

# Vlagateljem nasmeh ni namenjen

## Donald Trump bi slovenske vlagateljske stratege odpustil v treh sekundah

Natalia Ugren

trgovina@finance.si



**Svetovalci so bili najbolj ocenjeni glede oblačil, osebne urejenosti, pozdrava strank in komunikacije s sodelavci, najslabše pa glede dodatne prodaje. Nasmeh je prav tako na repu, saj so dosegli komaj 29,63 odstotka.**

Skrivnostni nakup (mystery shopping) smo opravili z osebnim obiskom treh bank: Hypo Alpe-Adrie Bank, Poštne banke Slovenije in Sparkasse; treh borznih hiš: KD BPD, Medvešek Pušnika BPH in Publikuma ter treh zavarovalniških hiš: Adriatic Slovenice, zavarovalnice Generali in zavarovalnice Merkur. Preverjali smo prijaznost, strokovnost in urejenost svetovalcev ter se zanimali za pogoje vlaganja dobrih štirih evrskih tisočakov.

### Najbolje je šlo borznim posrednikom

Ocenjevali smo 17 glavnih postavk v prodajnem procesu od trenutka, ko stranka vstopi, do njenega odhoda iz poslovalnice. Povprečje vseh 17 ocenjenih postavk za vseh devet preverjenih podjetij je 69,91 odstotka. Najbolje so se izkazale borznoposredniške hiše s povprečjem 71,53 odstotka, na drugem mestu so bile zavarovalniške hiše s povprečjem 70,83 odstotka, najslabše pa je šlo bankam; njihovo povprečje je bilo 67,36 odstotka.

### Pomanjkanje dodatne ponudbe

Kot optimisti lahko rečemo, da so najšibkejške točke rezerve, ki jih moramo še razviti in izboljšati. Po našem mnenju jih je še veliko. Predvsem bi poudarili (ne)izvedbo dodatne prodaje, ki je bila ponujena samo v dveh primerih, in sicer enkrat v zavarovalniški hiši in enkrat v banki. Prav z dodatno prodajo, ko stranki predstavijo še produkte oziroma storitve, imajo možnost povečati prodajo, hkrati pa pomagajo stranki, da teh produktov oziroma storitev ne išče drugje in s tem, izgublja svojega dragocenega časa. Marsikatera stranka bi se odločila za dodatne produkte oziroma storitve, če bi vedela, da jih lahko dobi. Ker pa imajo

## F OCENJUJEMO

### Plusi in minusi

Najmočnejše točke svetovalcev so:

- ▶ oblačila svetovalcev (100 odstotkov);
  - ▶ osebna urejenost (100 odstotkov);
  - ▶ pozdrav svetovalca (100 odstotkov);
  - ▶ komunikacija med sodelavci v pričo stranke (100 odstotkov).
- ▶ Dobro so bili ocenjeni tudi pri tem, kako so se ukvarjali s stranko (96,3 odstotka), pri slovesu od stranke (92,59 odstotka) in predstavitvi svojega strokovnega znanja (85,19 odstotka).

Najšibkejške točke svetovalcev so:

- ▶ postavljanje podvprašanj pred predstavitvijo (40,74 odstotka);
- ▶ tablice z imenom na vidnem mestu (33,33 odstotka);
- ▶ nasmeh svetovalca (29,63 odstotka);
- ▶ opravljanje dodatne prodaje (14,81 odstotka).

dostikrat svetovalci slab občutek, da so do stranke vsiljivi, če ji dodatno kaj ponudijo, dodatne prodaje ne opravljajo.

### Prijaznosti ni vaje nihče

Glede nasmeha, ki je pristal na predzadnjem mestu, še tole: nasmeh nič ne stane, veliko pa pomeni v medsebojnem sporazumevanju, še posebno lahko z nasmehom izboljšamo prvi vtis pri stranki. Če se stranki nasmehnemo, ji s tem sporočamo, da smo je veseli (Ali smo je veseli, ker vemo, da je ona razlog, da podjetje sploh obstaja, s tem pa tudi naša delovna mesta?). Če se začnemo zavedati, da je stranka »naš kruh«, bi se je morali resnično razveseliti, ne pa, da se ji nasmehnemo zato, ker nam je nadrejeni tako naročil. Kako se vi počutite, če se vam prodajno osebje, natakar, serviser ... nasmehne? Kot uslužbenci bi se morali za stranko potruditi tako, kot želimo, da bi se drugi zaposleni vedli do nas, ko smo mi stranke. ●

## F INFO

- ▶ Natalia Ugren je lastnica in direktorica podjetja Skrivnostni nakup.