

Praktična uporaba skrivnostnega nakupa

Uporabite skrivnostne obiske in skrivnostne klice:

1. Na svojih prodajnih mestih, da ugotovite, kaj se v praksi dogaja na prodajnih mestih in katere so najšibkejše točke v prodaji, ki jih lahko takoj izboljšate. Po dobljenih rezultatih takoj ukrepajte s pogovori in akcijskimi načrti s svojimi zaposlenimi. Organizirajte izobraževanja, povezana s šibkimi točkami prodaje. Nato pa spet uporabite skrivnostni nakup (angl. mystery shopping) in preverite, ali zaposleni naučeno že izvajajo v praksi na delovnem mestu.

2. Na prodajnih mestih konkurence. Tako boste dobili konkretne informacije, kako se konkurenca

odziva na recesijo, kakšna je ponudba, kakšni so plačilni roki, kje so njihove dobre in šibke točke, ter se učite od njih.

3. Da odkrijete svoje najboljše prodajno osebje, pa tudi tisto slabše. Boljše prodajne rezultate lahko pričakujete od svojega najboljšega prodajnega osebja, ki pa ga je treba tudi motivirati in se z njim ukvarjati. Kako najboljše prodajnike najlažje odkrijete in kako ugotovite, katero znanje o prodaji posameznikom še manjka? Tako, da uporabite skrivnostni nakup, kjer boste dobili odgovore na vsa ta vprašanja.

4. Pri novozaposlenem prodajnem osebju, da

odkrijete njegovo začetno motiviranost, prijaznost, pripravljenost pomagati stranki. Ocena strokovnosti bo res nizka, saj je še začetnik, vendar se bo novozaposleni vsega, kar bo potreboval za svoje prihodnje delo, naučil le, če je dovolj motiviran.

Težki časi bodo prej ali slej minili. Naj se nas kupci spominjajo, da smo bili tudi v teh časih prijazni in strokovni ter da smo se trudili za njih. Prijazno in strokovno obnašanje nam bo prineslo večjo prodajo in dobiček med krizo, sadove truda s kupci pa bomo želi tudi, ko bo ta minila.

Natalia Ugren, direktorica podjetja Skrivnostni nakup, d. o. o.

SKRIVNOSTNI NAKUP™ MYSTERY SHOPPING

64% strank se NE vrne nazaj na prodajno mesto zaradi slabega odnosa prodajnega osebja do strank

PREVERITE, KAJ SE DOGAJA NA VAŠIH PRODAJNIH MESTIH

"Storitev skrivnostni nakup" je anonimna raziskava oziroma ocena kvalitete storitev in odnosov s kupci na prodajnih mestih. Podatkov ne pridobivamo od resničnih strank, ampak od navideznih potrošnikov - skrivnostnih kupcev. Skrivnostni kupci obiščejo, pokličejo ali na kakšen drug način vzpostavijo stik s prodajnim osebjem, pri čemer igrajo vlogo resničnega kupca po vnaprej predpisanem scenariju. Njihova naloga je zbrati določene podatke, ki jih po obisku zapišejo na ocenjevalni list.

Lahko pa raziskavo uporabite tudi:

PRED IZVEDBO SEMINARJA

Preverite šibke točke in pripravite seminar z najbolj kritičnimi šibkimi točkami, ki ste jih s to raziskavo odkrili.

PO IZVEDENEM SEMINARJU

Preverite, kaj od naučenega na seminarju, vaši zaposleni uporabljajo v praksi, v odnosu do strank.



www.skrivnostni-nakup.com

Prva in največja specializirana Mystery Shopping agencija
info@skrivnostninakup.si • GSM: 041/537-118