

Регионална услуга 2012



G-reet

U-nderstand

E-xplain

S-uggest

T-hank

Зошто GUEST?



- **GUEST – 5 основни елементи на добра услуга**
 - Поздрав при доаѓање и заминување
 - Утврдување на желбите и потребите на купувачите
 - Познавање на производите
 - Нудење дополнителни производи
 - Заблагодарување за посетата
- **Македонија во споредба со регионот**
- **Четврти бран истражување**

Методологија

- 23. април – 12. мај 2012г.
- 800 посети на тајните купувачи
- 6 земји
- 5 прашања/категории/основни елементи

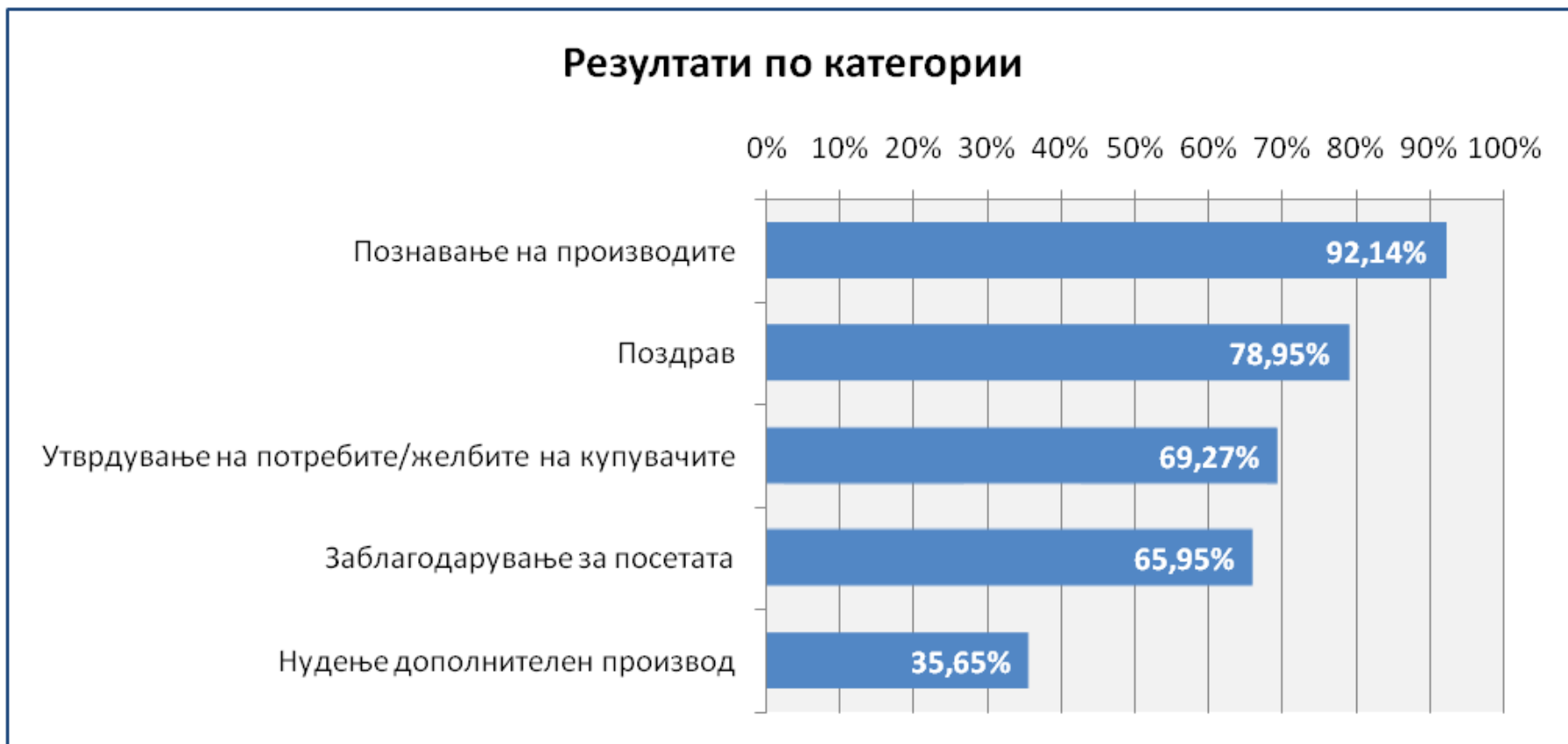
Земји	Посети
Србија	250
Хрватска	150
Босна и Херцеговина	150
Словенија	100
Македонија	100
Црна Гора	50
Вкупно	800

Вкупни резултати по држави



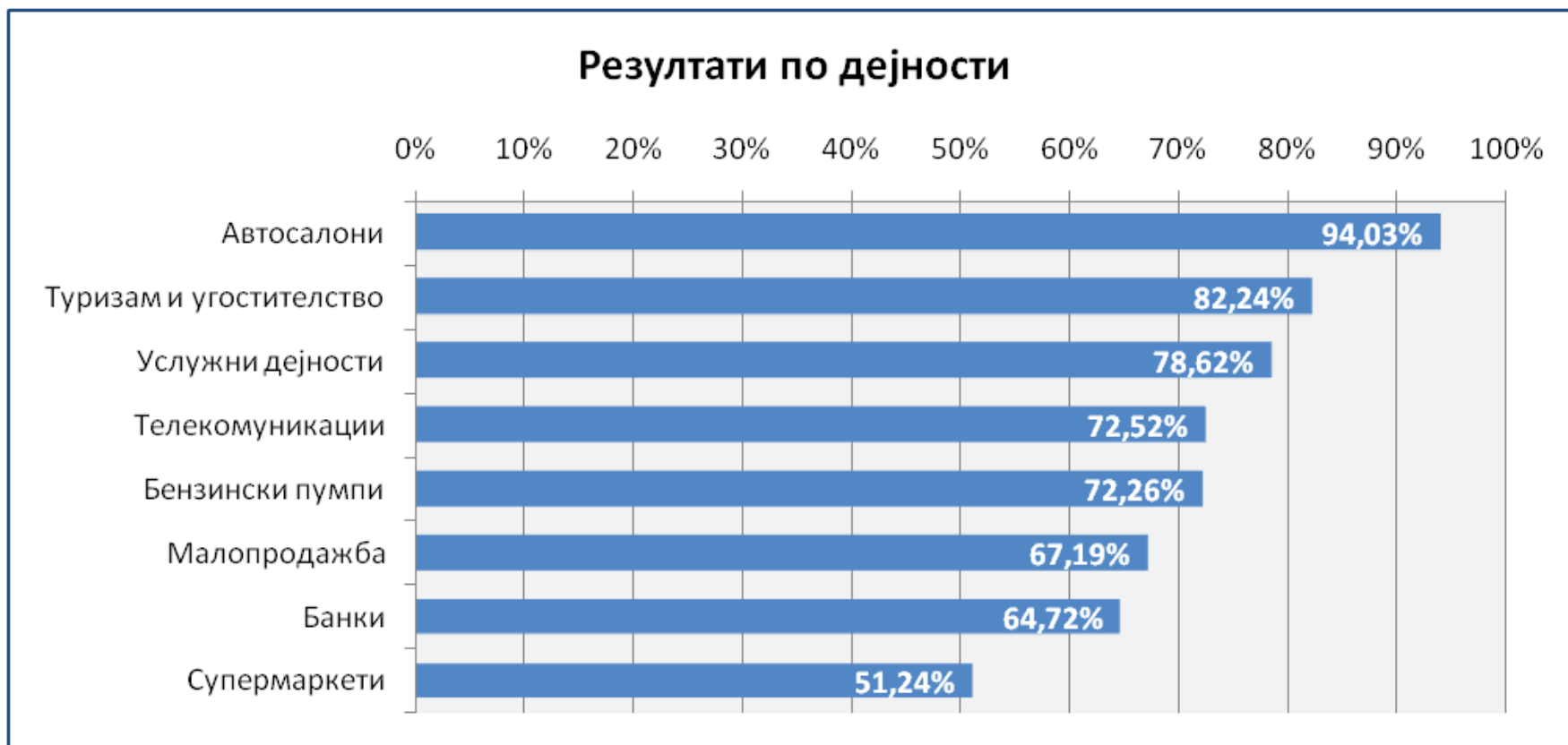
- Хрватска оваа година постигна најдобри резултати, а Црна Гора најлоши
- Македонија е на четвртото место

Резултати по категории



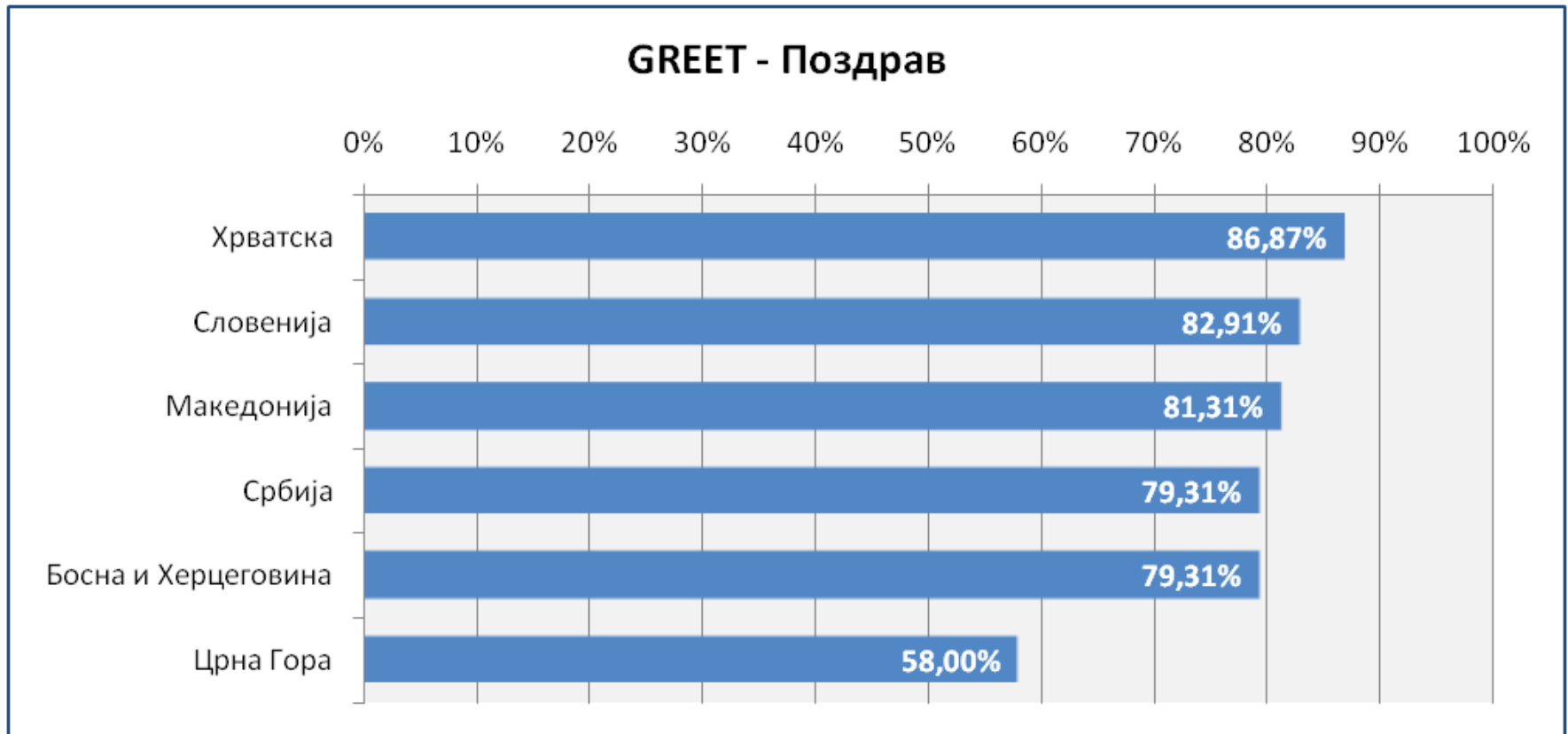
- **Познавање на производите – најдобра категорија**
- **Нудење дополнителен производ – најслаба категорија**

Резултати по дејности



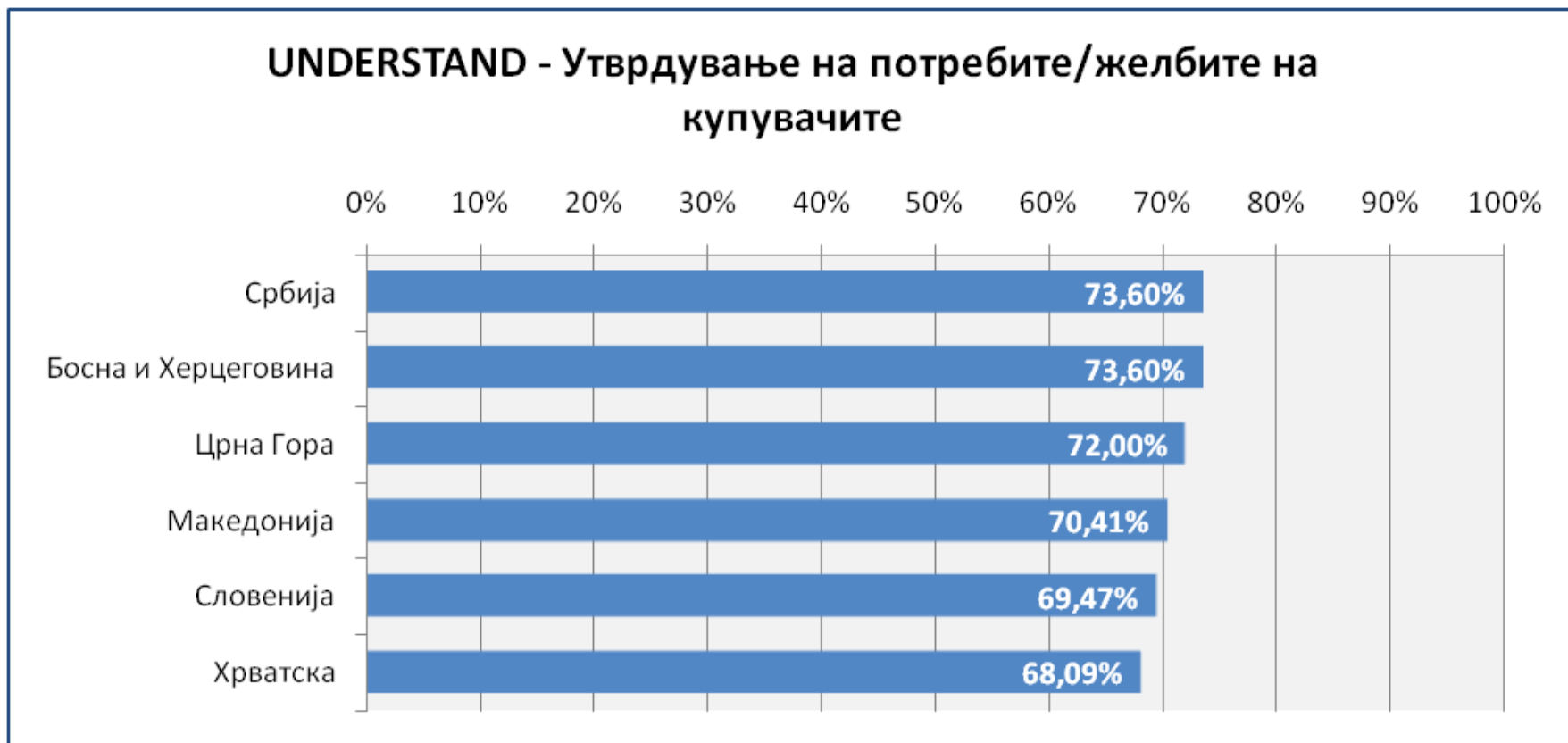
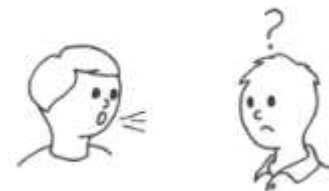
- Најдобри резултати во автосалоните
- Супермаркетите – и понатаму најмногу области за унапредување

GREET - Поздрав



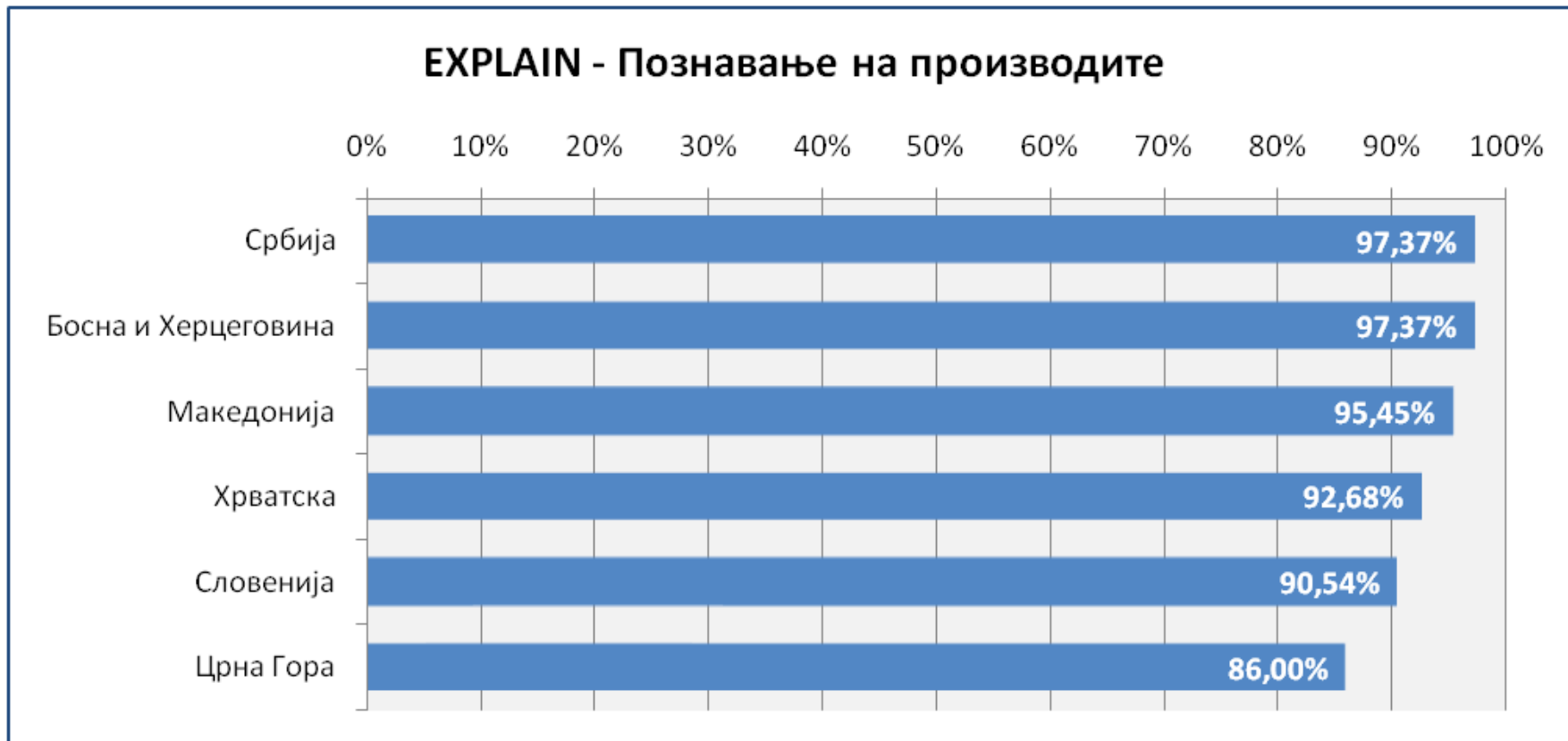
- Во 2012 година, вработените во Хрватска најмногу поздравуваа, а вработените во Црна Гора најмалку

UNDERSTAND - Утврдување на потребите/желбите на купувачите



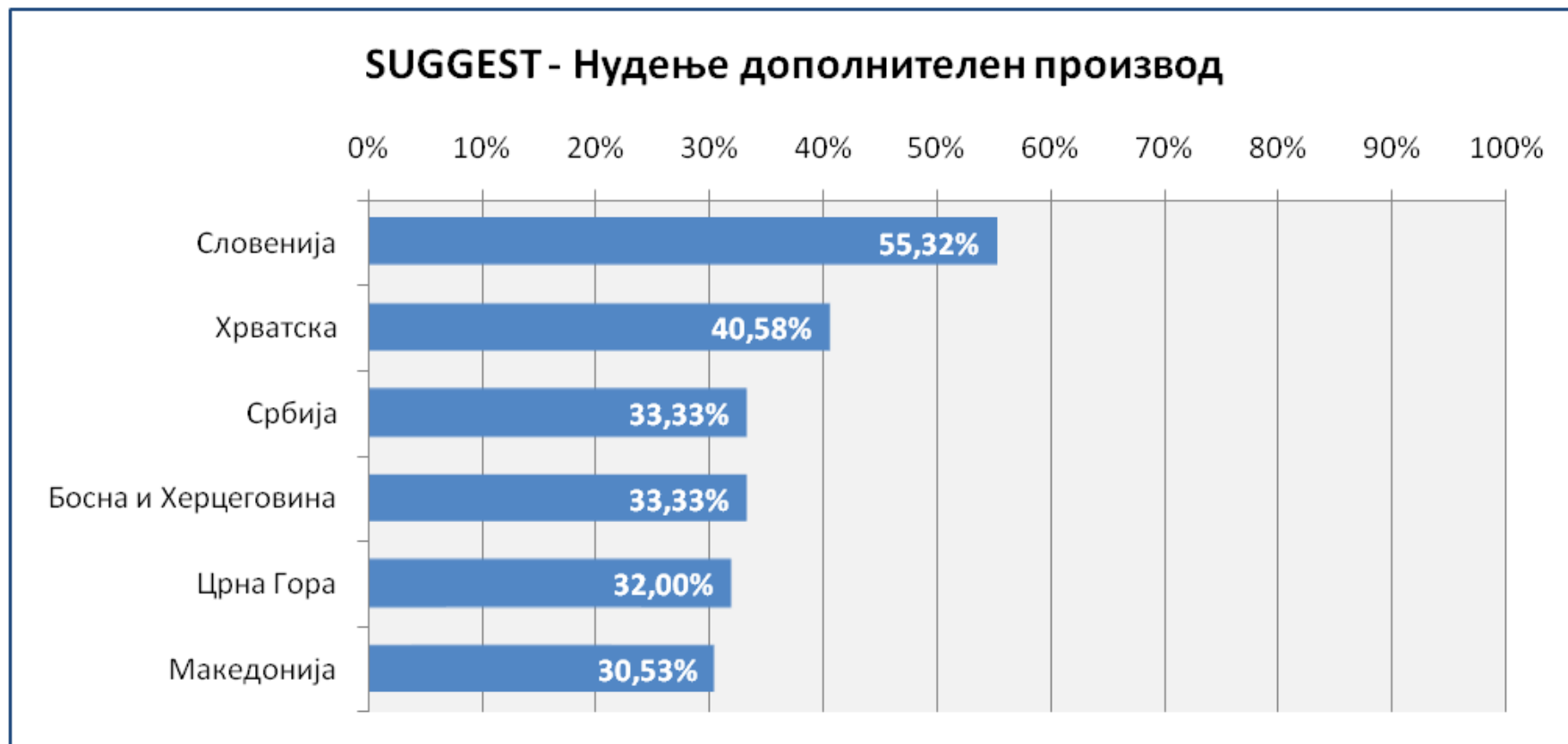
- Во 2012, година вработените во Србија најмногу се потрудиле да ги утврдат потребите и желбите на купувачите, а вработените во Хрватска најмалку

EXPLAIN - Познавање на производите



- Во 2012 година, вработените во Србија најдобро ги познавале производите, а вработените во Црна Гора најслабо

SUGGEST - Нудење дополнителен производ



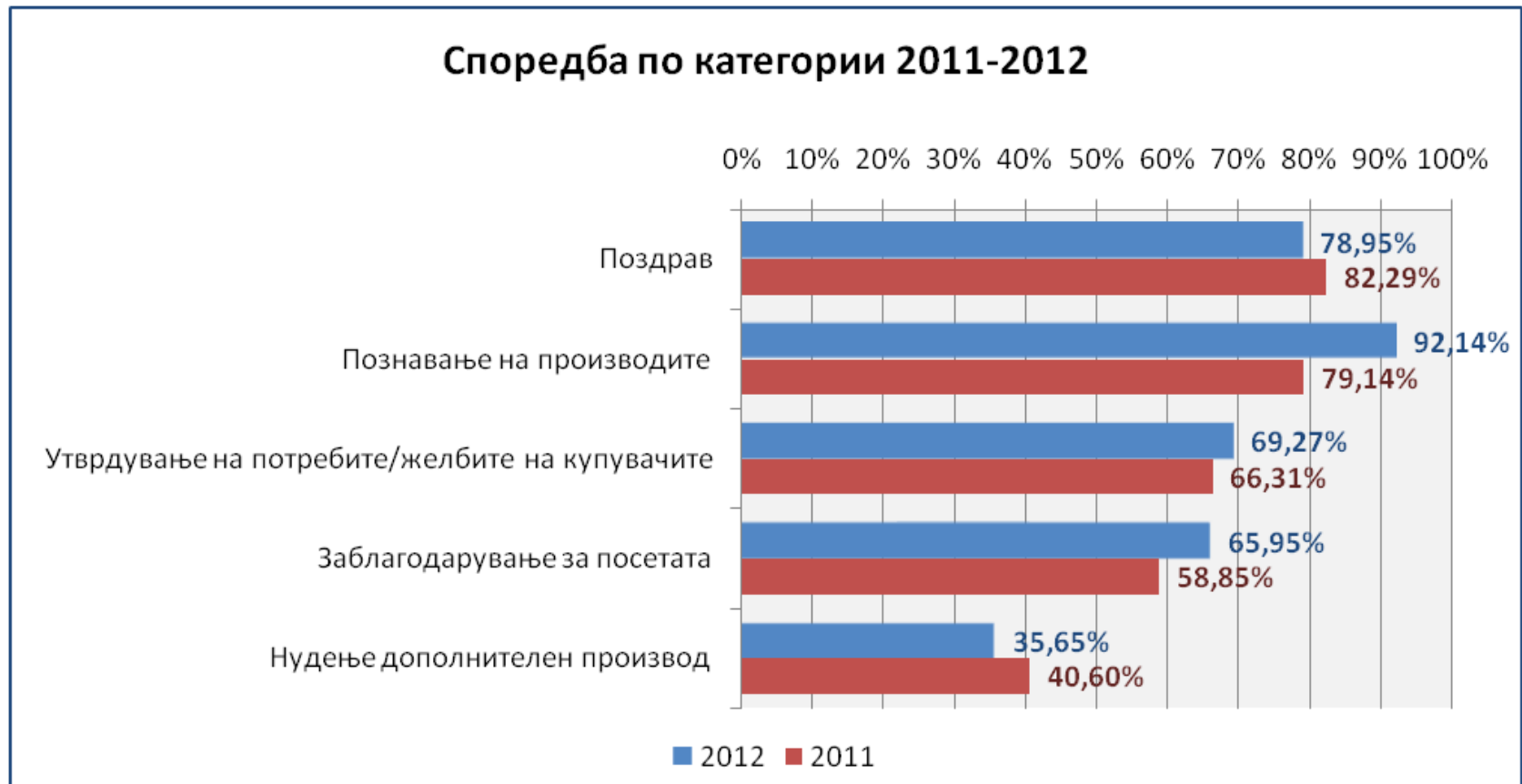
- Во 2012 година, вработените во Словенија најмногу нуделе дополнителен производ, а вработените во Македонија најмалку

THANK - Заблагодарување за посетата



- Во 2012 година, вработените во Хрватска најмногу се заблагодарувале на купувачите, а вработените во Македонија најмалку

Споредба по категории 2011-2012



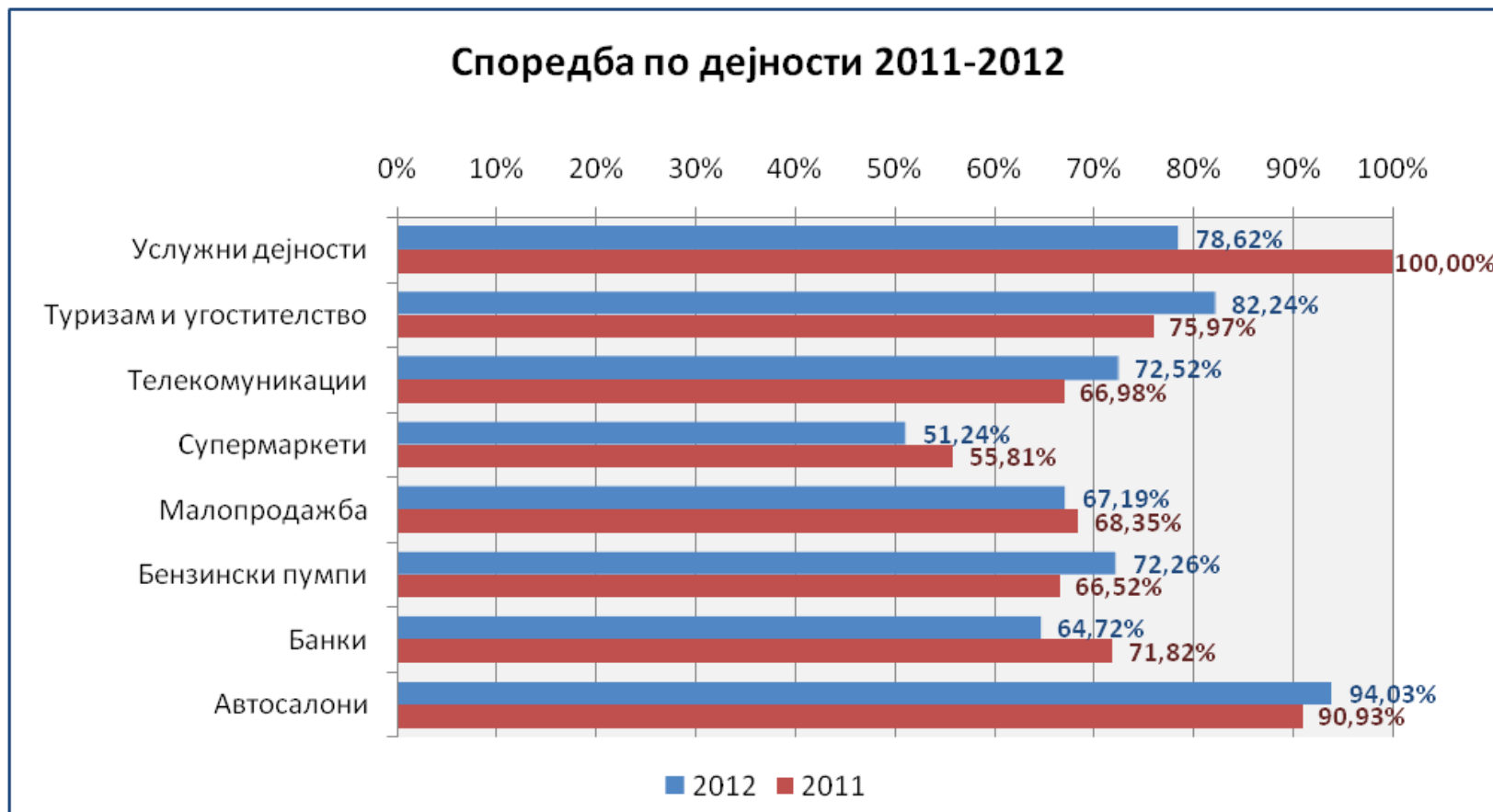
- **Унапредување:**

- Познавање на производите
- Утврдување на потребите
- Заблагодарување

- **Влошување:**

- Поздрав
- Нудење дополнителен производ

Споредба по дејности 2011-2012



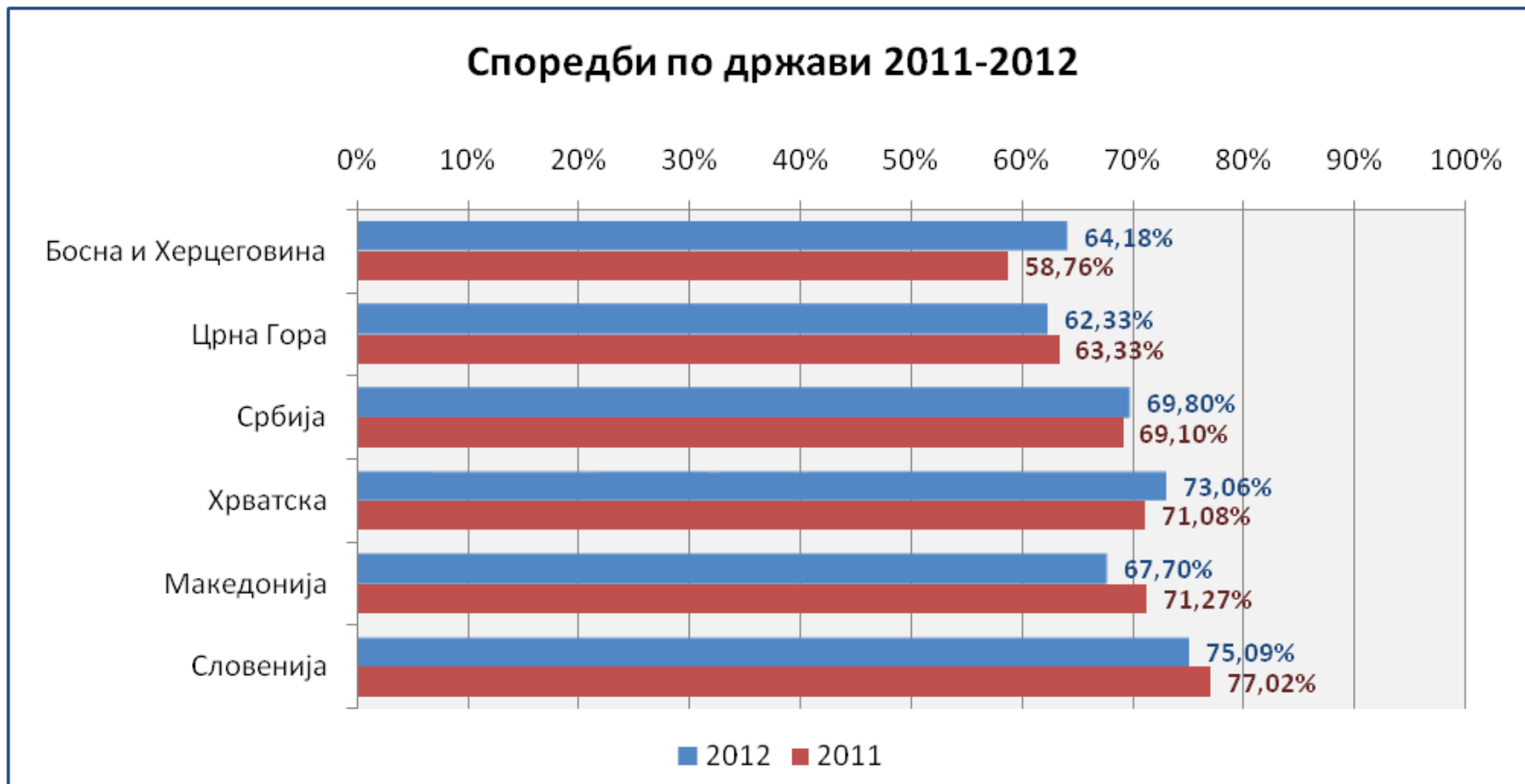
- **Унапредување:**

- Туризам и угостителство
- Телекомуникации
- Бензински пумпи
- Автосалони

- **Влошување:**

- Услужни дејности
- Супермаркети
- Малопродажба
- Банки

Споредби по држави 2011-2012



- **Подобри:**

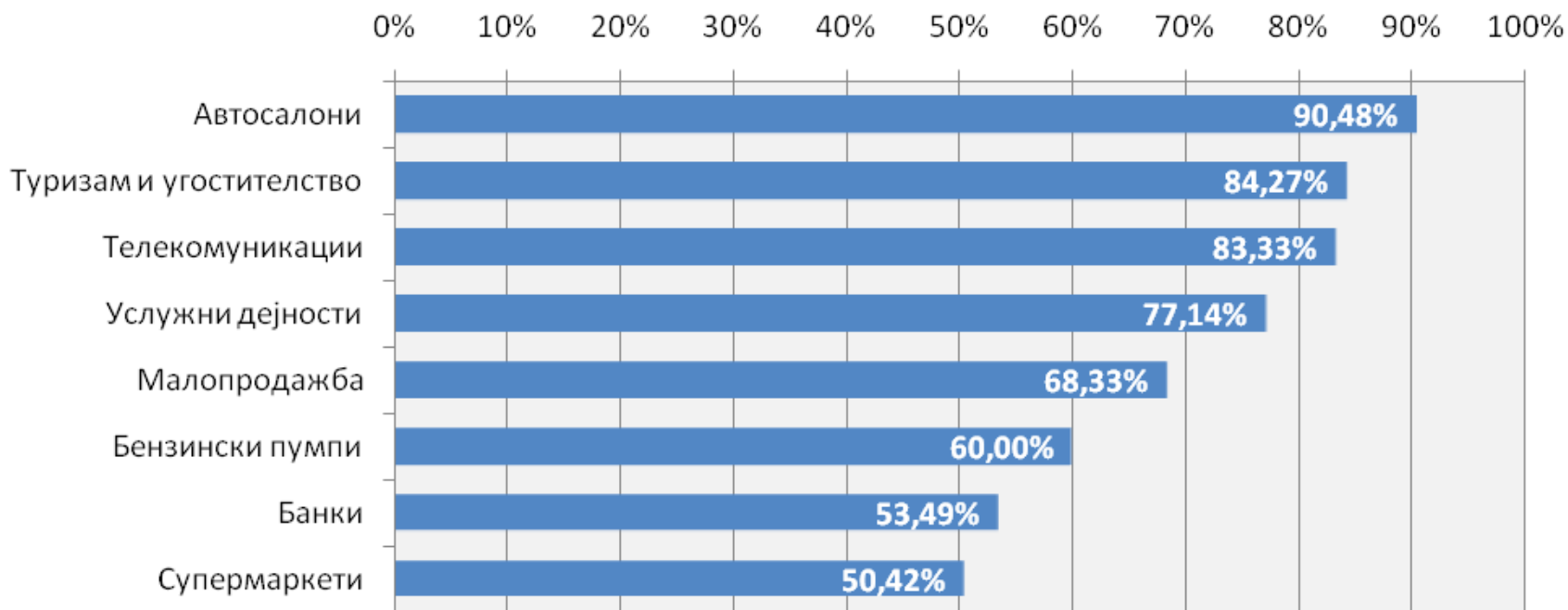
- Босна и Херцеговина
- Србија
- Хрватска

- **Полоши:**

- Црна Гора
- Македонија
- Словенија

Македонија?

Македонија - дејности



- Најдобри се автосалоните, а најлоши супермаркетите
- Остварен пад во однос на 2011 година за 3,57пп, односно од 71,27% на 67,70%

Заклучок

- Хрватска – најдобра услуга во регионот
- Црна Гора – има најмногу работа

- Автосалоните – најдобар квалитет на услуга
- Супермаркетите – најмногу области за унапредување

- Познавање на производитите – најдобра категорија
- Дополнителна продажба – најслаба категорија

„Квалитетот никогаш не е случаен;
тој е резултат на поставување високи цели, искрено
настојување, паметно насочување и вешто
спроведување;
тоа значи мудар избор помеѓу многу можности“

William A. Foster