



RAZISKAVA MYSTERY SHOPPING – GUEST 2021 – 3. DEL

Trendi kakovosti storitev v Sloveniji

V zadnjem prispevku o skrivnostnih nakupih oziroma raziskavi GUEST 2021, ki jih je v obdobju od 15. junija do 15. julija 2021 izvedla hrvaška agencija Heraklea v sodelovanju z lokalnimi agencijami za *mystery shopping* (v Sloveniji z agencijo Skrivnostni nakup, d. o. o.), se bomo osredotočili na razvoj storitev v kategorijah postrežbe za tri dejavnosti (supermarketi, bencinski servisi, maloprodajne trgovine) v Sloveniji.

Supermarketi

Kot smo pisali že v prejšnjem članku, se kakovost storitev v Sloveniji v "Supermarketih" v primerjavi z lanskim letom zvišuje. Počasno umirjanje na trgu in optimizem, ker v tej panogi ni bilo zapiranja, se kaže tudi v rezultatih. Kljub pomanjkanju kadra in iskanju novih ljudi v tem sektorju se kažejo spremembe, ki bi na dolgi rok lahko vplivale na večje zaupanje v dejavnosti.

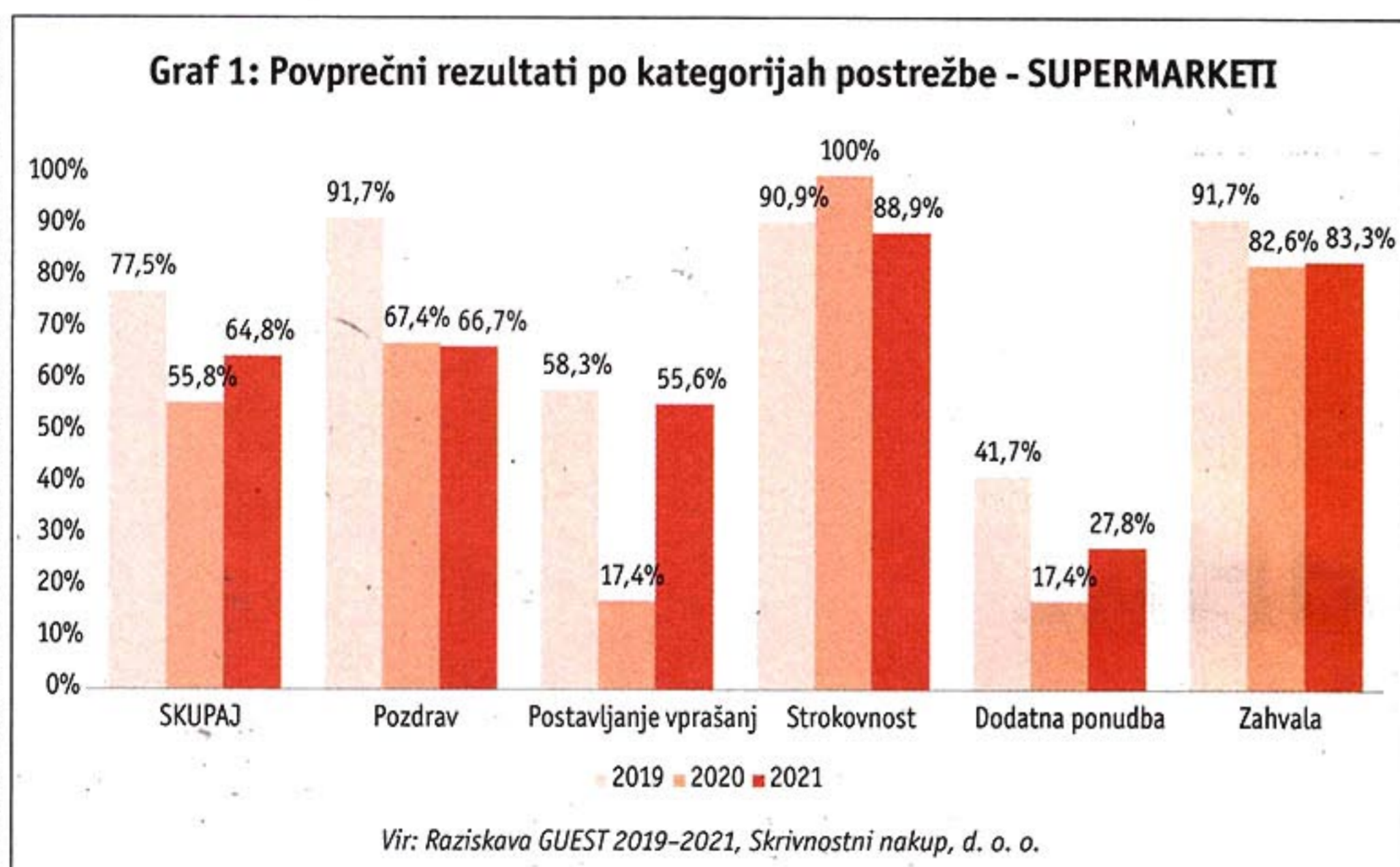
V primerjavi z lanskim letom se kaže ponovna rast v kategoriji "Postavljanje vprašanj" in malo manjša v kategoriji "Dodatna ponudba".

Bencinske črpalke

Na prodajnih mestih bencinskih črpalk skupni rezultati po letih nihajo.

Na tem področju lahko najbolj pohvalimo njihovo strokovnost, ki jo zadnji dve leti držijo na maksimalni ravni. Vidimo, da se trend produktivnega izobraževanja v njihovi panogi nadaljuje in da dajejo delodajalci temu velik pomen.

Tudi v tem segmentu so odstotki v kategoriji "Postavljanje vprašanj" nižji. Pozitivno pa je dejstvo, da je dodatna prodaja kar visoka (+1,67 %), ne glede



na to, da je nižja kot v predhodnih letih. Prodajalci zelo dobro izvajajo dodatno prodajo; tudi o prodajnih veččinah so se očitno izobraževali, trenirali in jo redno spremljali že v preteklih letih. Tudi uporaba storitve Mystery shopping, ki je njihovo stalno orodje za preverjanje kakovosti dela in izvedbe dodatne prodaje, se kaže v visokem odstotku izvajanja te aktivnosti.

Maloprodaja

Pod dejavnost maloprodaja so zajete vse trgovine, ki niso samopostrežne. To so trgovine

ne z oblačili, obutvijo, otroško opremo, tehnične trgovine, trgovine za male živali in druge trgovine, kjer se pričakuje prodajalec, ki nam bo znal tudi svetovati.

V tej dejavnosti je še največ priložnosti za izboljšave in s tem povečanje prodaje, saj so rezultati na bencinskih črpalkah boljši kot pri maloprodaji, čeprav imajo prodajalci pri slednjih več stika s kupci in s tem lažje navežejo pogovor.

Kupci oziroma obiskovalci pridejo v te trgovine z določenim namenom, ki je primaren

ponudbi te trgovine, medtem ko se velika večina kupcev za obisk na bencinskih črpalkah ustavlja izključno zaradi točnega goriva.

Po mojem mnenju tudi v tej dejavnosti premalo izobražujejo prodajalce. Ti so prevečkrat odvisni od svojih sposobnosti, namesto da bi vanje investirali in bi si podjetja tako povečala prodajo in zadovoljstvo strank. Kajti če je stranka zadovoljna s svetovanjem in svojim občutkom, da nam je bilo mar za njene želje in smo ji ustrezno svetovali,

se bo z veseljem še vrnila. Če pa ni pravega odnosa, lahko stranka pride samo po informacije, nakup pa bo opravila preko spleta.

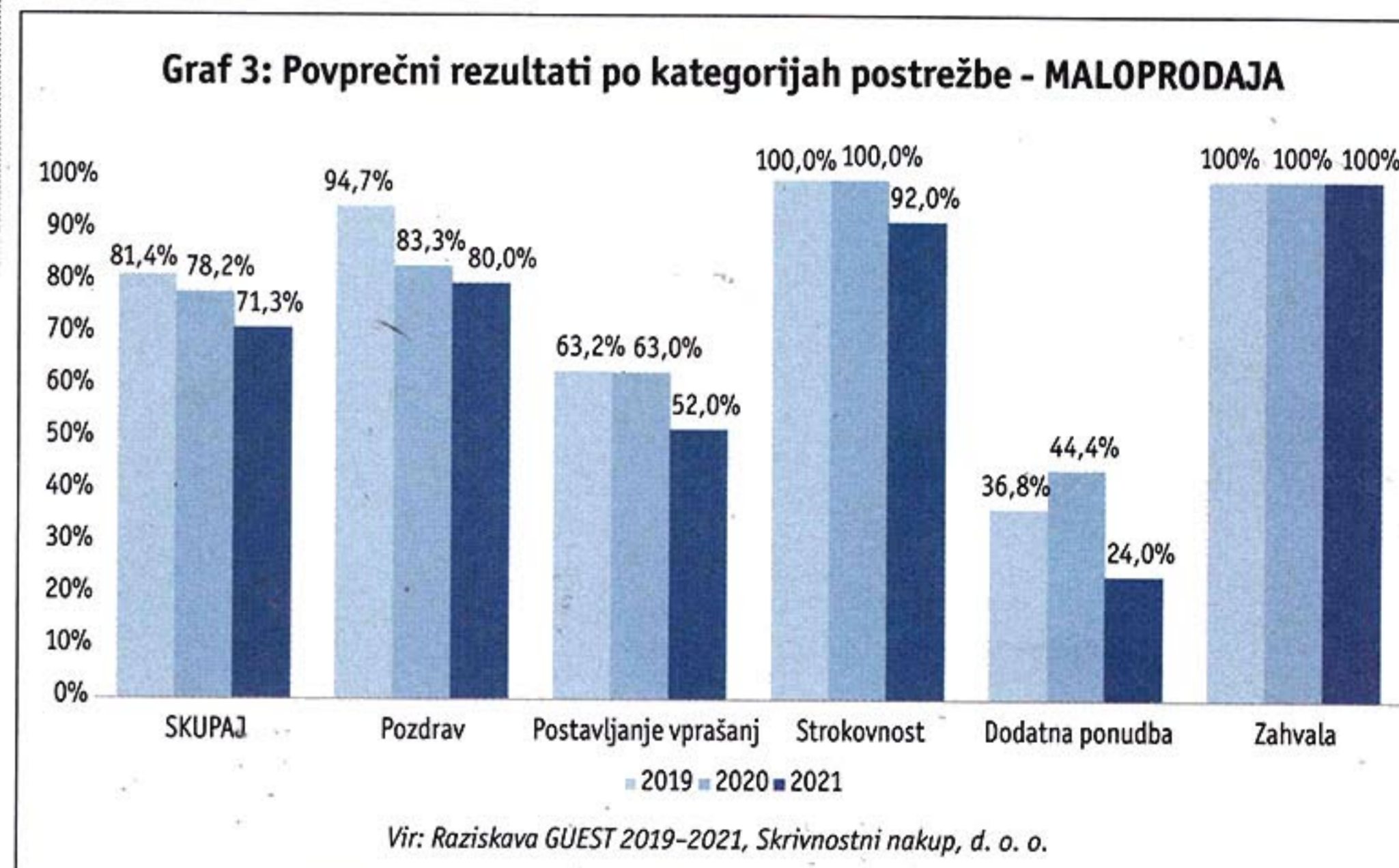
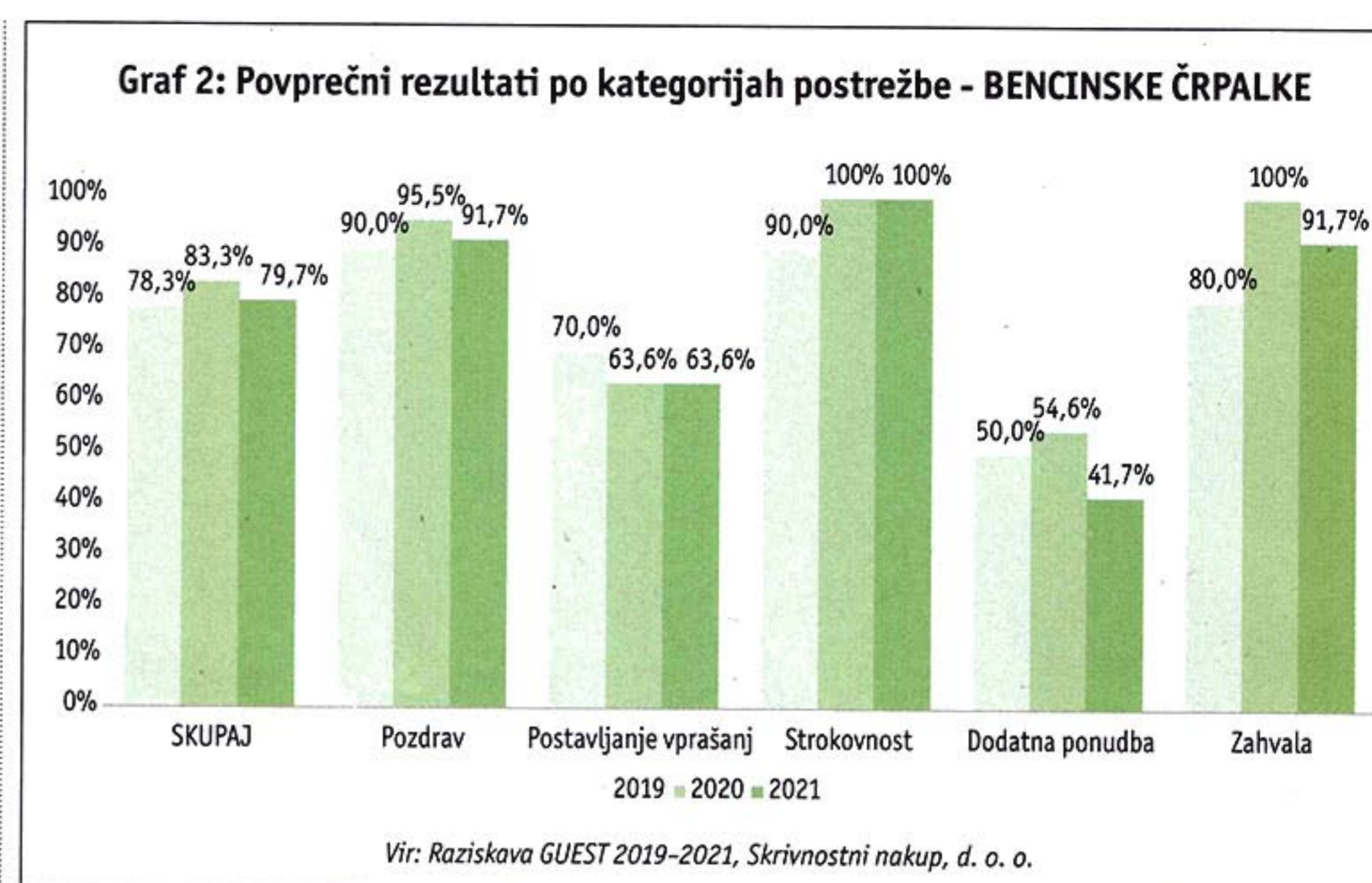
DODATEK: POMEN DODATNE/ NAVZKRIŽNE PRODAJE ZA PODJETJA

Poznate zakonitost verjetnosti nakupa za dodatno prodajo?

Dodatna prodaja je vsaka aktivnost prodajalca, ki stranki poleg izdelka in storitve, po katerem stranka sprašuje, ponudi še komplementarni izdelek ali storitev (pomeni, da se proda izdelek, ki sodi zraven, npr. kava z rogljičkom). Za vaše podjetje to posledično pomeni višjo prodajo na kupca in s tem višje prihodke brez vložka v pridobivanje novih strank.

Če stranki ponudite in svetujete glede dodatnega izdelka, je vsaj 10 % verjetnosti, da kupi še nekaj zraven. Če stranki priporočite vsaj 3 do 5 izdelkov, je ravno tako vsaj 10 % verjetnosti, da izbere še nekaj. Zakaj? Ker raziskujete potrebe stranke in jih tako lahko tudi zadovoljite. Brez posebnega napora, samo ponudite.

Z aktivnim načrtovanjem dodatne prodaje in usposabljanjem vašega osebja v stiku s strankami sta oba deleža lahko hitro 20 % in več. Zelo preprosto, ker stranka pride k vam, ker nekaj potrebuje ali želi doživeti nekaj lepega. Zato kupuje vaše izdelke oz. storitve. Večina nakupov in



kupcev dandanes ni cenovno občutljiva, imamo pa več želja, kot jih lahko zadovoljimo. Kot kupci smo vsi ne glede na razpoložljive prihodke v "lovu za doživetjem" v skladu s svojimi preferencami.

Primer:

Št. izdanih računov na dan na prodajnem mestu	600
Na vsak 5. račun se "zgodi" nakup dodatnega izdelka	
Znesek dodatnega izdelka	1,50 €
Skupni znesek dodatne prodaje / dan	180 €
Skupni znesek dodatne prodaje / mesec (30 dni)	5.400 €
Skupni znesek dodatne prodaje / leto	64.800 €

V primeru, da bi imeli 5 takih poslovalnic, to skupno pomeni 324 tisoč evrov dodatne prodaje na leto

Pomnožite to s strankami, ki vas obiščejo, pa boste že kar dobro ocenili, koliko prihodkov vam dobesedno "odkora skozi vrata". Vsi imamo izkušnje s prepričljivimi in prijaznimi prodajalci, ki skoraj vsakega prepričajo v nakup še kakšnega dodatnega izdelka, kajne? Sploh ko nam prijazen prodajalec svetuje in nam razloži, zakaj potrebujemo točno ta izdelek oz. storitev in zakaj svetuje prav tega. Zato je lahko ta delež prihodkov iz dodatne prodaje še precej višji.

Zdaj veste, zakaj so v tujini tako ustrezljivi in prijazni

z vami in se potrudijo, da se dobro počutite. Ker se zavedajo dejstva, da ste že pri njih in se zavedajo dejstva, da je za njih ceneje poskrbeti za vas kot stranko, kot se usmerjati v pridobivanje novih strank. Vi ste namreč že pri njih.

- Več koristnih nasvetov o pravilni postrežbi stranke in izvajanju dodatne prodaje lahko najdete tudi na naši spletni strani: <https://www.skrivnostni-nakup.com/nasveti/>
- Več o profesionalni izvedbi storitve Mystery Shopping na: www.skrivnostni-nakup.com
- Več o izobraževanju in motiviranju zaposlenih na: www.ugren.com in www.poisci-zvezde.si