

Lepo oblečenim bančnikom malo mar za potrebe strank

Raziskava navideznega nakupovanja stanovanjskega posojila je razkrila kar nekaj slabosti bančnikov

SABINA PETROV

sabina.petrov@finance-on.net

Pogled bančnika v oči stranke, predstavitev storitve, nasmeh, dodatna prodaja, slovo od stranke, obravnavanje ugovorov na ceno oziroma visoko obrestno mero, ugotavljanje potreb stranke in priponka z imenom so elementi prodajnega procesa, ki v slovenskih bankah šepajo.

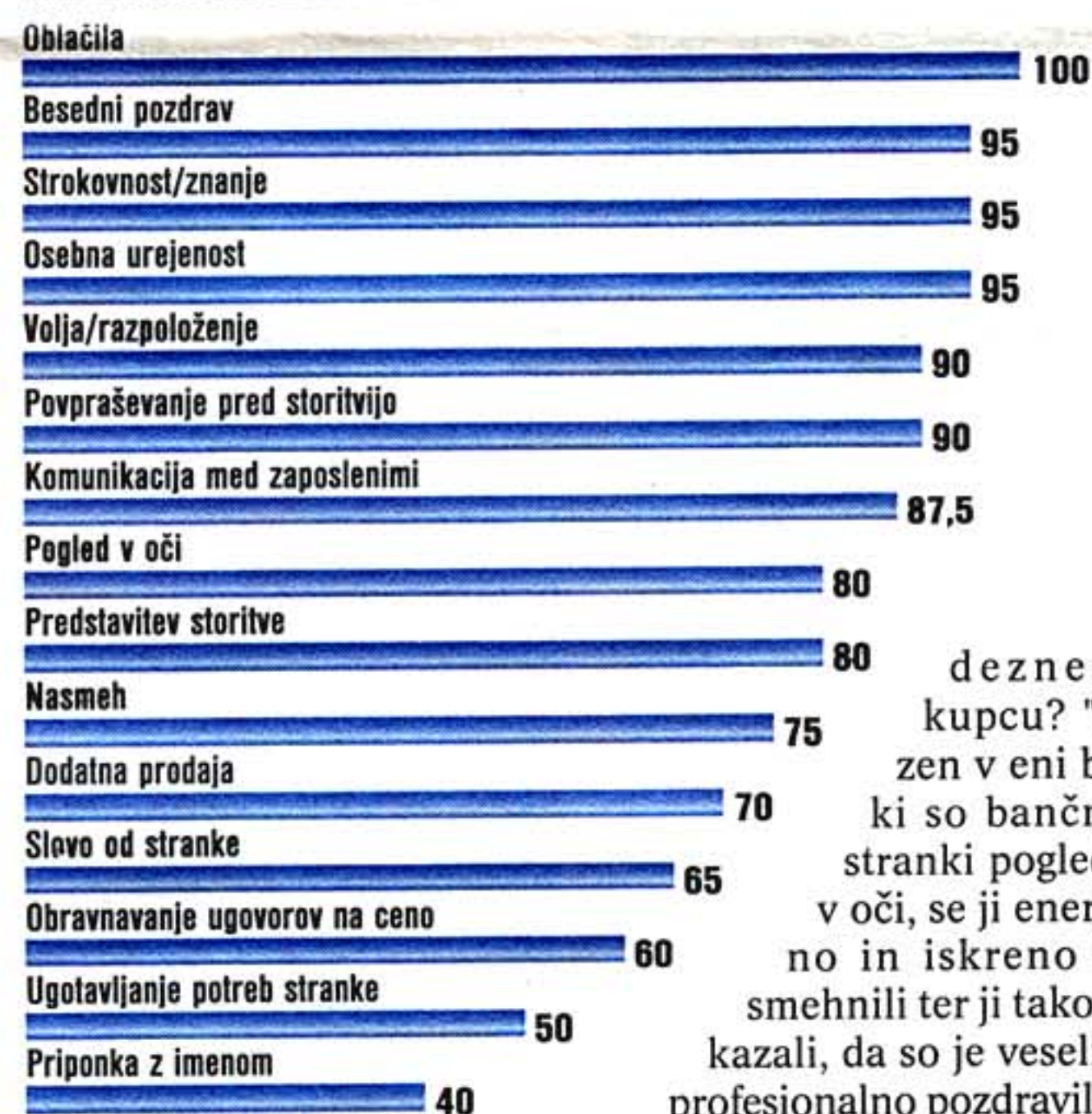
Tako kažejo rezultati raziskave navideznega nakupovanja hipotekarnega stanovanjskega posojila v petih različnih bankah, ki jih je direktorica podjetja Skrivnostni nakup Natalia Ugren prejšnji teden predstavila na prvem dnevu navideznega oziroma skrivnostnega nakupovanja (mystery shopping) v

Ljubljani. V katerih bankah so konec maja opravili raziskavo, ni razkrila, povedala je le, da je bilo to v enem od slovenskih mest.

Ocenjevali 15 meril

Navidezni kupci hipotekarnega stanovanjskega posojila so banke ocenjevali na podlagi 15 meril. Kot je poja-

REZULTATI NAVIDEZNEGA NAKUPOVANJA HIPOTEKARNEGA POSOJILA PO RAZLIČNIH MERILIH (v %)



Vir: Ugren.com, 23. maj 2006

snila Ugrenova, se rezultat, ki presega 85 odstotkov, šteje za dobrega, oziroma je prodajalec svoje delo opravil dobro. Skupen rezultat ocenjevanja bank je pokazal, da so svoje delo dobro opravili le v dveh bankah, ena je zelo blizu, ena pa se je s povprečno oceno 53,33 odstotka uvrstila zelo nizko.

Pozdravili prijazno in profesionalno

In kako večje oziroma ne večje so se bančniki v izbranih bankah lotili prodajanja hipotekarnega posojila navi-

deznemu kupcu? "Razen v eni banki so bančniki stranki pogledali v oči, se ji energično in iskreno nasmehnil ter ji tako pokazali, da so je veseli, jo profesionalno pozdravili tudi z besedami in bili dobro razpoloženi," je rezultate povzela Natalia Ugren.

Poizvedovanje o potrebi stranke slabo

Pri ugotavljanju potreb stranke so se vsi bančniki odrezali enako slabo - dosegli so le 50-odstotni rezultat. "Po pozdravu so stranko prav vsi nagovorili z enako besedo: 'Izvolite'. Tu imajo banke še veliko možnosti. Že pri prvem nagovoru lahko izboljšajo svoj odnos do stranke tako, da uporabijo nekaj več besed. Saj vendar nismo na delikatesi, ampak v banki," je dejala.

RAZISKAVA NAVIDEZNO NAKUPOVANJE - MISTERY SHOPPING

Raziskava navidezno nakupovanje (mystery shopping), v praksi se uporablja tudi izraz skrivnostni nakup, je kvalitativna raziskava, pri kateri se ocenjuje prodajni proces oziroma prodajna storitev. Usposobljeni navidezni kupci po opravljenem nakupu na ocenjevalni list zapišejo svoja opažanja o postopku postrežbe, urejenosti prodajalcev in prodajnega mesta, medsebojni komunikaciji prodajalcev, odnosu prodajalcev do kupca, njihovi proaktivnosti, ljubeznivosti in tako naprej. Cilj raziskave je izboljšati prodajni proces in posledično poslovne rezultate.

Suvereno o ponudbi, dodatna prodaja šepa

Precej bolje so se bančniki izkazali pri vprašanih pred predstavitvijo ponudbe posojil, vsi so strankam postavili več kot tri podvprašanja. Tudi ponudbo posojil so predstavili dobro in strokovno. Z izjemo ene banke so se zelo slabo odzvali pri ugovoru stranke na visoko obrestno mero. "V dveh bankah so le skomignili z rameni in rekli, tako je, drugi so zagovarjali obrestno mero in povedali, da ob nekoliko višji obrestni meri posojilojemalcem ponujajo še dodatne storitve in ugodnosti. Če ste dobri pri tej točki, je zelo verjetno, da bo prišlo do sklenitve prodaje oziroma nakupa," pravi Ugrenova. Tudi pri dodatni prodaji imajo v bankah še rezervo.

Odlična ocena za urejenost in oblačila

Tudi pri slovesu od stranke bi lahko bila komunikacija boljše. "Namesto hvala ali nasvidenje bi stranki lahko dali svojo vizitko in rekli, naj pokličejo, če bodo imeli še kakšna vprašanja, če bodo potrebovali še kakšne informacije in jih povabili, da se kadarkoli osebno oglasijo v banki," pravi Natalia Ugren. Pri oblačilih in osebni ure-

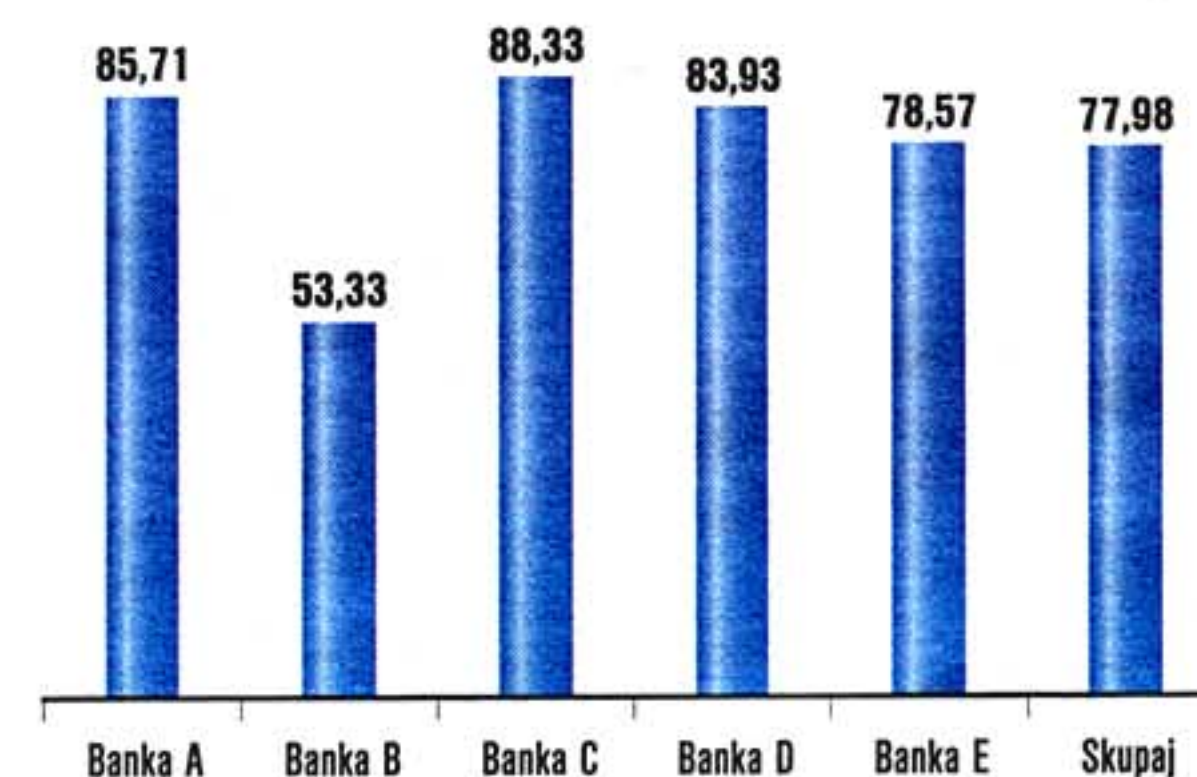


Urban Stebilja

Direktorica podjetja Skrivnostni nakup **Natalia Ugren** je povedala, da so se z izjemo ene banke bančniki zelo slabo odzvali na ugovor navideznega posojilojemalca na visoko obrestno mero stanovanjskega posojila.

jenosti bančnikov navidezni kupci niso imeli pripomb in so bančnike ocenili z najvišjo oceno. Pri priponkah oziroma tablicah z imeni pa so si kar trije bančniki prislužili najnižjo oceno, ker je sploh niso imeli.

SKUPNI REZULTAT NAVIDEZNEGA NAKUPOVANJA HIPOTEKARNEGA POSOJILA V PETIH BANKAH (v %)



Vir: Ugren.com, 23. maj 2006