



零售业的团队如何更智慧地开展工作

当今的零售商可能会感觉身陷于巨大灾变带来的冲击之中。消费者期待与实际体验之间的鸿沟不断加大，面对这种充满挑战的店内环境，零售商的未来岌岌可危。在经济大萧条期间，许多零售商被迫裁员，而这令日益期望立即满足购物需求的购物者更加失望。

不过，并非所有零售商都陷入萧条。例如，Nordstrom 经常被引用为提升顾客体验的典范；Apple 则从 2001 年以来在 24 个国家/地区开设了 500 多家零售店。甚至 Amazon 也在开设门店，让在线和店内购物体验融合或重叠。一些报告（例如以好市多和乔氏超市为调研对象的《哈佛商业评论》研究）表明，认真投入工作的店员不仅工作效率更高，而且更关注顾客，进而有效提高购物者满意度和销售额。

零售商认识到，要遏制这种趋势，需要满足员工对更灵活的工作环境期望。如今的员工希望协同工作，并在需要的时候从任何地方访问他们自己和顾客的信息。这些员工中包括精通数字技术的千禧一代，他们希望在灵活且应对迅速的环境中工作，并在工作中获得更广阔的空间。

协作员工模式

在当今以顾客为导向的零售环境下，要打造“流畅”的服务体验，就必须确保员工能够真正做到关注每一个顾客。

利用店内无线网络和新型协作工具，零售商可以建立协作性更强的工作模式，让员工与顾客进行沟通，以促进员工将工作做得更好；同时，这也有助于经理吸引、培养和留住优秀的人才。

“实体店的一些传统方面可能会过时，但只要给予正确的工具和培训，这些商店的员工便能跟上时代的步伐。”

- RETAILDIVE

埃森哲公司表示，零售企业的首席执行官“必须将专家放在中心位置，以确保商店员工成为品牌宗旨的代言人或故事讲述者。例如，销售人员必须对品牌及品牌故事有个人见解并充满热情，分享有深度的产品和服务知识，同时使用技术增强互动并提供优质服务。”

能否在现场实时获取信息对于员工提供卓越的客户服务至关重要。如果员工能够获得关于顾客的产品信息、交易信息和忠诚度信息，他们将能够为每位购物者提供独一无二的体验。商店需要将员工与数据、商店内的团队成员以及其他商店和公司的员工联系起来，以确保几乎没有顾客带着不满意的情绪离开。



变革型员工

“实体店的一些传统方面可能会过时，但只要给予正确的工具和培训，这些商店的员工便能跟上时代的步伐，” [RetailDive](#) 建议道。

协作工具可以让员工随时访问总部新闻、待售商品信息、折扣优惠、召回公告、新流程，以及其他直接影响其工作的关键情报。视频会议使零售商能够经济高效地对员工进行培训和再培训，确保他们掌握最新的相关技能。通过视频会议，店员还能与其他分店的同事举行会议，分享增加销售额和提高运营效率的经验。通过视频会议和团队协作与员工建立更持久的关系，可以促进团队合作，并有助于提高员工留存率。

配备了移动设备，商店内的员工可以为购物者提供最新的产品信息和全系统库存情况。当顾客询问有关产品的技术问题，合作伙伴可以发起与远程专家的视频通话，以获取对达成销售至关重要的深入产品信息或服务信息。经理可以更好地跟踪顾客线路的备份位置，并灵活调整可用的团队成员，以协助和帮助达成销售。

零售商不能仅指望通过裁员来取得发展。他们需要采取措施，通过提供协作工具来最大限度地提高工作效率。

零售商不能仅指望通过裁员来取得发展。他们需要采取措施，通过为商店员工配备协作工具，使他们成为联网团队的一部分，从而最大限度地提高商店员工的工作效率。通过视频会议、移动应用以及接触整个组织的专家，零售商可以跨多个接触点和设备确保一致的顾客和员工协作体验，将员工转变为顾客信任的顾问。

有关详情，请访问 www.cisco.com/go/retail