

Najboljše nakupne izkušnje boste deležni v Mariboru, najslabše v Kopru

V petih slovenskih mestih smo preverili raven storitev, povezanih s pripravami na dopust

SABINA PETROV
sabina.petrov@finance.si

Kako se lahko počuti kupec, ki se pripravlja na dopust in zato obišče turistično agencijo, banko, trgovino s kopalkami in čevlji, lekarno in avtoservis?

To so prejšnji mesec v Ljubljani, Mariboru, Kranju, Novem mestu in Kopru z metodo skrivnostnega nakupovanja (mystery shopping) preverjali

skriti kupci družbe Skrivnostni nakup. V turistični agenciji so se zanimali za dopust za družino na Hrvaškem, v banki so kot nekomitent spraševali za možnost najema posojila v vrednosti 2.500 do tri tisoč evrov, v trgovini s kopalkami so zase kupovali kopalko, v trgovini s čevlji natikače oziroma sandale, v lekarni zdravila za dopust, v avtoservisu pa so jim na avtu opravili preventivni pregled pred dopustom.

Ocena, ki presega 80 odstot-

kov, pomeni, da so bili kupci deležni odlične oziroma zelo dobre storitve, ocena pod 50 odstotkov pomeni slabo storitev, vmes je povprečje, je razložila direktorica družbe Skrivnostni nakup Natalia Ugren.

Najboljša Maribor in Novo mesto

In kako so se v raziskavi izkazala različna mesta in različne dejavnosti?

Med mesti na splošno velikih razlik ni, nobeno ni močno

v ospredju, pravi Ugrenova. In dodaja, da najboljše nakupne izkušnje lahko pričakujemo v Mariboru, najslabše pa v Kopru. »Štajerci so najbolj vesela skupnost v Sloveniji, čeprav je kriza regijo zelo prizadela. Tudi na delavnicah za prodajalce so v primerjavi z udeleženci v drugih krajih zelo sproščeni, komunikativni, za šale ... Novo mesto je na drugem mestu, kjer so prav tako veseli Dolenjci, Kranj na tretjem - v zlati sredini.«

Ljubljana se je uvrstila na četrto mesto. »Več ljudi, več strank - prodajno osebje pa zato bolj pasivno. V Ljubljani je težko dobiti dobro prodajno osebje, so povprečni zaposleni, fluktuacija je velika,« našteva sogovornica. V Kopru, ki se je uvrstil na zadnje, peto mesto, je po njenih besedah s prodajnim osebjem še večja težava. Italija namreč ponuja možnosti za veliko bolje plačano delo, zato je težko dobiti dobrega delavca. Takoj ko

dobijo možnost dela čez mejo, gredo tja.

Turistične agencije najboljše, banke najslabše

Turistične agencije so se med šestimi različnimi ponudniki storitev in izdelkov izkazale najboljše. »Morda tudi zato, ker se stranka usede za njihovo mizo in se ji zaposleni lahko popolnoma posveti. Ne tako kot v trgovini s čevlji in kopalkami, kjer je treba poskrbeti za več strank hkrati, ali še huje v lekarni, ko kupci ča-

kajo v vrsti. A tudi v banki stranka sedi za mizo, pa so se te kot ponudnice storitev v raziskavi izkazale kot najslabše. Ko je bančnik recimo slišal, da se za posojilo zanima nekomitent, je bil do kupca še bolj zadržan, namesto da bi videl priložnost in ga povabil, da zamenja banko ter tako dobi ugodnejše pogoje za posojilo,« razmišlja sogovornica.

Dodatna prodaja strankam je bila pri vseh ponudnikih storitev in izdelkov ocenjena najslabše, pa čeprav ta pomeni naj-

večjo priložnost za takojšnje povečanje prodaje.

Izsledki raziskave kažejo tudi, da se zaposleni v poslovalnicah, ki so v središčih mest, in ne v trgovskih centrih, bolj potrudijo za stranke, so do njih prijaznejši in imajo zanje več časa. »To je lahko njihova pomembna konkurenčna prednost. Takšna podjetja naj začnejo stranke, ki cenijo kakovostnejšo postrežbo, vabiti v središča mest. Čeprav je za to treba plačati parkirnino,« sklene sogovornica.

Raziskava

■ Raziskavo o ravni storitev, povezanih s pripravami na dopust, v petih večjih slovenskih mestih je v maju za časopis Finance izvedlo pet skritih kupcev družbe Skrivnostni nakup. Vsak od njih je v svojem mestu obiskal turistično agencijo, banko, lekarno, avtoservis in trgovino s kopalkami in čevlji, skupaj 30 prodajnih mest.

