

na prodajnem mestu: raziskave

RAZISKAVA GUEST 2014

Kdo izvaja (ponuja) najboljšo kakovost storitev v regiji?

V obdobju od 9. do 22. junija 2014 je hrvaška agencija Heraklea v sodelovanju z lokalnimi Mystery Shopping agencijami (v Sloveniji z agencijo Skrivnostni nakup d.o.o.) izvedla že šesto regijsko raziskavo Mystery Shopping, o osnovnih elementih kakovosti storitev, s ciljem poiskati najboljše izvajalce storitev v celotni regiji.

Pripravili: Ekipa Skrivnostni nakup d. o. o. in uredništvo InStore

V raziskavo je bilo vključenih šest držav v regiji in sicer Slovenija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Črna Gora, Srbija in Makedonija, skrivnostni kupci pooblaščenih agencij pa so obiskali več kot 800 različnih poslovalnic (avtosaloni, turistični in gostinski lokali, banke, različne trgovine, poslovalnice telekomunikacijskih podjetij, bencinski servisi, supermarketi in ponudniki storitvenih dejavnosti).

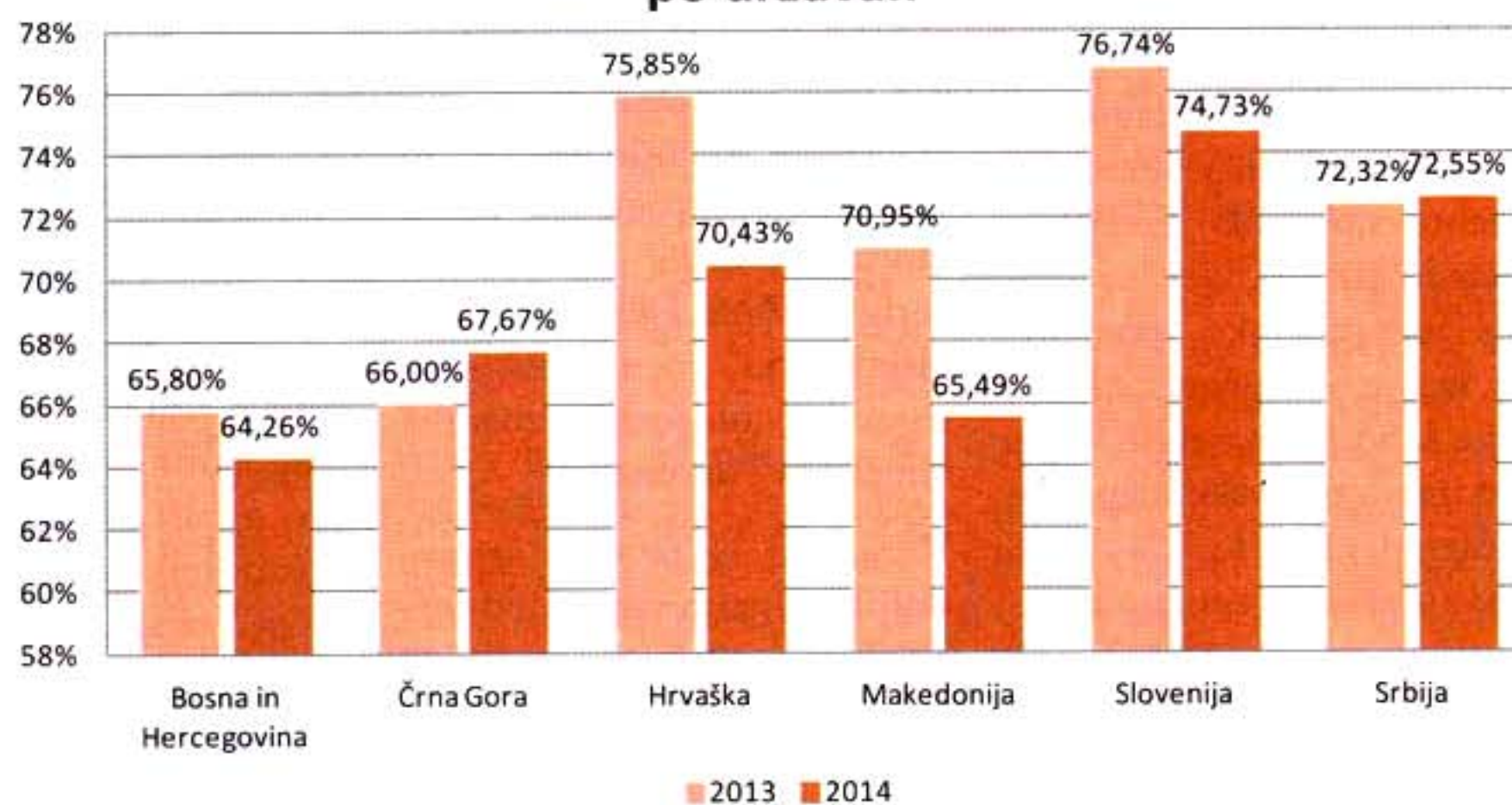
V raziskavi Mystery Shopping je bilo izmerjenih pet osnovnih elementov dobre in kakovostne storitve, kot so: pozdrav, ugotavljanje potreb/želja kupca, predstavitev proizvoda/storitve, ponudba dodatnih proizvodov/storitev, zahvala za obisk; po akronimu angleške besede "GUEST" (gost) za *Greet* (pozdrav), *Understand* (razumevanje), *Explain* (pojasnilo), *Suggest* (predlog), *Thank* (zahvala).

Slovenija je med vsemi ocenjenimi državami v regiji z rezultatom 74,73 % ponovno osvojila prvo mesto, vendar z 2 % slabšim rezultatom kot v lanskem letu (graf 1).

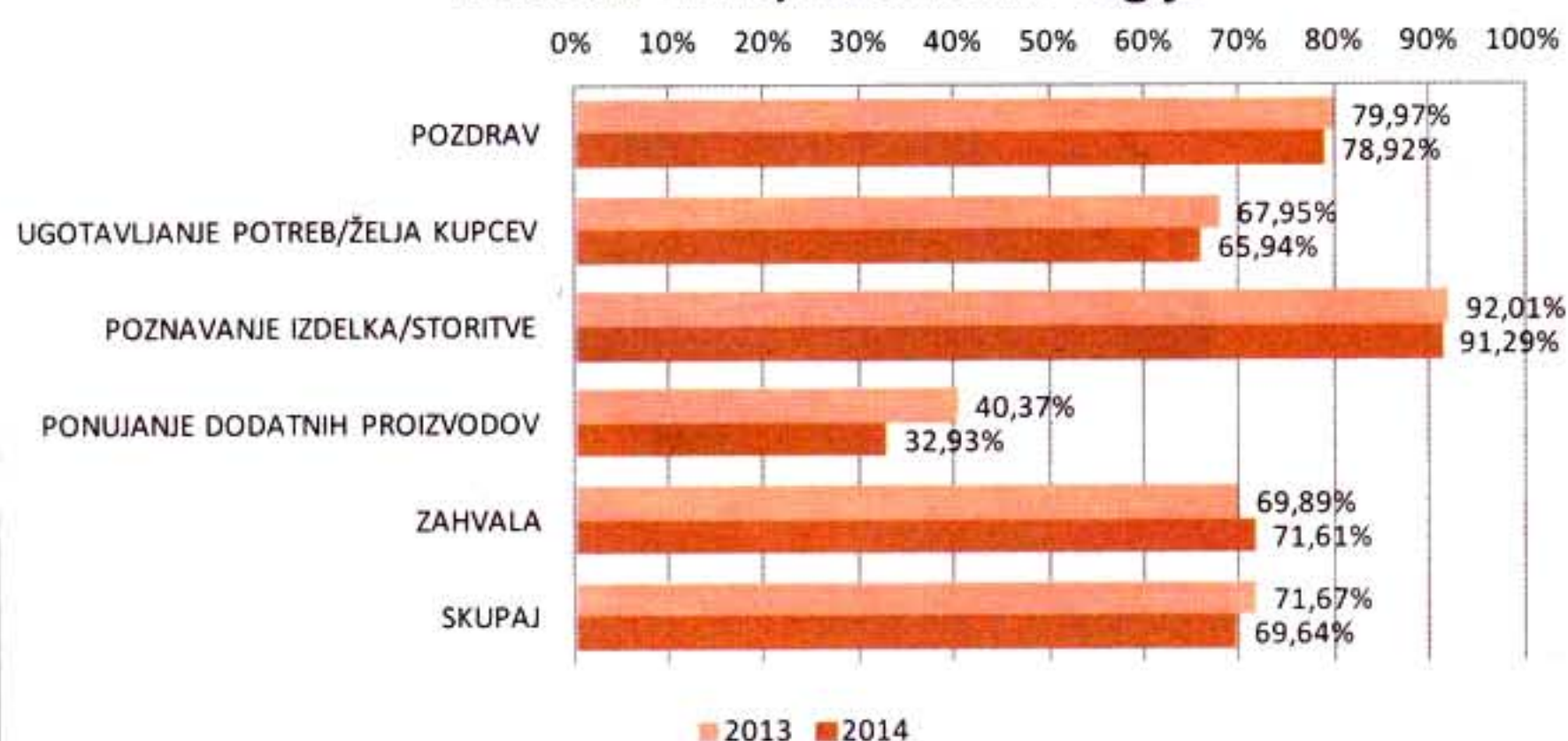
Rezultati po kategorijah postrežbe

Pri pregledu rezultatov po kategorijah (pozdrav, ugotavljanje potreb/želja kupcev, poznavanje izdelkov ali storitev, dodatna prodaja, zahvala) za celotno regijo smo ugotovili, da smo v vseh državah regije približno enako dobri v kategoriji

Graf 1: Primerjava rezultatov z letom 2013, po državah



Graf 2: Primerjava rezultatov po kategorijah postrežbe 2014 z letom 2013, za celotno regijo



na prodajnem mestu

“poznavanje izdelka in storitve”, kjer je skupni rezultat 91 % (graf 2).

V kategoriji “pozdrav” (skupaj vse države 79 %) je Srbija z rezultatom 85 % zavzela prvo mesto, Slovenija drugo (83 %) in Črna Gora zadnje (65 %), ki tudi največ odstopa od ostalih držav v regiji. Z drugim mestom oz. rezultatom 83 % v Sloveniji ne moremo in ne smemo biti zadovoljni, saj predstavlja pozdrav prvi stik s kupcem in je od njega v veliki meri odvisen dober odnos s stranko/gostom.

Sledi kategorija “zahvala” s skupnim rezultatom 72 %, kjer je Slovenija visoko na prvem mestu (86 %).

Na četrtem mestu je kategorija “prepoznavanje potreb/želja kupca” z rezultatom 66 %. V tej kategoriji izstopa Črna Gora z 82 %. Slovenija je z rezultatom 58% v tej kategoriji zaostala za vsemi državami v regiji. Rezultat med drugim tudi pomeni, da zaposleni v Sloveniji v storitveni dejavnosti premalo sprašujejo in preslabo poslušajo stranke.

Najslabše je bila, tako kot pretekla leta, tudi letos ocenjena kategorija “dodatna prodaja” s skupnim rezultatom 33 %. Ta del svetovalno prodajnega postopka se je gleda na preteklo leto zmanjšal za 7 %. Slovenija je v regiji v tej kategoriji najboljša z rezultatom 47 %, ki kaže na to, da imamo še zelo velik potencial.

Slovenija z rezultati raziskave vodi v treh od petih kategorijah te raziskave.

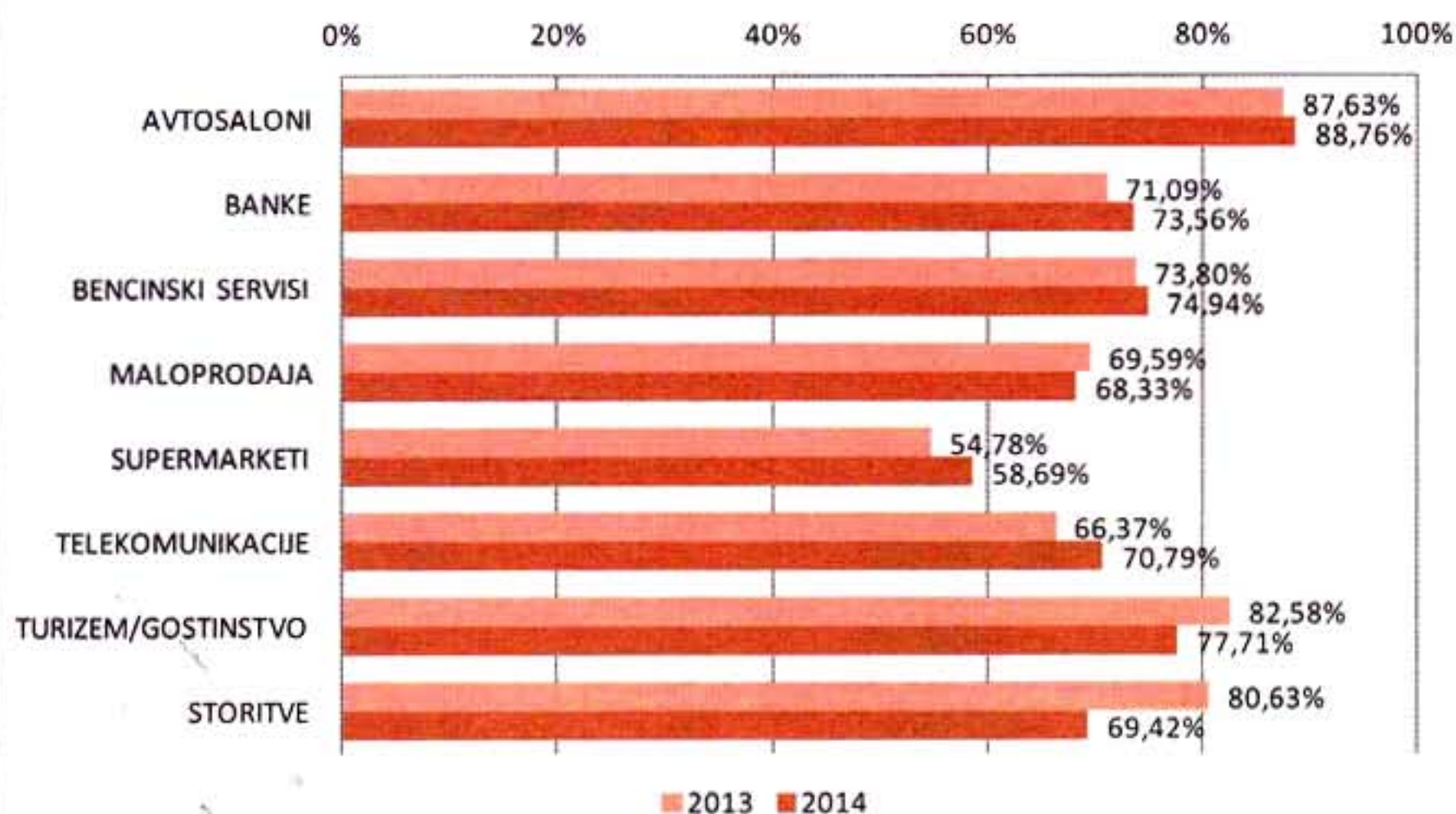
Rezultati po dejavnostih

Po dejavnostih so se najboljše izkazali prodajalci/svetovalci v avtosalonih z 89 %, s katerim so še rahlo dvignili rezultat iz predhodnega leta. Na zadnjem mestu so enako kot lansko leto supermarketi, z rezultatom 59 % (graf 3).

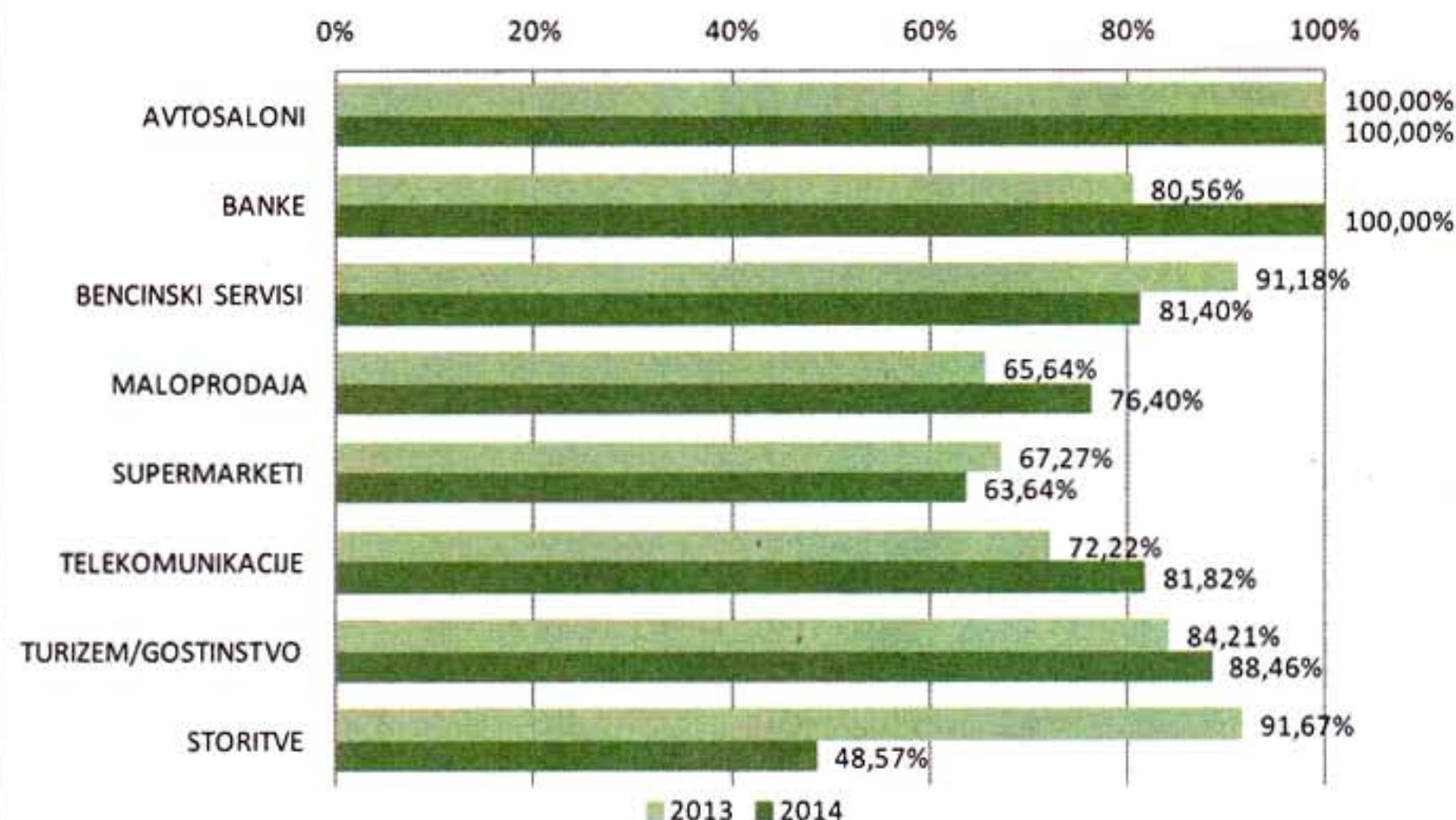
Povprečni rezultati po dejavnostih – Slovenija

Primerjava rezultatov po dejavnostih (graf 4) je pokazala, da je Slovenija najboljša v naslednjih štirih dejavnostih in sicer avtosalonih in banke (100 %), maloprodaja in turizem / gostinstvo (88,46 %), telekomunikacije (81,82 %) ter bencinski servisi (81,40 %). Maloprodaja je dosegla rezultat 76,40 %, kar pomeni, da so tukaj še večje rezerve za povečanje prodaje. Slabše so se odrezali supermarketi (63,64 %), na zadnjem mestu pa je storitvena dejavnost (48,57 %).

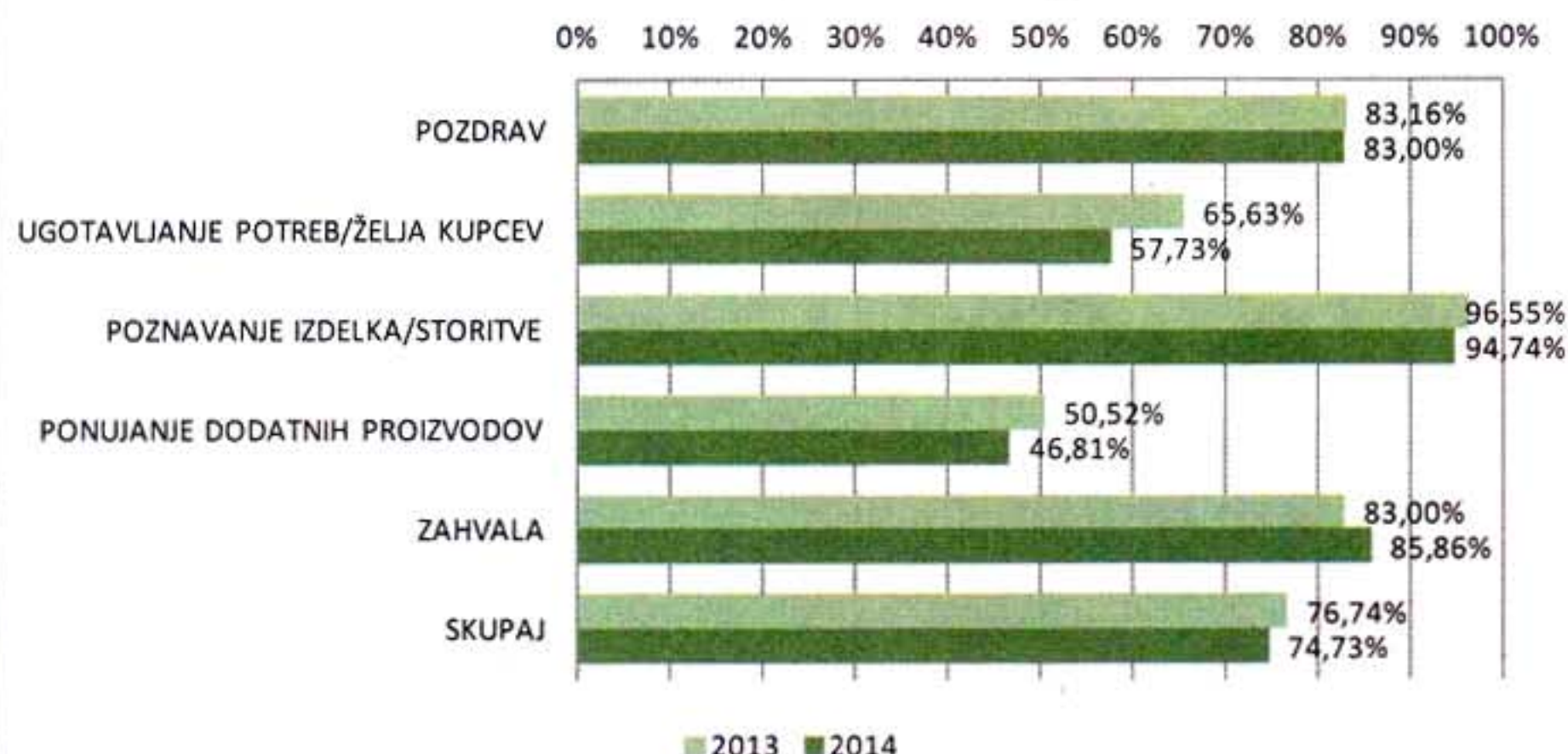
Graf 3: Primerjava rezultatov po dejavnostih 2014 z letom 2013, za celotno regijo



Graf 4: Primerjava rezultatov po dejavnostih 2014 z letom 2013, za Slovenijo



Graf 5: Primerjava rezultatov po kategorijah postrežbe 2014 z letom 2013, za Slovenijo



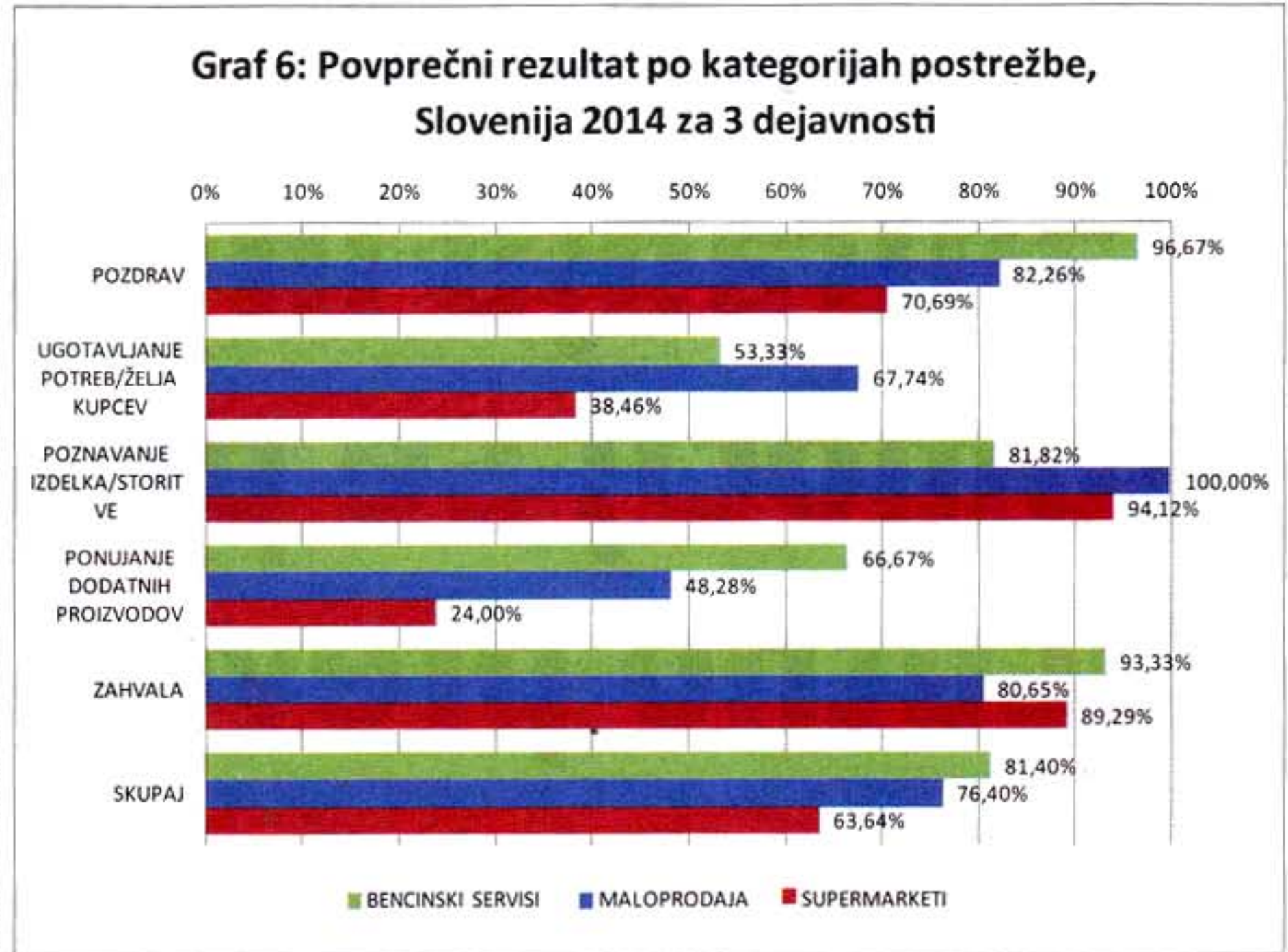
Rezultati po kategorijah postrežbe v Sloveniji

V vseh kategorijah postrežbe, razen "pozdrav" in "ugotavljanje potreb/želja kupcev" smo bili oz. so bili zaposleni Slovenije na prvem mestu. Najbolje smo bili ocenjeni v kategoriji "poznavanje izdelka/storitve" (95 %), na petem, zadnjem mestu pa je "dodatna prodaja" (47 %) (graf 5).

Tri dejavnosti (supermarketi, bencinski servisi in maloprodaja), ki so tesno povezane s prodajo izdelkov vsakodnevne potrošnje smo primerjali še med seboj glede na kategorije postrežbe. Glede na naravo posla je razlika med dejavnostmi pri posameznih kategorijah postrežbe še kako očitna in (deloma) tudi razumljiva.

Zavedati se moramo, da imamo v vseh dejavnostih še možnosti razvoja in nujnost izboljšanja glede na vse večjo konkurenčnost med ponudniki storitev.

Kakovost storitev lahko močno prispeva k izboljšanju poslovanja, ker je vir konkurenčne prednosti za stranke posameznih podjetij, sektorjev ali dejavnosti, in tako lahko vpliva na zadovoljstvo strank, ki se



nadalje odraža v zmanjšanju števila pritožb, ohranitev obstoječih in pridobivanje novih strank. Razmere so namreč na trgu danes takšne, da ni mogoče ničesar prepustiti naključju, saj nas lahko samo vrhunska kakovost storitev loči od konkurence.

Vir:

Skrivnostni nakup d.o.o.

*Pot k sejmišču 30, 1231 Ljubljana – Črnuče,
info@skrivnostninakup.si*

www.skrivnostni-nakup.com