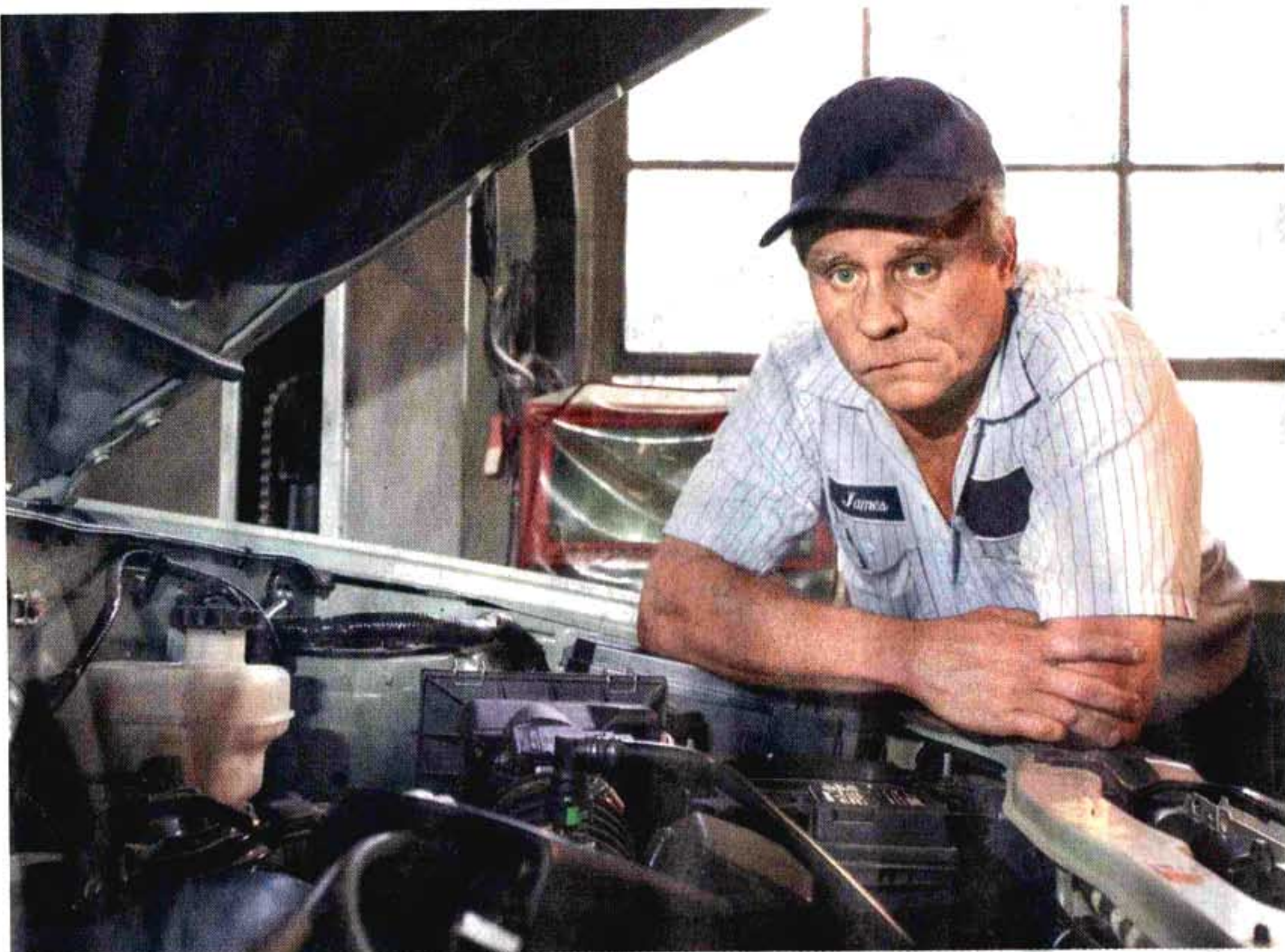




Kupci, gostje in stranke se nedvomno bolje počutimo, če naletimo na prijazen sprejem. Namrgoden obraz šefa avtomobilskega servisa nam nedvomno ne bo dal vtisa o tem, da bo naš avto v dobrih rokah. / foto: Thinkstock

VSAK ČETRTI KUPEC NE BO DOBIL NASMEHA, VSAK PETI BO BREZ POZDRAVA

Draga dama, ste izvolili pasti?

ALI SMO PRIJAZNI

Rezultati raziskave kažejo, da je Hrvaška na predzadnjem mestu po nasmehu, a hudomušno razložijo, da jim ob nizkih plačah pač ni do smeha – Ni dokazov, da bi bil standard odločujoč za količino nasmehov in pozdravov – Madžarska je v hudih gospodarskih škripcih, a boste prav pri njih največkrat v vsej Evropi slišali pozdrav – Na območju nekdanje Jugoslavije in Bolgarije pri prijaznosti vztrajno izstopa Slovenija

Milena Dora

Skrivnostni nakupovalci so v lanskem letu v 32 državah širom sveta opravili 1,6 milijona obiskov v sklopu akcije Smiling report in ugotavljali ustrežljivost do kupcev. Petinsemdeset odstotkov kupcev je prejelo nasmeh, 79 odstotkov so jih pozdravili. Svetovno povprečje pri nasmehu je med letoma 2008 in 2011 padlo deset odstotkov v primerjavi s povprečjem med letoma 2004 in 2007. Še vedno pa se boste najbolje počutili v Avstriji ali Paragvaju, kjer so se lani kupcem nasmehili v kar 96 odstotkih, v Islandiji in Ukrajini imajo drugi najboljši rezultat s 93 odstotki nasmehov, najslabše so se s 37 odstotki nasmehov odrezali v Pakistanu. Tik pred njimi je Hrvaška, kjer so se lani nasmehili le vsakemu drugemu kupcu ali natančneje 54 odstotkom. A zaradi primerjave je treba dodati, da so se leto prej nasmehili 75 odstotkom potrošnikov. Na blogih so svoje rezultate komentirali, da bi se ob takih plačah smejale le budale.

Jó napot ali kezét csókolom najpogosteje v Evropi

Zanimivo, da vas bodo v Evropi najbolj pozdravljali z Jó napot ali Kezét csókolom (pomeni dober dan in poljublam vam roko, kar je pozdrav za odraslo žensko, op.p.), torej na sosednjem Madžarskem, kjer pozdravijo kar 95 odstotkov vseh kupcev. Čeprav tudi njihove plače krepko zaostajajo za evropskimi plačami, so ohranili zavidanja vredno raven kulture pozdravljanja kupcev. O njihovi uglednosti kroži anekdota, da je opto damo, ki je sedla mimo stola, natakar zelo vljudno vprašal: »Ste izvolili pasti?« Svetovno povprečje v pozdravljanju je bilo okoli 80 odstotkov,

► **Natalia Ugren, DIREKTORICA PODJETJA SKRIVNOSTNI NAKUP, D.O.O.:**

»Poglejmo številne kavarne, ki so nagnete druga ob drugi, mi pa gremo vedno v tisto, kjer nas privabijo z dobrim počutjem. Pameten lastnik bo nagradil osebe, ki zna poskrbeti za dober vtis.« / foto: Urban Šteblijaj



kar je sedem odstotkov manj kot med letoma 2004 in 2007. V Čilu in Kolumbiji so pozdravili kar 99 obiskovalcev, v Paragvaju 96, sledi Madžarska s 95 odstotki in njej Argentina s 94 odstotki. Pakistan je znova dobil najslabšo oceno, saj je pozdravilo le 41 odstotkov prodajalcev, v vsej Aziji je bil ta odstotek 67, znova dovolj za najnižje uvrščeno celino, medtem ko je najbolj pozdravljanju naklonjena celina Južna Amerika s povprečnimi 87 odstotki.

V lanskem svetovni raziskavi Slovenija ni sodelovala zaradi zmanjšane obsega zaposlenih (bolniški in poročni dopusti) v podjetju Skrivnos-

tni nakup, d.o.o., ki je za Slovenijo izvajalo to raziskavo, je povedala njihova direktorica **Natalia Ugren**. Podatki za leto prej pa Slovenijo pri pozdravih s 94 odstotki uvrščajo zelo visoko, takoj za vodilno Avstrijo in Madžarsko. Pri nasmehu so se opazovani bolj kislo držali, saj smo bili z 72 odstotkom nasmehov za svetovnim povprečjem (75 odstotkov) in kar daleč za vodilnima Portugalsko, kjer so se nasmehili kar 94 odstotkom kupcev, in Avstrijo, kjer je nasmeh dobilo 93 odstotkov kupcev.

Lep preostanek dneva želim

V avstrijskih lekarnah, trgovinah, kioskih, na servisih se praktično ne more zgoditi, da vas ne bi pozdravili z »Grüss Gott«. In kljub temu da jim jasno dajem vedeti, da sem tujka, mi ob odhodu vselej zaželijo lep preostanek dneva ali lep konec tedna. Vedno znova me zadene, moram se nasmehiti in se zahvaliti. Učinek je dosežen, tudi jaz sem oddala svoj nasmeh v največjo množico evropskih nasmehov! Pa čeprav razmišljam, da je tak dodatek morda nujen, obvezen ... Vseeno mi je všeč in se ga ne bi branila niti v svoji domovini. Če sem odkrita, mi ne bi bilo všeč, če bi tak pozdrav uporabili policisti po tistem, ko nas oglobijo zaradi hitrosti, parkiranja ali še česa. Pa lep preostanek dneva!?

Zdaj se pride?

Mnogi zaposlovalci se ne zavedajo, kako ključnega pomena za dober obisk pri njih je prav najslabše plačan posameznik, ki ima opraviti s potrošnikom. Kako hitro pride do zamere in izgubljenega potrošnika! Prijetno je obiskati lekarno, ko so tam strokovnjaki, pripravljeni pomagati in biti diskretni, povsem drugače je, če niso taki. Radi bomo šli v cvetličarno, če nas tam niso razočarali z vsiljevanjem cvetja, ki ne gre v prodajo in je ovenelo naslednji dan. Ali k mesarju, ki daje vtis, da prav za nas izbira najlepši kos mesa, in ne tisti, ki se trudi k našemu zrezku prodati tudi vso maščobo v izlozbi. Razlika je v natakarju, ki poznavalsko zvabi v hišno kuhinjo tudi brez formalnega polaganja jedilnika na mizo, ali tistim, ki te dve uri pred zaprtjem gostilne pozdravi s krpo v roki in s pogledom na uro: »A zdaj se pride?«

Raziskovalci svetovnih trendov nasmehov in pozdravov ugotavljajo, da je obojih največ v industriji prostega časa in wellnesa, v turizmu, lepotilni industriji, v avtomobilski industriji in v bančništvu, najmanj pa v transportu.

Vsak dan na kavico – v avtosalon!

Kako prijazni znajo biti prodajalci avtomobilov, je že pred leti dobro raziskal eden od upokojencev, ki nam je zaupal svojo izkušnjo. »Vsak dan grem v katerega od avtomobilskih salonov. Saj avta zdaj še ne mislim menjavati, a zdi se mi fino, kako me obravnavajo. Skuhajo mi kavo, ponudijo pecivo, naložijo prospekte.« Ob iskanju avtomobila zase pred nekaj leti so me prepričali, katere znamke ne bom imela: tiste, ki je imela nesoliden servis pri prejšnjem avtu. Iskala sem torej naprej in prišla do ugotovitve, da kavo sicer res skuhamo, dajmo kataloge, ko pa sem želela testno vožnjo, pa sem dobila izgovore »avto je odpeljala mama«, »sodelavec je šel z njim na dopust« in podobne nenavadne izjave. V enem od avtosalonov je fant hitro poskočil, da testna vožnja pa res ni problem, in se oblekel, da bo avto vozil on in bom jaz sopotnica! Kako naj potem vem, kakšen je občutek voziti ta avto? Ga kupuje on ali jaz? Pri naslednjem avtu je prodajalka, ko sem ji povedala, da se bojim, da je avto prevelik za garažo in bi ga morala peljati domov, želela z menoj

Prijetno je obiskati lekarno, ko so tam strokovnjaki, pripravljeni pomagati in biti diskretni. Radi bomo šli v cvetličarno, če nas tam niso razočarali z vsiljevanjem cvetja, ki ne gre v prodajo in je ovenelo naslednji dan. Ali k mesarju, ki daje vtis, da prav za nas izbira najlepši kos mesa.

domov in me opazovati pri merjenju garaže. A se bojim, da jo je bolj skrbelo, kaj bo z otroškim sedežem in nepojedenimi keksi, ki so ostali na zadnjem sedalu testnega avtomobila.

Skrivnostni kupci po telefonu, osebno ali prek interneta

Natalia Ugren, direktorica podjetja Skrivnostni nakup, d.o.o., pravi, da v Sloveniji po njihovih storitvah največ povprašujejo zlasti v bankah in avtomobilskih salonih, ki na tak način preverjajo, v čem je boljša konkurenca (običajno v boljših kadrih). »Nasmeh nas privabi. Zakaj naj se nasmehnem, ko pa je plača enaka, si misli marsikateri zaposleni. Ko bi se v variabilnem delu plače poznal tudi promet, bi bilo drugače. Poglejmo številne kavarne, ki so nagnete druga ob drugi, mi pa gremo vedno v tisto, kjer nas privabijo z dobrim počutjem. Pameten lastnik bo nagradil osebe, ki zna poskrbeti za dober vtis.« Dejstvo je tudi, da svetovni skrivnostni nakupovalci ocenjujejo tudi dodatno prodajo. »Ko imaš kupca že enkrat v lokalu, mu je najlažje prodati še kaj zraven in tako povečati promet,« razmišlja Natalia Ugren. Vendar se pogosto tak način razmišljanja lahko tudi izrodi, ko pošte, bencinske črpalke in tehnične trgovine ob ponudbi, ki jo tam pričakujejo, ponujajo še loterijske listke, plastično cvetje, obeske za ključke, keramične figurice na številnih stojalih, da se morajo kupci spretno umikati, da česa ne podrejo. »Po drugi strani pa kupci cenijo tako dodatno ponudbo, ki jim je pri roki mimogrede. Dober trgovec bo znal ob nakupu računalnika povedati, s kakšno opremo je mogoče napravo še bolje in drugače uporabljati, in bo tako sprožil še kak koristen nakup.« Kupec, ki se bo počutil ogoljufanega, da je kupil nekaj, česar ni želel ali ne rabi, je najslabši kupec, zato je vprašanje, ali si je ob nakupu pralnega stroja res želel kupiti tudi barvne svinčnike, ki so mu jih ponujali pri blagajni. »Dobrodošlo pa je, če vam, recimo ob nakupu čevljev, povedo, s čim bi jih bilo dobro negovati in tako nevsiljivo spodbujajo dodatni nakup,« razmišlja Ugrenova. Njihove usluge, pojasni, so namenjene razmisleku in ukrepanju z izobraževanjem zaposlenih in ne kaznovanju prodajalcev, na kar bi morda po bližnjici v turbokapitalizmu najprej pomislili novodobni lastniki. ■