

- Привлечение семей. Реализация детского проекта-квеста и «Дневника хороших дел», с помощью которого за счет активной коммуникации евросетевых детей в общение будут вовлечены и взрослые.
- Проект «Специальный гость». На «выходные развлекательные мероприятия» мы приглашаем сотрудников из других субов. Выбирается коллегиально, продумываются идеи самостоятельного (без привлечения бюджета) размещения специального гостя. Так запускается цепочка. По приезду домой через две недели человек, который был специальным гостем должен организовать мероприятие в своем городе и пригласить своих «специальных гостей», которые по такой же схеме будут действовать. Так мы сделаем нашу область досуга ярче во всех субах и сотрудники смогут познакомиться, ведь приезжая в гости в другой субфилиал ты лично знакомишься с теми, с кем практически ежедневно общаешься по телефону и почте. Это оптимизирует рабочий контакт.
- Корпоративное обучение. Проект «STUDY CLUB». Это курсы обучения в офисе на совершенно разные тематики. Компьютер, 1С, фотошоп, языки, курсы макияжа, курсы сценической речи, танцы и т.д. 12 разных курсов за год. Ищем преподавателей в нашем коллективе.
- Акция «Нереальный чек». Мы будем поощрять продавцов, которые единовременно сделали продажу на большую сумму. Например, от 100 и более тысяч рублей. Три «нереальных чека» за три месяца дают право на получение ценного приза.
- Акция «Наш друг – Интернет – магазин». Здесь мы будем отмечать объем продаж, который сотрудник осуществил с помощью ИМ. Предыдущая акция тоже стимулирует совместные продажи, так как дорогостоящий товар, как правило, не представлен на ТТ и может быть доставлен только перемещением из ИМ.