставковому залі меблів.**



ВЗАЄМОДІЯ З КЛІЄНТАМИ ПО ТЕЛЕФОНУ



Ви зняли слухавку, почали говорити: "Компанія ""ПАРТНЕР", ім`я співробітника, слухаю Вас



Відповідь клієнта :"Доброго дня", чи інше...

Ваша відповідь :"Добрий ранок/день/вечір" , навіть якщо Клієнт не привітався...



Голос має звучати доброзичливо, впевнено. Середньої гучності, не слід говорити занадто голосно, чи занадто тихо;



Привітання може бути і іншим, але обов`язково повідомте назву Компанії та ім`я співробітника.

ПОВНОТА ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ



Повно та вичерпно надавайте інформацію з цікавих для клієнта питань;



У повному обсязі надайте інформацію про продукт або послугу. Це запорука виключення непорозумінь в подальшому, подяки та лояльності Клієнта. Ви можете просто забезпечити собі все це – всього лише надавайте повну інформацію;



Кожна консультація має бути результативною. Клієнт повинен в результаті отримати : вирішення свого питання, позитивні емоції, бажання продовжувати співпрацю;



Прощаючись, використовуйте фрази: "Завжди Вам раді", "Приходьте до нас в офіс, будемо раді Вас бачити в нашій Компанії".

НЕПРИПУСТИМІ ДІЇ



Далі наведені дії, які тягнуть за собою накладення дисциплінарних стягнень, а при неодноразовому і систематичному порушенні – звільнення.

- ✓ Відмова від виконання посадових обов`язків або неякісне їх виконання;
- ✓ Порушення чинних документів, які регламентують діяльність компанії;
- ✓ Порушення стандартів роботи, прийнятих в Компанії;
- ✓ Невиконання вказівок, розпоряджень Керівника;



Порушення трудової дісципліни та розпорядку робочого дня;



Грубість по відношенню до Колег і Партнерів Компанії, вживання ненормативної лексики при спілкуванні з Клієнтами та в присутності Клієнтів;



Недбале поводження з товарно-матеріальними цінностями, використання в особистих цілях, навмисне псування майна Компанії;



Вихід на роботу в стані алкогольного або наркотичного сп`яніння;



Розголошення комерційної таємниці та порушення конфіденційності.

ПЕРЕЛІК ЗАБОРОНЕНИХ ВИСЛОВІВ В КОМПАНІЇ "ПАРТНЕР"

- 1. ВПЕРШЕ ЧУЮ.**
- 2. ДЗВОНИВ, АЛЕ НЕ ДОДЗВОНИВСЯ.**
- 3. ЗАХОДИВ, АЛЕ ЙОГО/ВАС НЕ БУЛО.**
- 4. ШУКАВ, АЛЕ НЕ ЗНАЙШОВ.**
- 5. А Я ДУМАВ...**
- 6. ЦЕ БУЛО ЩЕ ДО МЕНЕ.**
- 7. А Я ДОПОВІДАВ.**
- 8. НАПЕВНЕ, ВКАЗІВКА НЕ ВИПОВНИЛАСЯ.**
- 9. А МЕНІ НІХТО НЕ КАЗАВ.**
- 10. А ЧОМУ – Я ?**
- 11. НЕ ЧУВ.**
- 12. НЕ ЗНАЮ.**
- 13. НЕ ПЕРЕДАВАЛИ.**
- 14. ХОТИВ ЯК КРАЩЕ.**
- 15. Я ХОТИВ, АЛЕ НЕ ВИЙШЛО.**
- 16. Я ЙОМУ СКАЗАВ, А ВІН НЕ ЗРОБИВ.**
- 17. МЕНЕ В ЦЕЙ ЧАС НЕ БУЛО, ЗДАЄТЬСЯ ХВОРІВ/БУВ У ВІДПУСТЦІ.**
- 18. ЦЕ НЕМОЖЛИВО ЗРОБИТИ, НЕРЕАЛЬНО.**
- 19. ПІДПРИЄМСТВО ВАШЕ, ЙОГО, НЕ МОЄ.**
- 20. НЕ БУЛО ЗВ`ЯЗКУ, СІЛА БАТАРЕЙКА В ТЕЛЕФОНІ.**
- 21. ЗАБУВ.**

КАДРОВІ ПРОЦЕДУРИ

**При прийомі на роботу
Компанія виходить з абсолютної
рівності всіх співробітників і
кандидатів, у всіх є рівні
можливості під час вступу на
роботу і в подальших взаємодіях
на будь-якому посадовому рівні.**



**Якщо Ви хочете рекомендувати когось на роботу в Компанію, Вам
необхідно звернутися до директора Компанії. Під час розгляду кандидатур
переваги надаються за умови наявності :**

-  **Вищої освіти та диплома встановленого зразка для її підтвердження.**
-  **Знання іноземних мов.**
-  **Навичків володіння комп'ютером та роботи у спеціалізованих та
офісних програмах.**
-  **Чесність.**

КОМПАНІЯ ГАРАНТУЄ СПІВРОБІТНИКАМ

- **Змістовну та цікаву роботу.**
- **Стабільну винагороду за виконання посадових обов`язків.**
- **Комфортні умови праці.**
- **Сприятливу психологічну атмосферу в Колективі.**
- **Сприяння максимальній реалізації потенціалу.**
- **Можливості для особистого і професійного розвитку.**
- **Соціальну захищеність.**

**МИ ПРАГНЕМО ВСТАНОВИТИ З КОЖНИМ СПІВРОБІТНИКОМ ДОВГОТРИВАЛІ
ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ. В ЇХ ОСНОВІ – ДОТРИМАННЯ ОСНОВНИХ ВИМОГ ТА
ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА.**

КОМПАНІЯ ОЧІКУЄ ВІД СПІВРОБІТНИКІВ

- **Відповіального підходу до роботи, прийняття цінностей компанії,
дотримання прийнятих правил, процедур і стандартів роботи.**
- **Самостійного підходу у вирішенні проблем, що знаходяться у межах
Вашої компетенції.**
- **У взаємовідносинах з колегами виявляти повагу, доброзичливість,
чесність і відвертість, взаємодопомогу і виконування прийнятих на
себе зобов`язань.**
- **Прояву зацікавленості в саморозвитку разом з Компанією,
прагнення висувати цінні ідеї, братися зі їх виконання і втілювати в
реальність.**

**Наші співробітники – це фахівці, які працюють чесно та відкрито,
діяльність яких спрямована на якісне та свідоме виконання обов`язків.
Відносини між співробітниками будується на принципах довіри, взаємної
поваги та взаємної допомоги.**

Ознайомившись зі стандартами якісної взаємодії в Компанії "ПАРТНЕР",
співробітник зобов`язується виконувати їх у повній відповідності.

ДАТА_____

ПІДПИС_____

**П.І.Б.
СПІВРОБІТНИКА**_____

**МИ ВПЕВНЕНІ, ЩО ВИ ВНЕСЕТЕ ВЕЛИКИЙ ВКЛАД В СВІЙ
РОЗВИТОК ТА РОЗВИТОК КОМПАНІЇ, БУДУЧИ ЇЇ ПОВНОПРАВНИМ
ЧЛЕНОМ ТА КЕРІВНИКОМ !**

ЗАПОРУКА УСПІХУ – КОМАНДНА РОБОТА !

У ВАШИХ РУКАХ НАЙЦІННІШЕ – ДОВІРА КОМАНДИ.



МЕБЛІ ТА КОМПЛЕКТУЮЧІ



для приміток



МЕБЛІ ТА КОМПЛЕКТУЮЧІ