

Избор на: „Најдобар трговски објект - 2015“

24.12.2015

Методологија

- Истражувањето беше спроведено во периодот од 01.11 – 30.11.2015 година.
- Традиционално се одржува 9-та година.
- Беа спроведени 900 проценки во трговски објекти од 7 индустрии, а секој избран трговски објект беше испитан со 3 mystery shopping посети.
- Изборот на трговски објекти беше направен од страна на координативното тело на проектот.
- Најдобрите трговски објекти се избираат по пат на т.н. mystery shopping, односно преку директна посета од страна на независни и објективни тајни купувачи кои го истражуваат и оценуваат квалитетот на услугата според однапред утврдени критериуми.
- Тајните купувачи се обични граѓани на различни возрасти со кои SWOT Research има редовна соработка и кои се обучени според светските стандарди на MSPA.
- Целта на овој проект е да се разбуди свеста кај трговците и кај граѓаните за важноста на квалитетот на услугата кон клиентите во трговската дејност, како и да се подигне општото ниво на квалитет во трговските објекти на територијата на Градот.

Испитувани дејности

1. Апарати за домаќинство, бела техника и сè за дома
2. Модни додатоци и накит
3. Компјутерска, аудио - видео и телекомуникациска опрема
4. Парфимерии и козметика
5. Салони за мебел
6. Супермаркети
7. Бутици

Испитувани стандарди

- **Изглед на продажното место**
 - (ознаки, хигиена, уредност, изложеност на производи)
- **Прв контакт**
 - (поздравување, изглед на вработен и контакт со очи)
- **Услуга кон купувачите**
 - (љубезност, насмевка, волја да се излезе во пресрет и професионалност на вработен)
- **Продажни вештини**
 - (поставување прашања, претставување и познавање на производите, нудење на дополнителни производи, проактивност)
- **Завршен контакт**
 - (заблагодарување и поздравување на заминување)
- **Задоволство од купувачкото искуство на тајните купувачи**
 - (субјективно мислење за повторна посета и препорака)

Мерило за квалитет

Според мерилото за квалитет дефинирано на светско ниво, одредени се следните категории на ниво на квалитет на услуга:

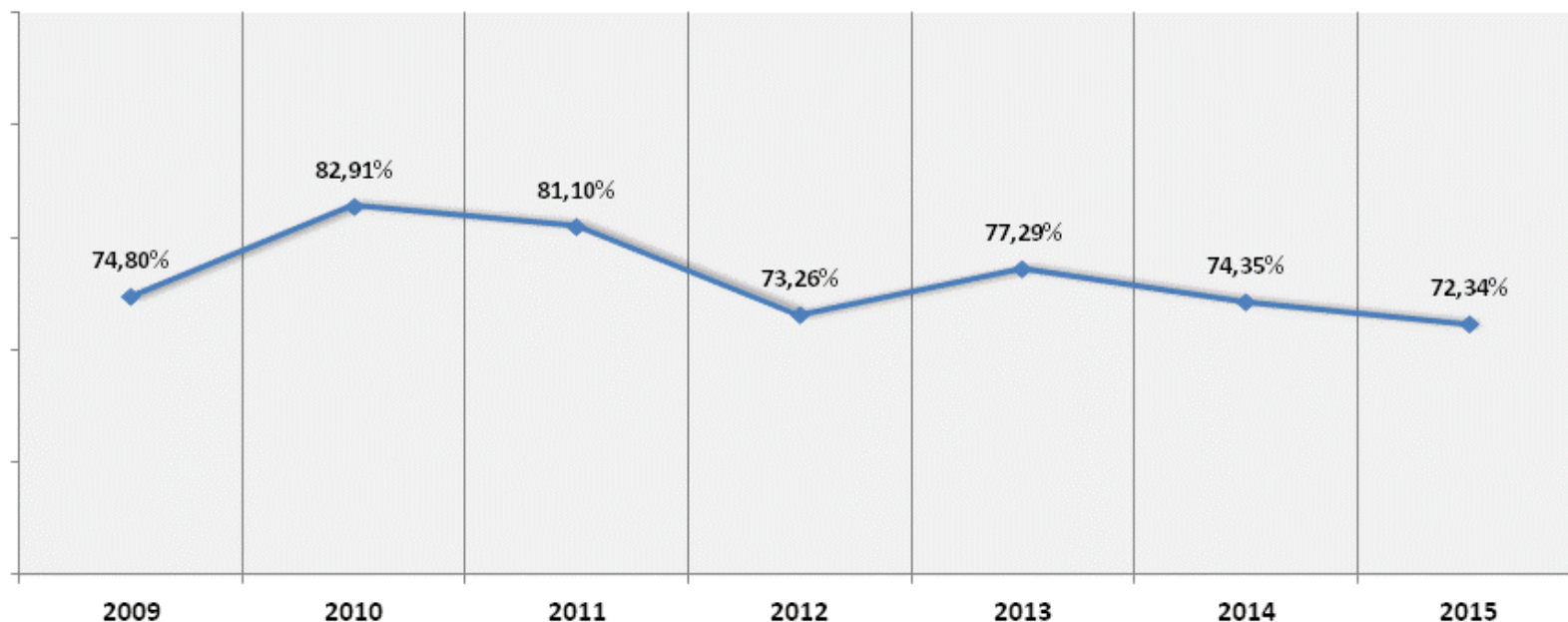
- **90,01% - 100% - Високи резултати**
 - Потребно е стандардите да се одржуваат на ова ниво.
- **50,01% - 90% - Задоволителни резултати**
 - Потребно е да се инвестира дополнителни средства и време за подигнување на нивото на квалитет.
- **0% - 50% - Ниски резултати**
 - Веднаш се потребни корективни акции.



РЕЗУЛТАТИ

Вкупни резултати по години

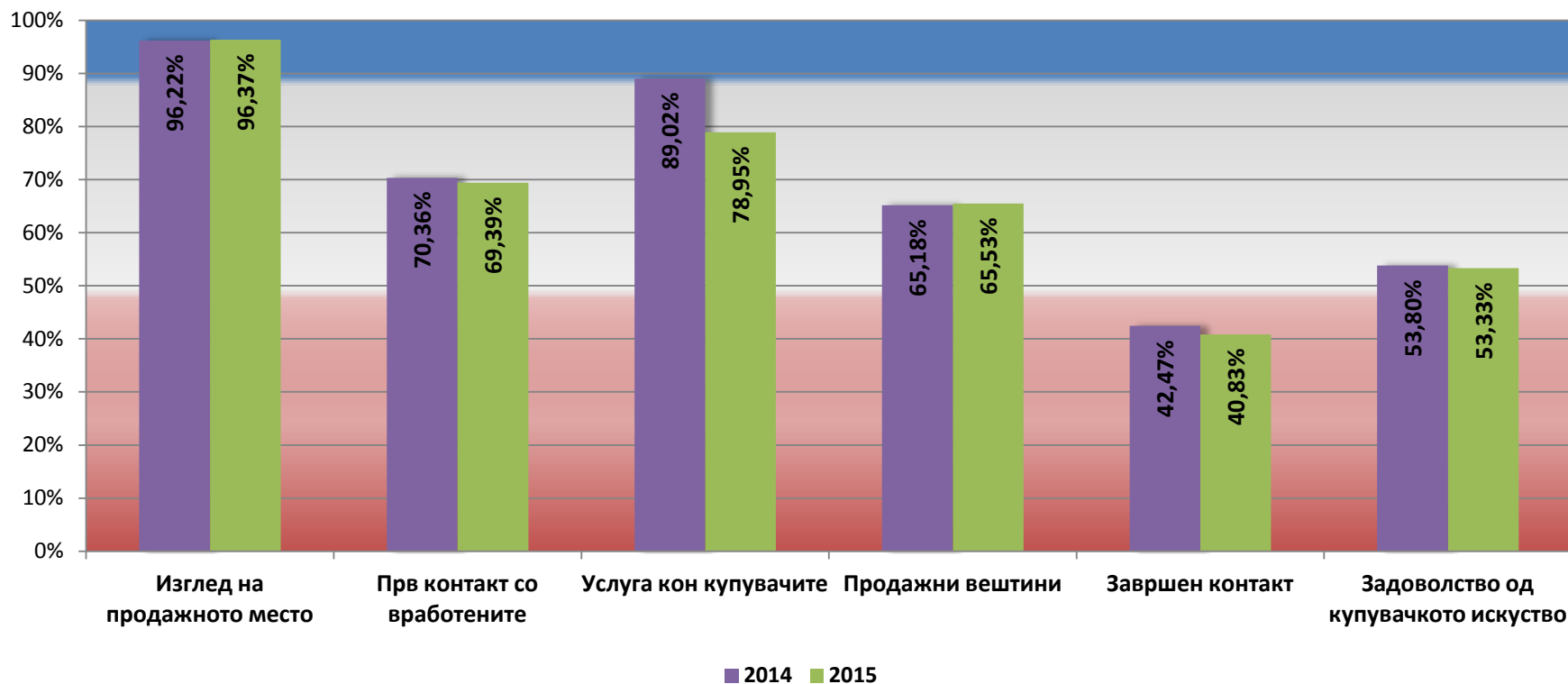
Споредба на вкупни резултати по години



- Вкупниот резултат во 2015 година изнесува 72,34%, што претставува среден резултат.
- Вкупниот резултат во 2015 година е намален за 2 процентни поени во споредба со 2014 година.

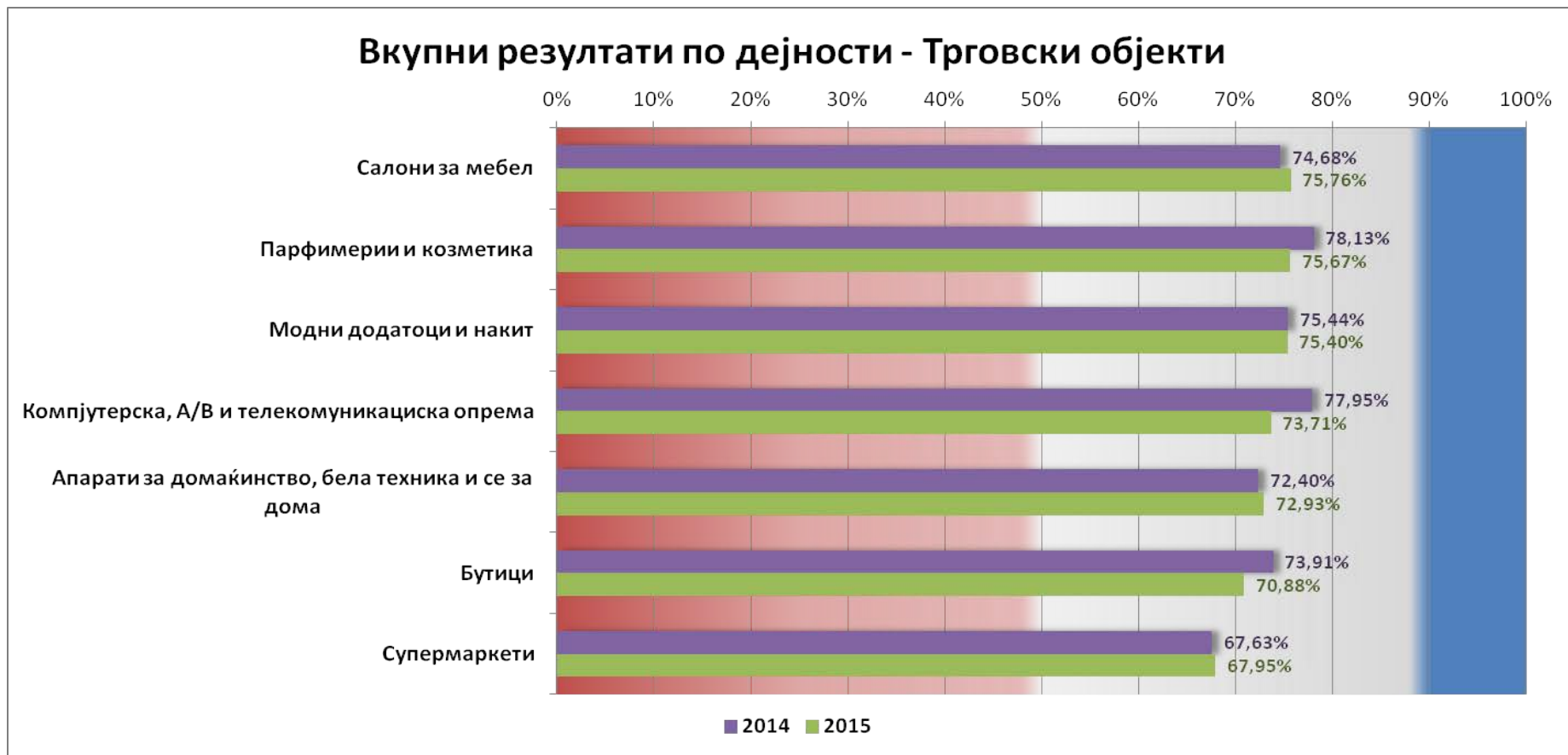
Вкупни резултати по категории

Вкупни резултати по категории - Трговски објекти



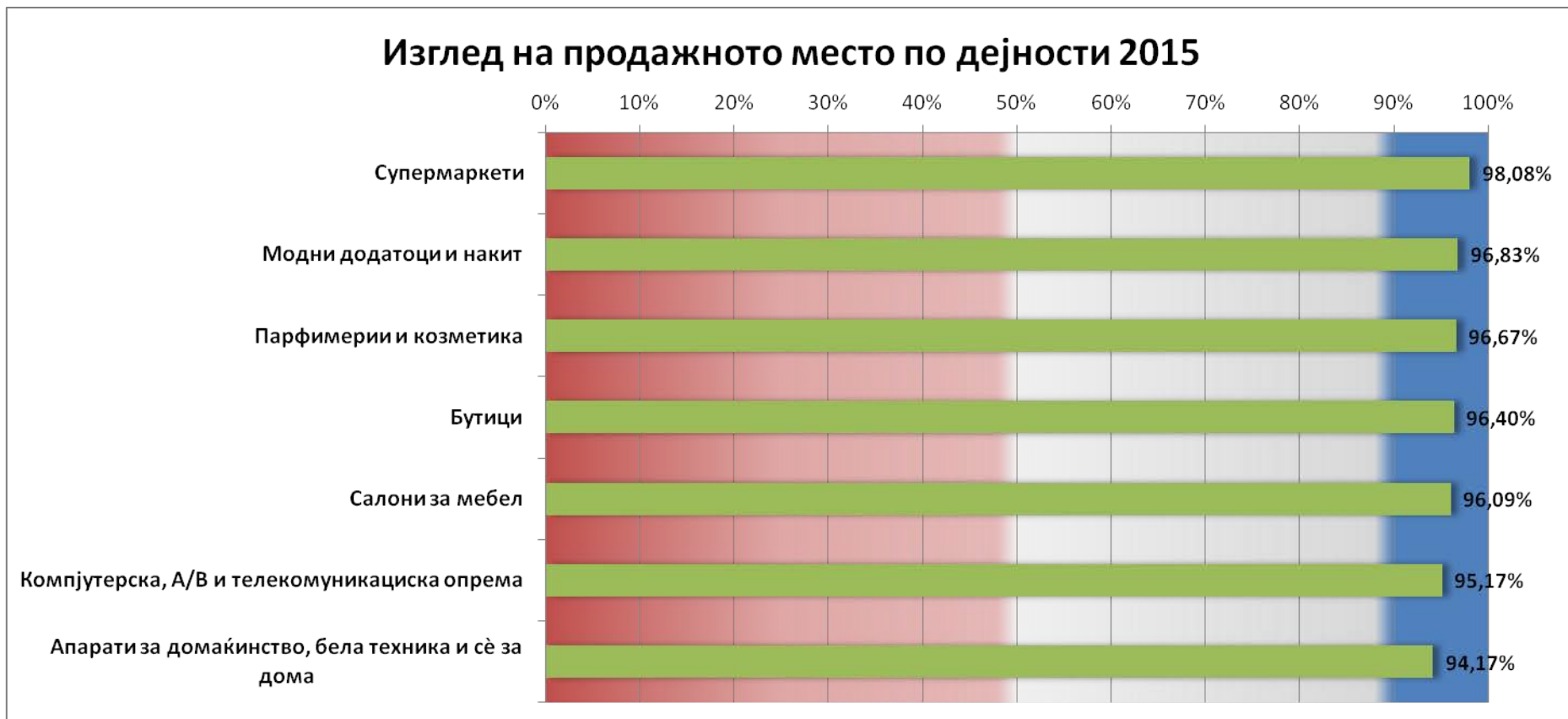
- Висок резултат е забележан во категоријата Изглед на продажното место.
- Зголемување во споредба со минатата година има кај категориите Изглед на продажното место и Продажни вештини, додека кај останатите 4 категории забележан е пад на резултатот.
- Низок резултат е забележан во категоријата Завршен контакт.

Вкупни резултати по дејности



- Висок резултат над 90%, ниту низок резултат под 50% не се забележани во ниту една дејност.
- Највисок резултат е постигнат во Салони за мебел (75,76%).
- Најнизок резултат е постигнат во Супермаркети, единствен резултат под 70%.
- Зголемување на резултатот во споредба со 2014 година е забележано кај Салони за мебел, Апарати за домаќинство, бела техника и се за дома и Супермаркети.

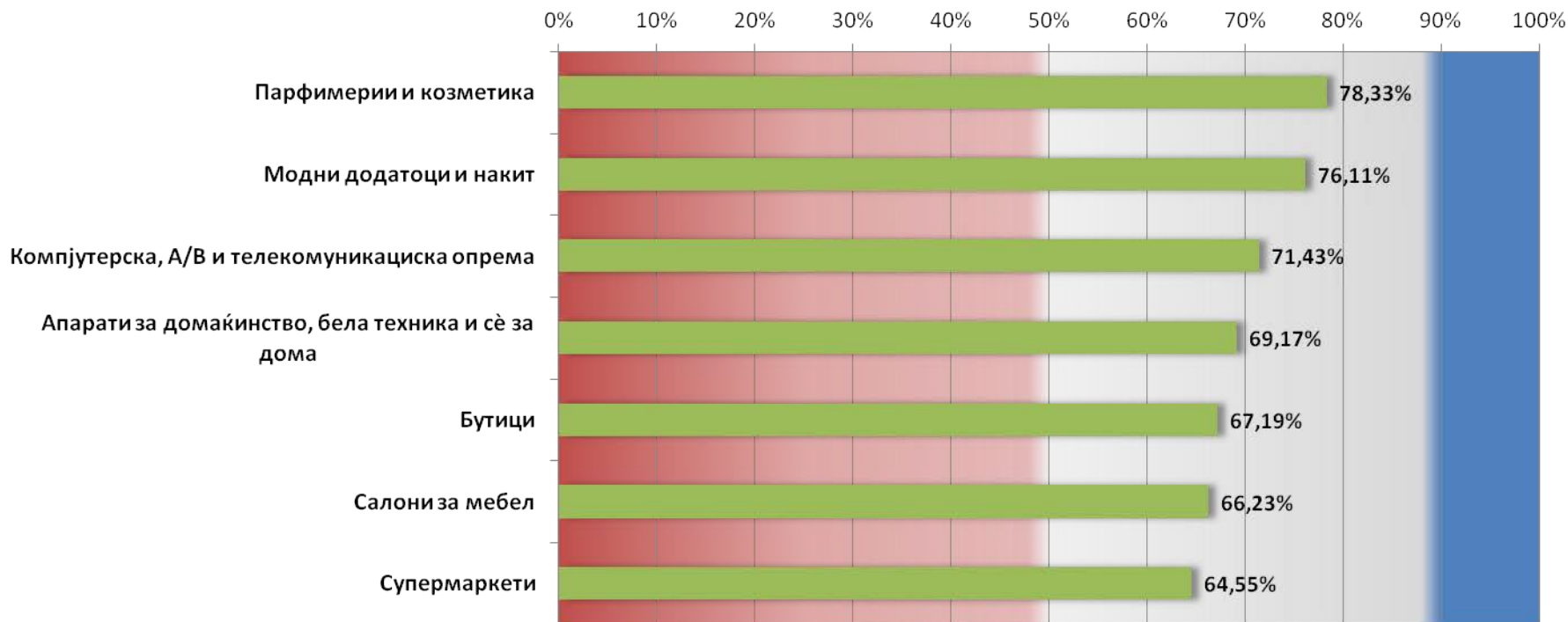
Изглед на продажното место



- Изгледот на продажното место е на високо ниво во сите дејности.

Прв контакт со вработените

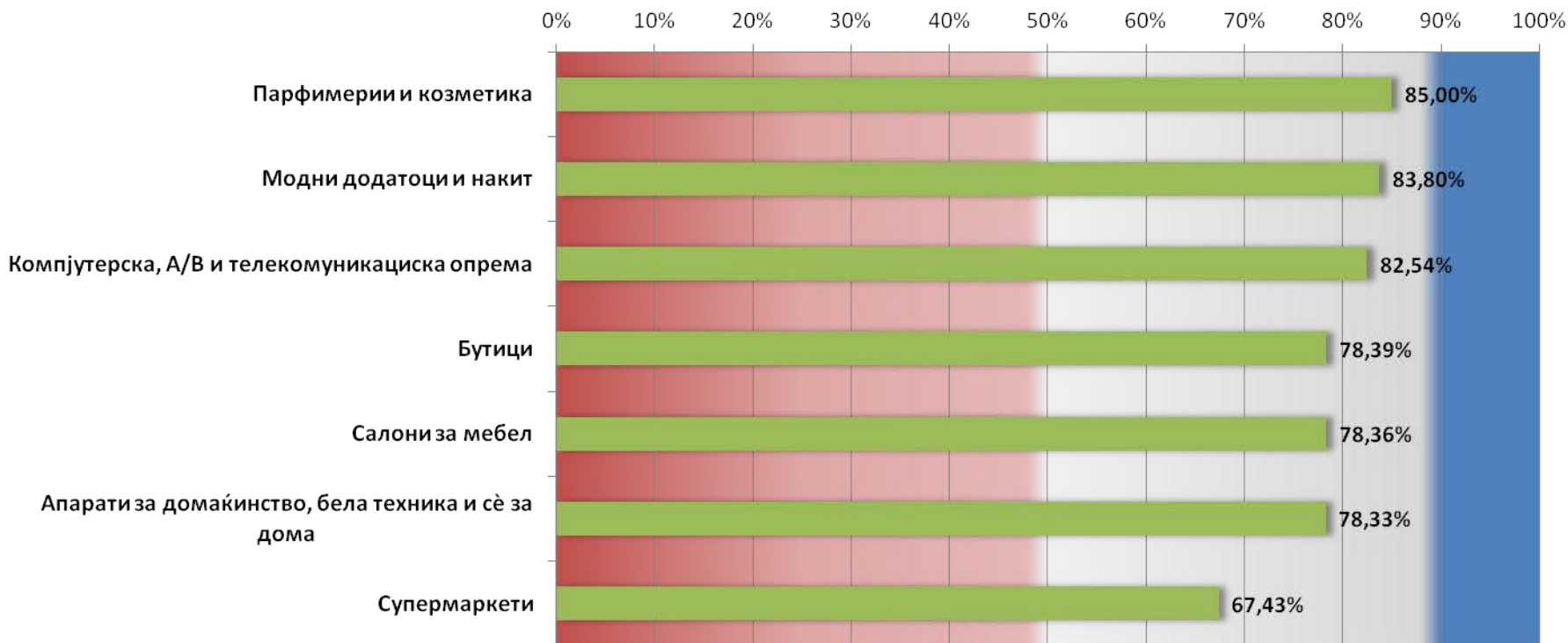
Прв контакт со вработените по дејности 2015



- Првиот контакт е највисок во Парфимерии и козметика, а најнизок во Супермаркети.
- Сите резултати во оваа категорија се на средно ниво помеѓу 60% и 80%.

Услуга кон купувачите

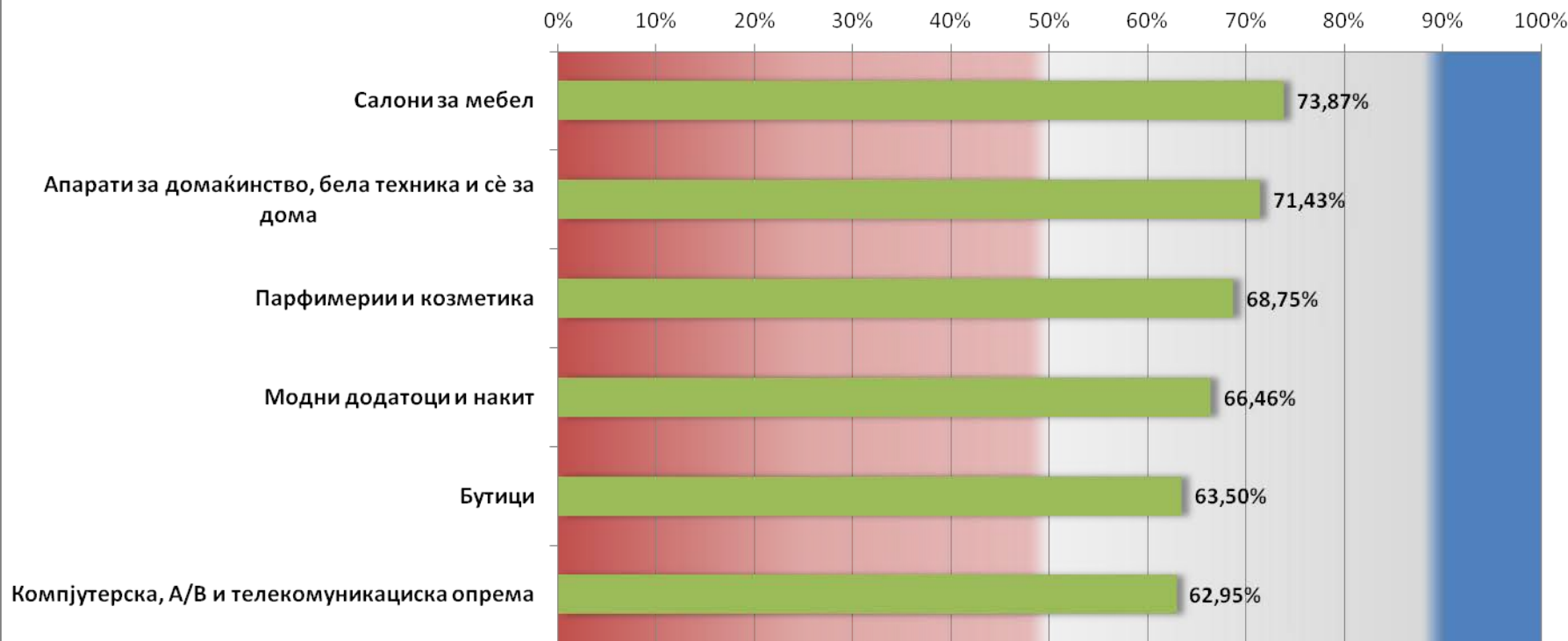
Услуга кон купувачите по дејности 2015



- Висок резултат во оваа категорија над 90% не е остварен во ниту една дејност, додека највисок резултат е забележан во Парфимерии и козметика.
- Низок резултат во оваа категорија под 50% не е остварен во ниту една дејност, а најнизок резултат е забележан во категоријата Супермаркети.

Продажни вештини

Продажни вештини по дејности 2015



- Сите резултати во оваа категорија се на средно ниво помеѓу 60% и 74%.
- Највисок резултат за продажните вештини е постигнат во Салони за мебел, а најнизок кај Компјутерска, аудио – видео и телекомуникациска опрема (супермаркетите не беа оценувани во оваа категорија).

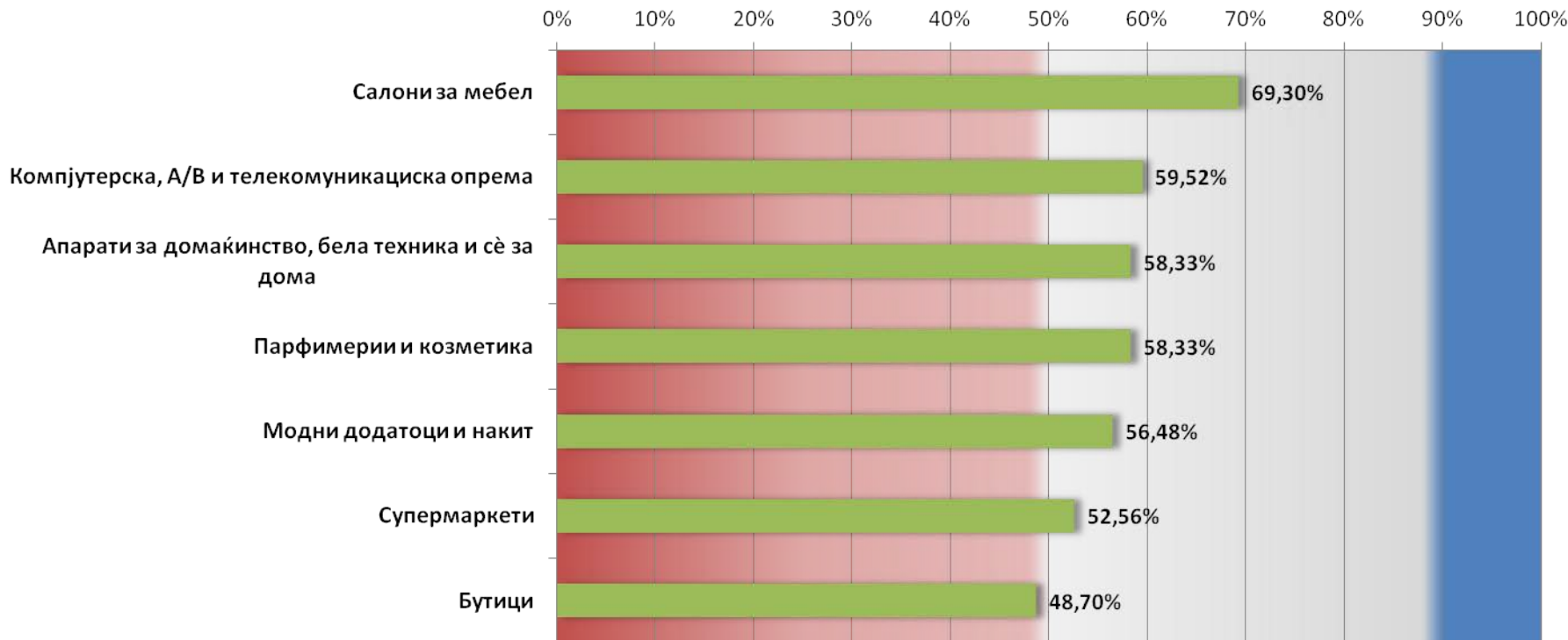
Завршен контакт



- Завршниот контакт е на ниско ниво под 50,01% во сите дејности.
- Најнизок резултат во оваа категорија е остварен во Супермаркети.

Задоволство од купувачкото искуство

Задоволство од купувачкото искуство по дејности 2015



- Во ниту една дејност не е остварен повисок резултат од 70% за задоволството од купувачкото искуство.
- Највисок резултат во оваа категорија е остварен во Салони за мебел.
- Низок резултат во оваа категорија е остварен во Бутици.

Идентификувани клучни недостатоци

	Апарати за домаќинство, бела техника и сè за дома	Бутици	Компјутерска, А/В и телекомуникациска опрема	Модни додатоци и накит	Парфимерии и козметика	Салони за мебел	Супермаркети
Вработените не поздравувале при прв контакт ниту давале до знаење дека ги забележале доколку биле зафатени	53,3%	30,2%					57,9%*
Вработените не носеле беџ со име	46,7%	85,7%	73,8%	87,0%	76,7%	93,0%	66,7%*
Вработените ниту еднаш не се насмевнале за време на комуникацијата	53,3%	55,5%	59,5%	61,1%	53,3%	66,7%	54,0%*
Вработените не поставувале прашања за да ги идентификуваат потребите на купувачите	36,7%	49,5%	45,2%	50,9%	50,0%	33,3%	
Вработените не ги објаснувале карактеристиките на производот		58,0%		42,6%	43,3%		
Вработените не нуделе дополнителни производи	53,3%	69,6%	69,1%	59,3%	53,3%	49,1%	87,2%*
Вработените немале проактивен пристап	33,3%	51,3%	40,5%	43,0%	30,0%		
Вработените не биле убедливи при презентирање на производите	36,7%		39,0%		35,7%		
Вработените не се заблагодарувале за посетата	80,0%	84,9%	73,8%	82,4%	83,3%	84,2%	82,1%*
Вработените не поздравувале на заминување	36,7%	37,6%	35,7%		33,3%		51,3%*
Вработените не помагале со пакување на производите доколку немало други купувачи во редот							57,1%*

*Вработен во супермаркет во главна сала

' Вработен во супермаркет на каса



MEMBER

MSPA®

MYSTERY SHOPPING
PROVIDERS ASSOCIATION

**Committed to helping our clients
...create loyal customers**

SWOT
RESEARCH

СВОТ ДООЕЛ Скопје
Ул. Никола Парапунов бр.41
1000 Скопје, Р. Македонија
contact@swot.com.mk
www.swot.com.mk