

Raziskava Mystery Shopping - GUEST 2024

Kdo izvaja (ponuja) najboljšo kakovost storitev v regiji?



📁 GOSPODARSTVO, 🕒 ČETRTEK, 26. SEPTEMBER 2024 🗨️ KAMIEN KOMUNIKACIJE

26. 9. 2024 - V obdobju od 01. do 30. junija 2024 je hrvaška agencija za skrivnostni nakup Heraklea v sodelovanju z lokalnimi Mystery Shopping agencijami (v Sloveniji z agencijo Skrivnostni nakup d.o.o.) izvedla že šestnajsto regijsko raziskavo Mystery Shopping. Tudi tokrat so se merili osnovni elementi kakovosti storitev, s ciljem poiskati najboljše izvajalce teh storitev v celotni regiji.

V raziskavo je bilo tudi tokrat, poleg Slovenije, vključenih še pet držav v regiji in sicer Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Črna Gora, Srbija in Makedonija. Raziskava je tudi tokrat potekala v več kot 800 različnih poslovalnicah, ki so jih obiskali skrivnostni kupci pooblaščenih agencij. Med ocenjevanimi so bili avto-saloni, finančne ustanove, bencinski servisi, različni ponudniki storitvenih dejavnosti, različne trgovine in turistični ter gostinski lokali. V raziskavi se je merilo pet osnovnih elementov dobre in kakovostne storitve, ki so: pozdrav, ugotavljanje potreb/želja kupca, predstavitev izdelka/storitve, ponudba dodatnih izdelkov/storitev, zahvala za obisk, kar je tudi akronim angleške besede GUEST (gost) za Greet, Understand, Explain, Suggest, Thank. V letošnjem letu je bila Slovenija ponovno na tretjem mestu (78,80 %). V primerjavi z lanskim letom se je storitev izboljšala za 0,20 odstotne točke.

Na prvem mestu je tudi letos Bosna in Hercegovina z 89,53% in je v primerjavi z lanskim letom izboljšala rezultat za 5,55 odstotne točke. Na drugem mestu se je tudi letos obdržala Makedonija z 79,73 % in je v primerjavi z lanskim letom izboljšala rezultat z 1,10 odstotne točke in ponovno prehitela Slovenijo. Na

četrtem mestu je bila Črna gora s 76,00 %, ki je v primerjavi z lanskim letom izboljšala rezultat za 2,67 odstotne točke. Z 69,50 % je na petem mestu Hrvaška, ki je bila v primerjavi z lanskim letom za 0,18 odstotne točke slabša. Na zadnjem mestu je tudi letos Srbija s 66,67 %, in je v primerjavi z lanskim letom rezultat izboljšala za 0,36 odstotne točke. Pod letošnjim povprečjem, ki je 76,71 % so se tudi letos znašle tri države.

REZULTATI PO KATEGORIJAH POSTREŽBE – Slovenija

V letošnjem letu v regiji zaposleni iz Slovenije izstopamo v kategoriji slovo (94,00%). V primerjavi z lanskim letom, imamo nižja rezultata le v dveh kategorijah, in sicer pri pozdravu, kjer smo slabši za 8,47 odstotne točke in postavljanju vprašanj, kjer je bil zaznan padec za 2,00 odstotni točki. Največja rast je bila opazna v kategoriji zahvala in sicer za 8,00 odstotnih točk, pri dodatni prodaji za 6,00 odstotnih točk ter kategoriji strokovnost, za 4,69 odstotne točke.

POVPREČNI REZULTATI PO DEJAVNOSTIH – Slovenija

Uspešni smo bili v Storitvenih dejavnostih in sicer z 91,67 % ter Avtosalonih z 88,10%. Tretji najuspešnejši dejavnosti v letošnjem letu sta Gostinstvo in turizem ter Bencinske črpalke z 83,33 %. Pod letošnjim povprečjem (78,82 %) so se znašli Banke/Finančne ustanove (79,17 %), Maloprodaja (68,72 %) in Supermarketi (57,42 %).

DODATNA PRODAJA PO DEJAVNOSTIH – Slovenija

V primerjavi z lanskim letom se je dodatna prodaja povečala za 6,00 odstotnih točk. Največjo rast je bilo opaziti v storitveni dejavnosti za 25,00 odstotnih točk ter bencinskih črpalok za 21,97 odstotnih točk. Pri drugih dejavnostih je bilo opaziti znižanje dodatne prodaje. Največji padec je bil opazen v Bankah/Finančnih ustanovah in sicer za 13,33 odstotne točke, pri Avtosalonih (7,14 odstotne točke) in Maloprodaji za 7,01 odstotne točke. Manjši padec dodatne prodaje z 1,25 odstotne točke je bil viden pri Supermarketih in 1,15 odstotne točke pri Gostinstvu in turizem.

ZAKLJUČEK: Kupci imajo danes zelo visoka pričakovanja in priznajmo si, ni jih vedno lahko izpolniti. Nakupi že dolgo niso več samo transakcija in opravek, niti pri nujnih vsakdanjih zadevah in manjših nakupih. Predvsem so doživetje. Visok nivo gostoljubnosti in dobra postrežba se samoumevno pričakuje. Odlična nakupna izkušnja (CX) se načrtuje, se uvaja in predvsem spremlja z različnimi kazalniki zadovoljstva strank. Le-ta postaja tudi ena glavnih konkurenčnih prednosti podjetij. Iz vidika skrivnostnih nakupov, ki pomembno merijo in izboljšujejo nivo odličnosti nakupne izkušnje, so pomembni predvsem kakovost osebnega stika in pristopa – gostoljubna postrežba, ter dodatna prodaja in način kako je izvedena.

Dodatne informacije (grafi in preglednice) najdete v priponki. Več koristnih nasvetov o pomenu in izvajanju odlične nakupne izkušnje ter nevsiljive dodatne prodaje (metode za takojšnje povečanje prodaje) lahko najdete med našimi nasveti, na spletni strani: <https://www.skrivnostni-nakup.com/nasveti/>

Pripravili: Natalia Ugren, direktorica in Polonca Renko, vodja zaledne pisarne

Več informacij: <https://www.skrivnostni-nakup.com/>

Foto: M-net Telekommunikations GmbH