

Slovenski trgovci so se v primerjavi z lanskim letom izboljšali v kvaliteti postrežbe strank

Ljubljana, 6. 3. 2009

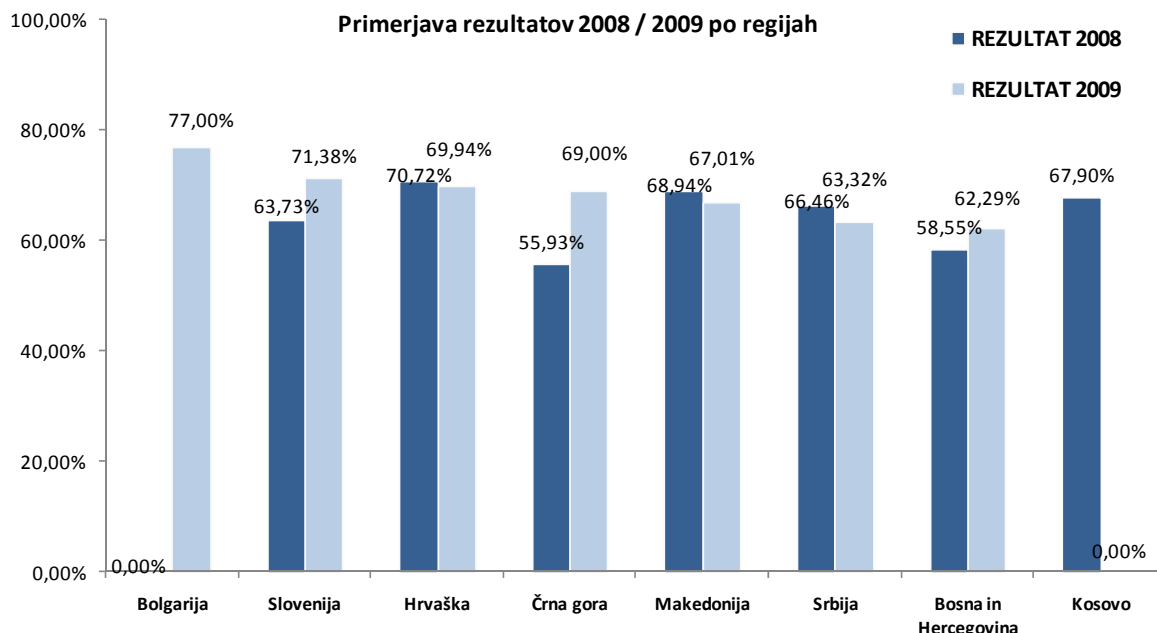
V obdobju 19. do 24. februarja je bila že drugo leto zapored izvedena raziskava, s katero se je preverjalo 5 osnovnih elementov kakovostne obravnave strank na področju bivše Jugoslavije in Bolgarije (Kosovo letos izvzeto).

Raziskavo je organiziralo hrvaško podjetje za skrivnostno nakupovanje, Heraklea, v sodelovanju z lokalnimi Mystery Shopping agencijami, in sicer v Sloveniji s podjetjem Skrivnostni nakup, v BiH z GMS, v Bolgariji s Face off, v Srbiji in Črni Gori z MASMI ter v Makedoniji s SWOT MS.

Skrivnostni kupci so v sedmih državah, v Sloveniji, Hrvaški, Bosni in Hercegovini, Srbiji, Črni Gori, Makedoniji in Bolgariji obiskali 1050 različnih avtosalonov, turističnih ali gostinskih ponudnikov, bank, maloprodajnih trgovin, trgovcev s telekomunikacijsko opremo, bencinskih servisov in supermarketov. Pri tem so opazovali in ocenjevali 5 osnovnih elementov kakovostne storitve: pozdrav, ugotavljanje potreb strank, svetovanje/poznavanje izdelkov, ponujanje dodatnih izdelkov in zahvalo za obisk/nakup, ki izhajajo iz angleške besede »GUEST« (gost): Greet, Understand, Explain, Suggest, Thank.

Bolgarija je prevzela vodstvo v regiji, Slovenija letos na drugem mestu

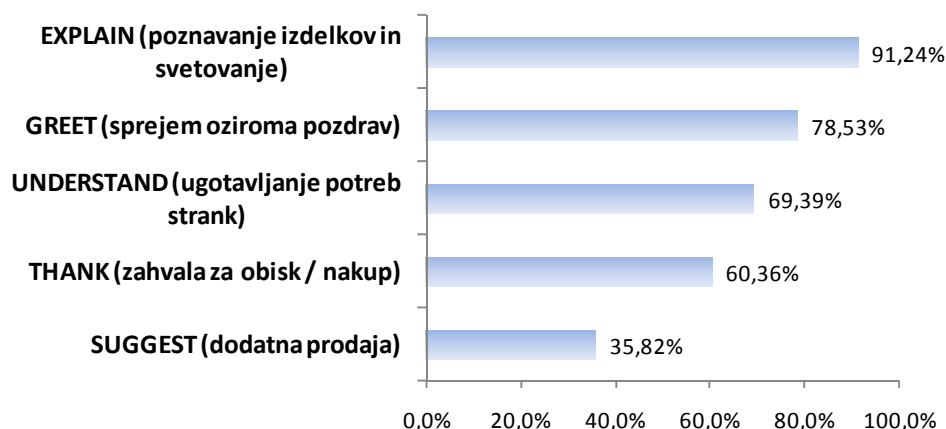
Standarde dobre postrežbe najbolj upoštevajo v Bolgariji, kjer je kvaliteta storitev na ravni 77%. Takoj za njo je Slovenija z 71% (v primerjavi z lanskim letom se je rezultat izboljšal za sedem odstotnih točk), Hrvaška z 70%, Črna Gora z 69%, Makedonija s 67% in Srbija s 63%. Kot v preteklem letu imajo največ prostora za izboljšave Bosna in Hercegovina z 62%.



Prodajno osebje pozna izdelke, ki jih prodaja, vendar jih ne ponuja

Enako kot lani so prodajalci v vseh državah najboljši v poznavanju izdelkov, ki jih ponujajo, potem v pozdravu, poznavanju potreb strank in zahvali za obisk/nakup, največ prostora za izboljšave pa je v ponujanju dodatnih izdelkov/storitev.

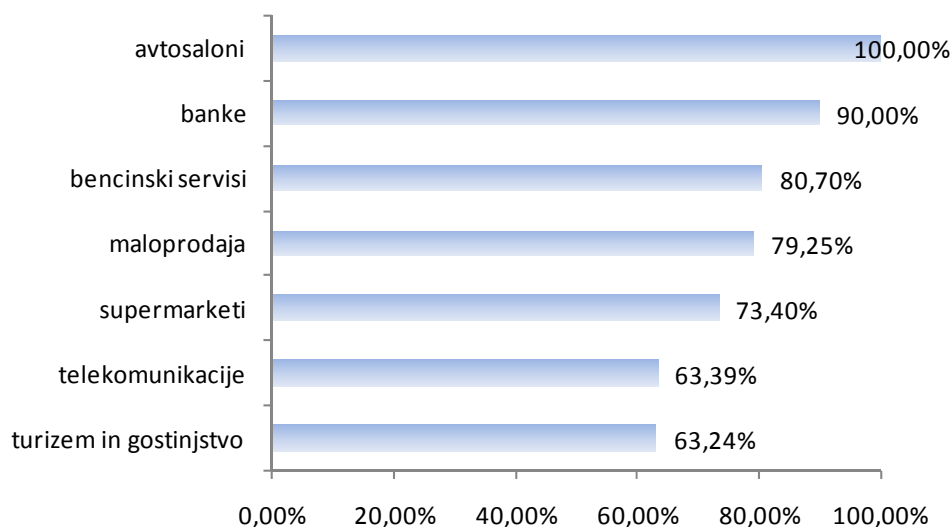
Rezultati po ocenjevanih elementih za vse države skupaj



Supermarketi (ZOPET) najslabši, avtosaloni (ZOPET) najboljši

Avtosaloni so v kvaliteti storitev najboljši (86%), sledijo pa jim turizem in gostinstvo, telekomunikacije, banke, bencinski servisi, maloprodaja, medtem ko so supermarketi, ki jih vsakodnevno obiskujemo, na zadnjem mestu (51%). Tako v Sloveniji kot tudi na Hrvaškem je postrežba v avtosalonih najboljša (100%), morda prav zato, ker je recesija najbolj udarila avtomobilsko industrijo in je trud za kvalitetno postrežbo, z namenom da se nadoknadi izgubo strank, razumljiv.

Rezultati po dejavnostih za Slovenijo





SKRIVNOSTNI NAKUP™
MYSTERY SHOPPING



Zakaj se je kvaliteta storitev v Sloveniji izboljšala v primerjavi z lanskim letom?

Lahko predpostavljamo, da se slovenska podjetja v tem kriznem obdobju, ko beležimo upad števila strank, v večji meri zavedajo, kako pomembna je vsaka stranka, in imajo več časa in razlogov za izboljšanje kakovosti postrežbe.

Vir: Skrivnostni nakup, d.o.o.

