

Избор на: „Најдобар трговски објект - 2012“

25.12.2012

Методологија

- Истражувањето беше спроведено во периодот од 15.11 – 15.12.2012 година.
- Традиционално се одржува 6-та година.
- Беа спроведени 810 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

- Апарати за домаќинство, бела техника и сè за дома
- Златари, филиграни и продавници за накит
- Компјутерска, аудио - видео и телекомуникациска опрема
- Парфимерии и козметика
- Салони за мебел и канцелариска опрема
- Супермаркети
- 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, 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:

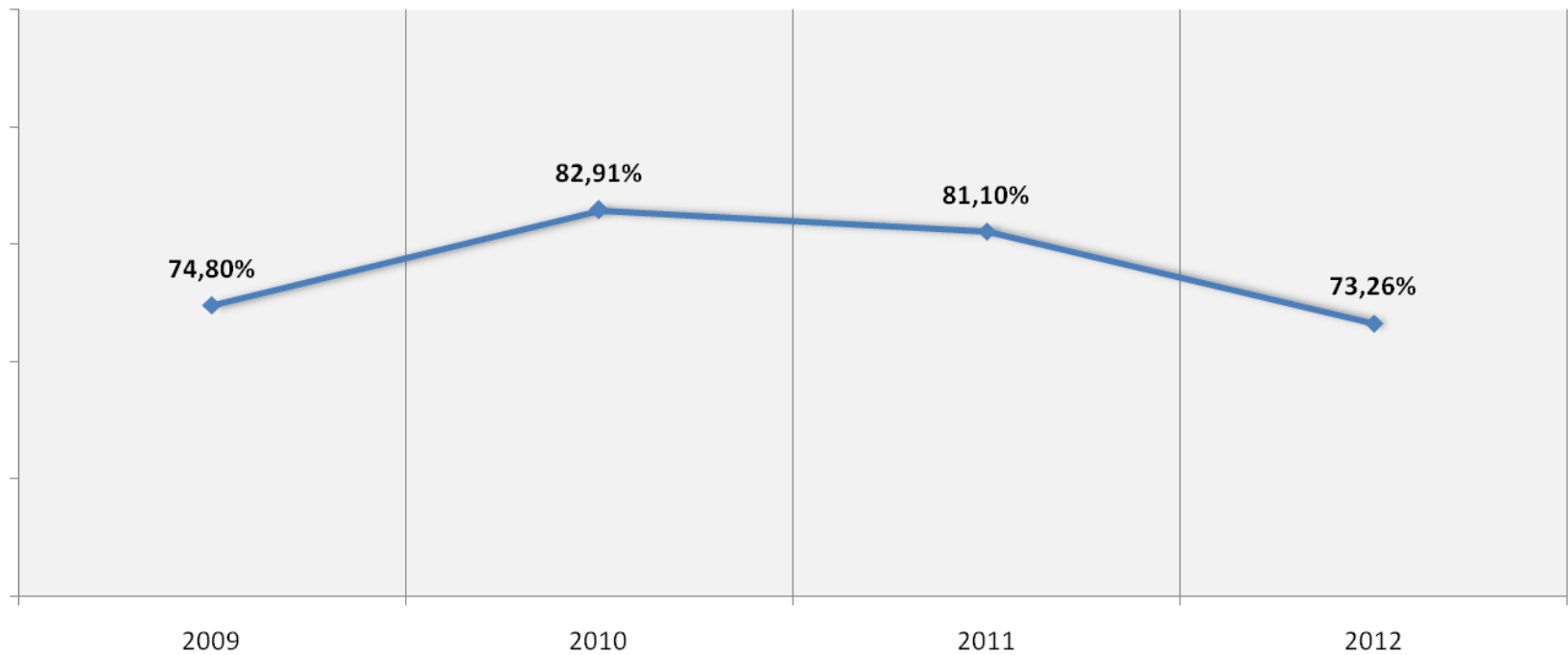
- **90,01% - 100% - Високи резултати**
 - Потребно е стандардите да се одржуваат на ова ниво.
- **50,01% - 90% - Задоволителни резултати**
 - Потребно е да се инвестира дополнителни средства и време за подигнување на нивото на квалитет.
- **0% - 50% - Ниски резултати**
 - Веднаш се потребни корективни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



РЕЗУЛТАТИ

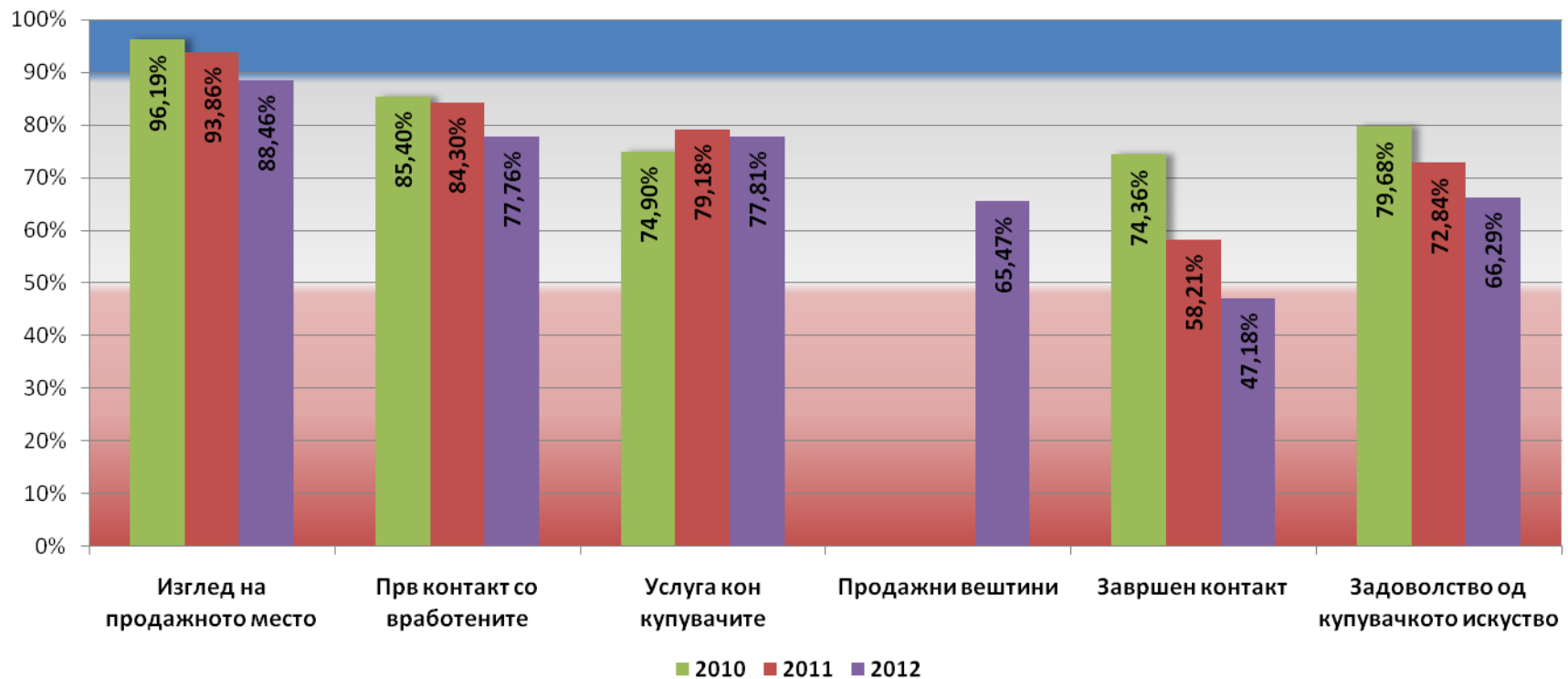
Вкупни резултати по категории

Споредба на вкупни резултати по години



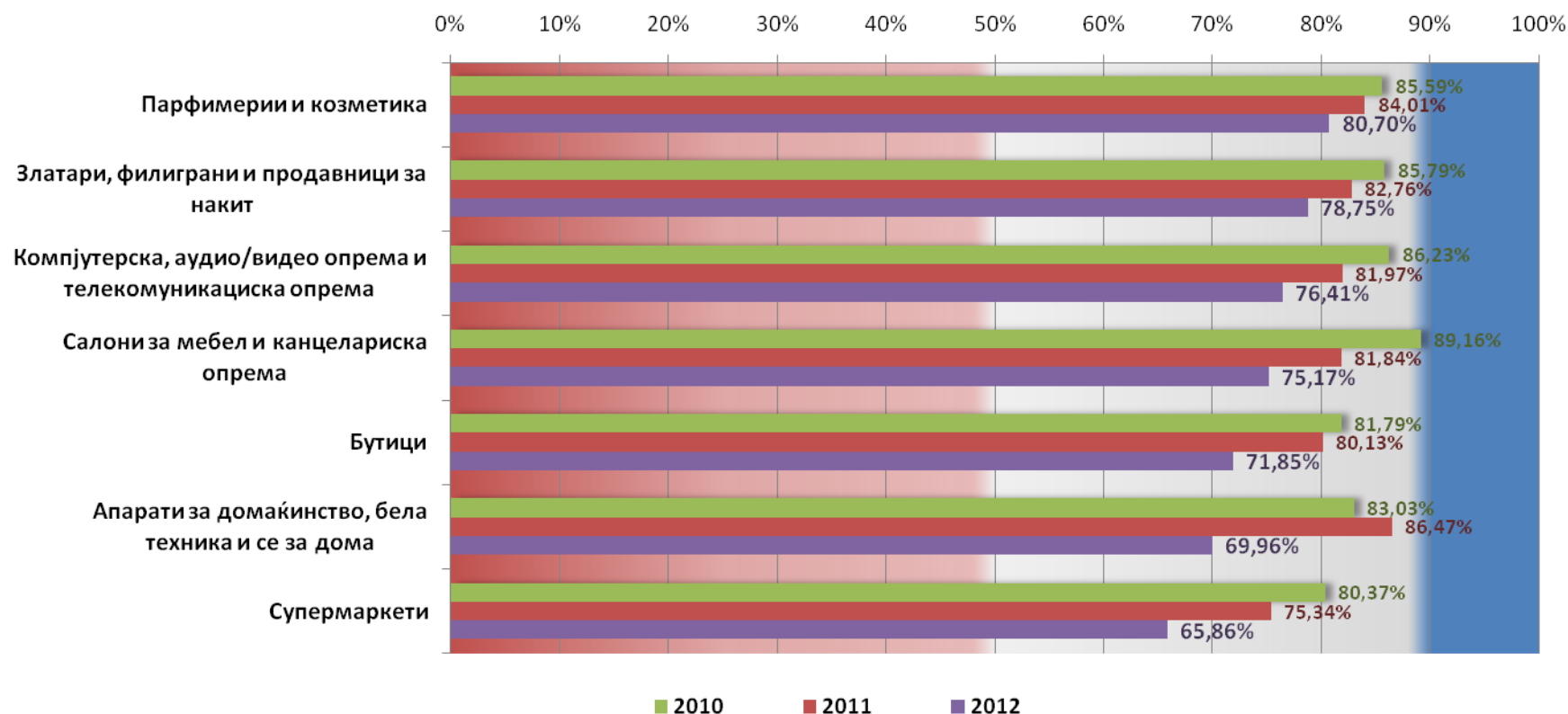
Вкупни резултати по категории

Вкупни резултати по категории - Трговски објекти



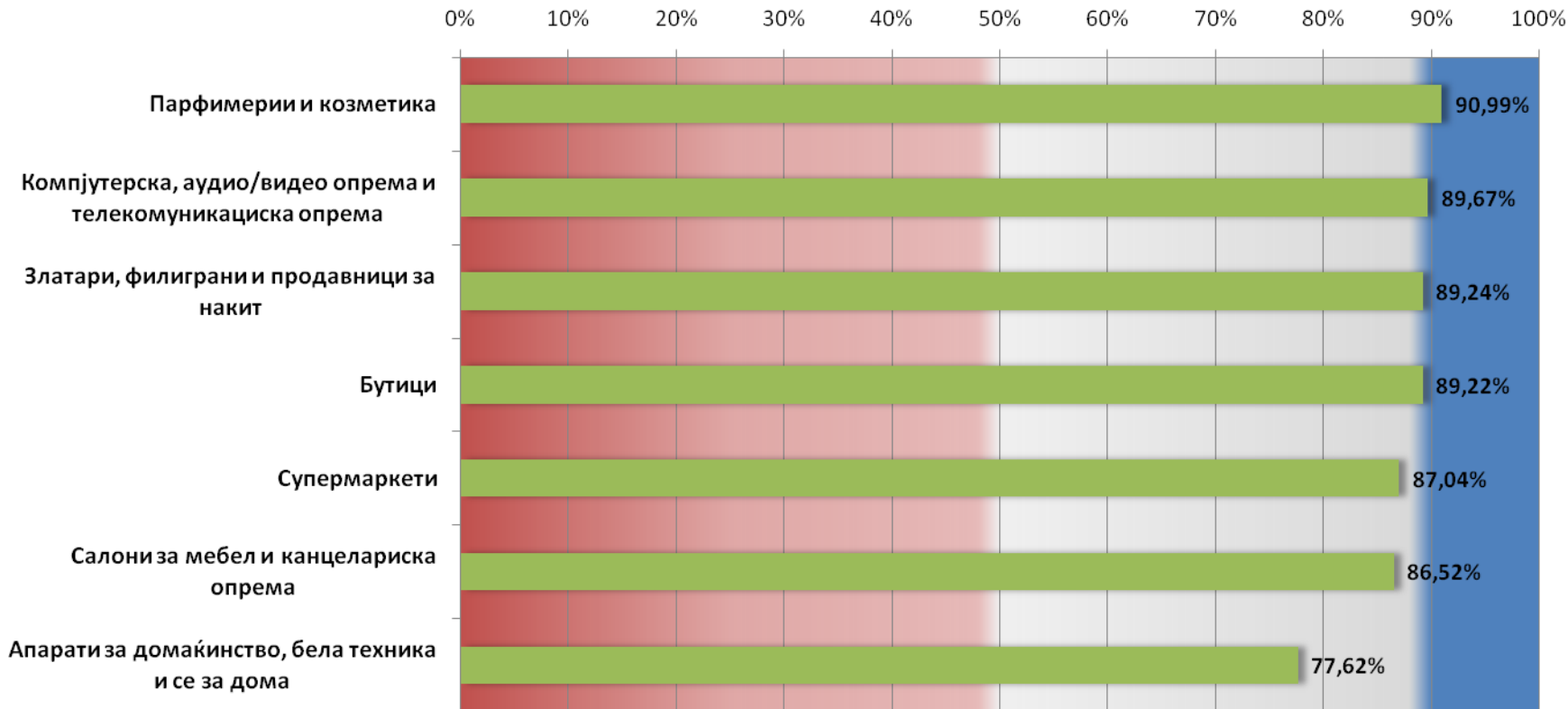
Вкупни резултати по дејности

Вкупни резултати по дејности - Трговски објекти



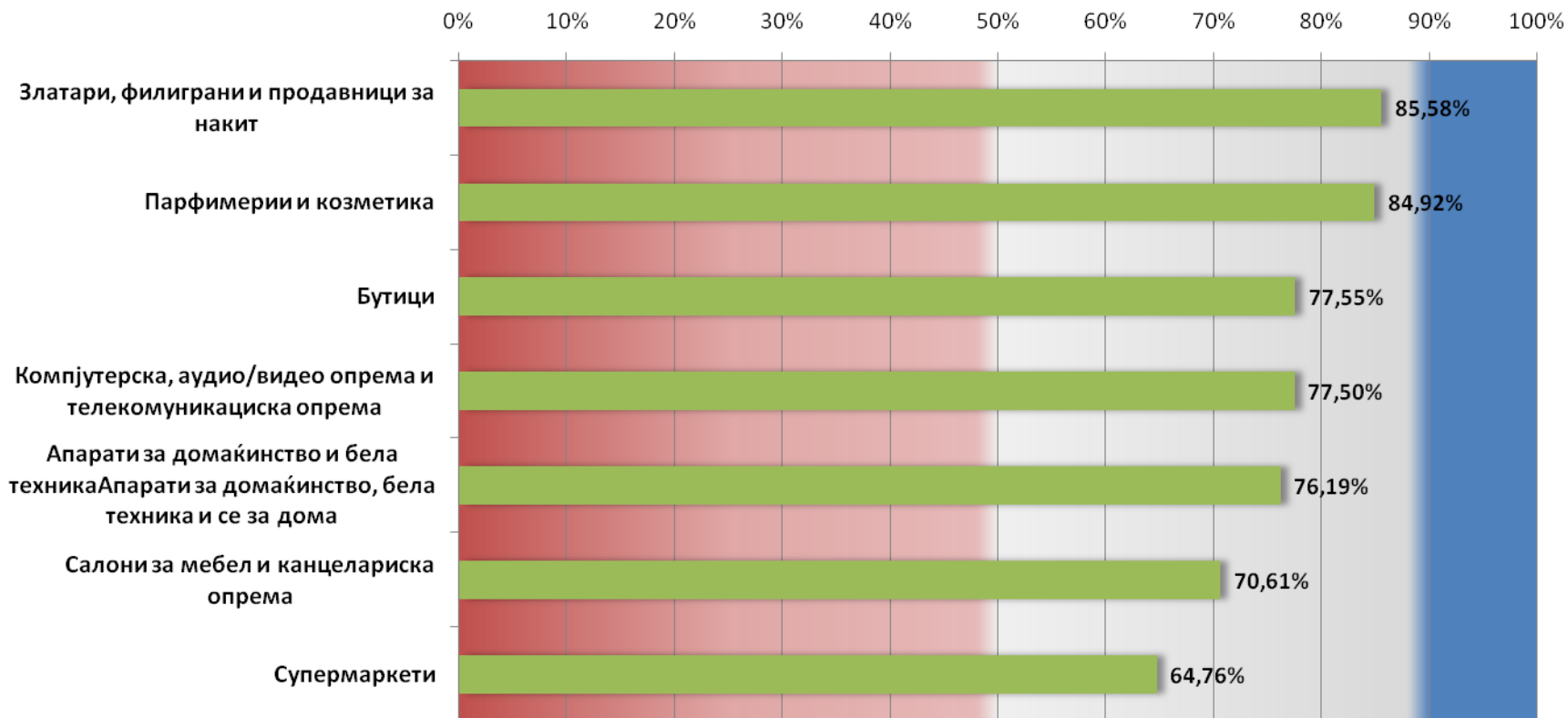
Изглед на продажното место

Изглед на продажното место по дејности 2012



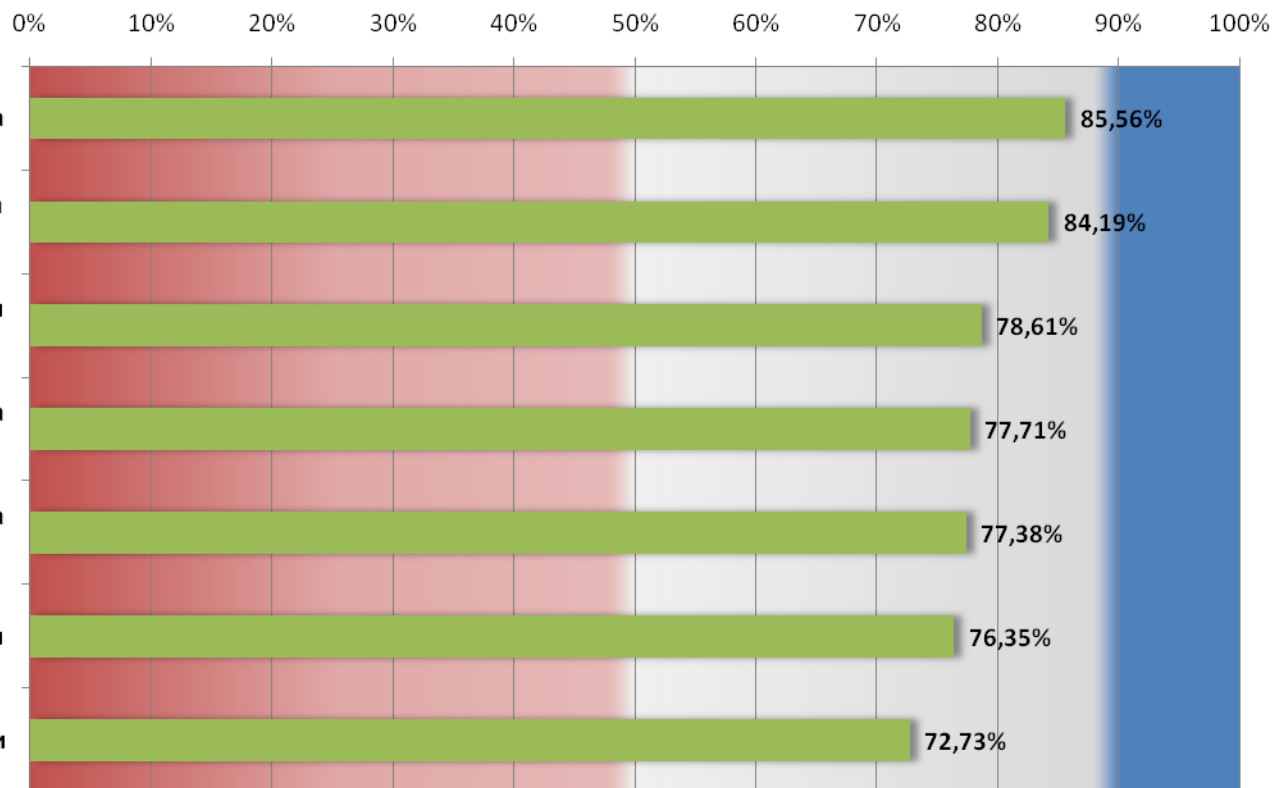
Прв контакт со вработените

Прв контакт со вработените по дејности 2012



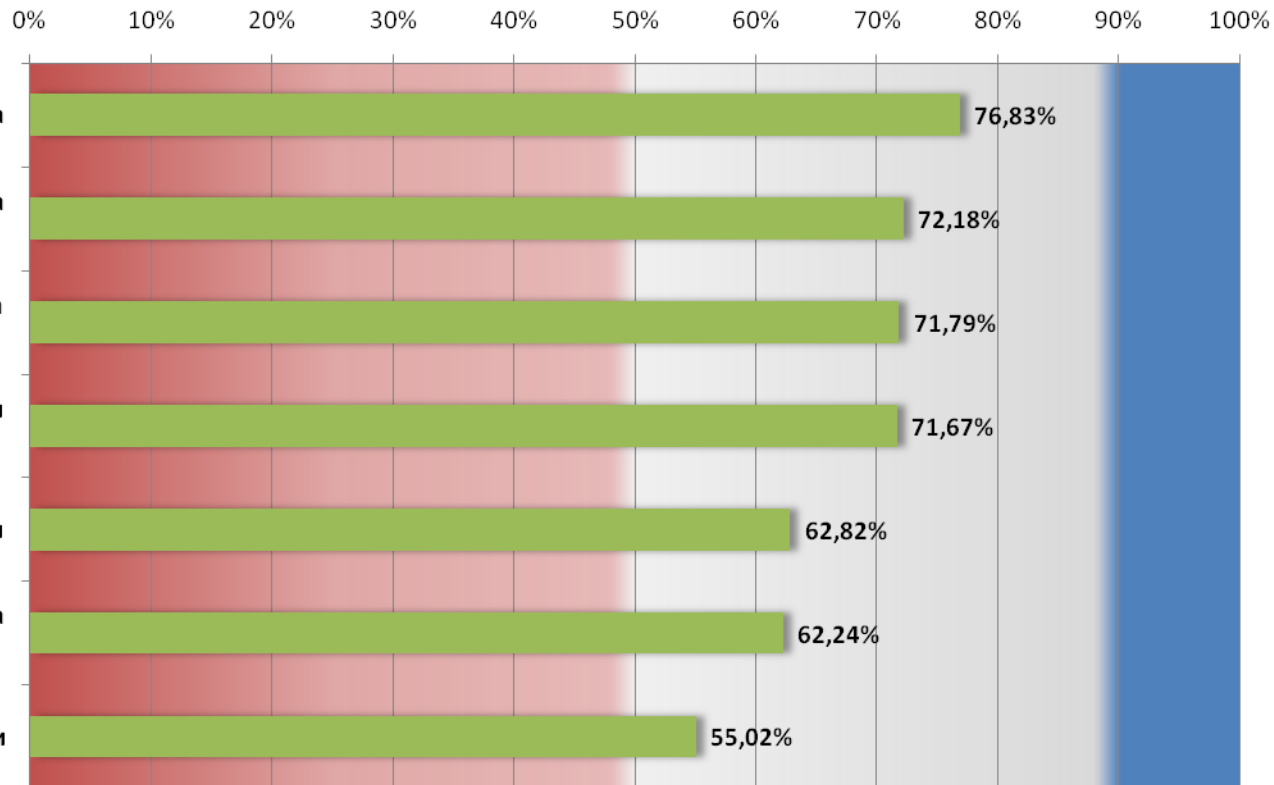
Услуга кон купувачите

Услуга кон купувачите по дејности 2012



Продажни вештини

Продажни вештини по дејности 2012

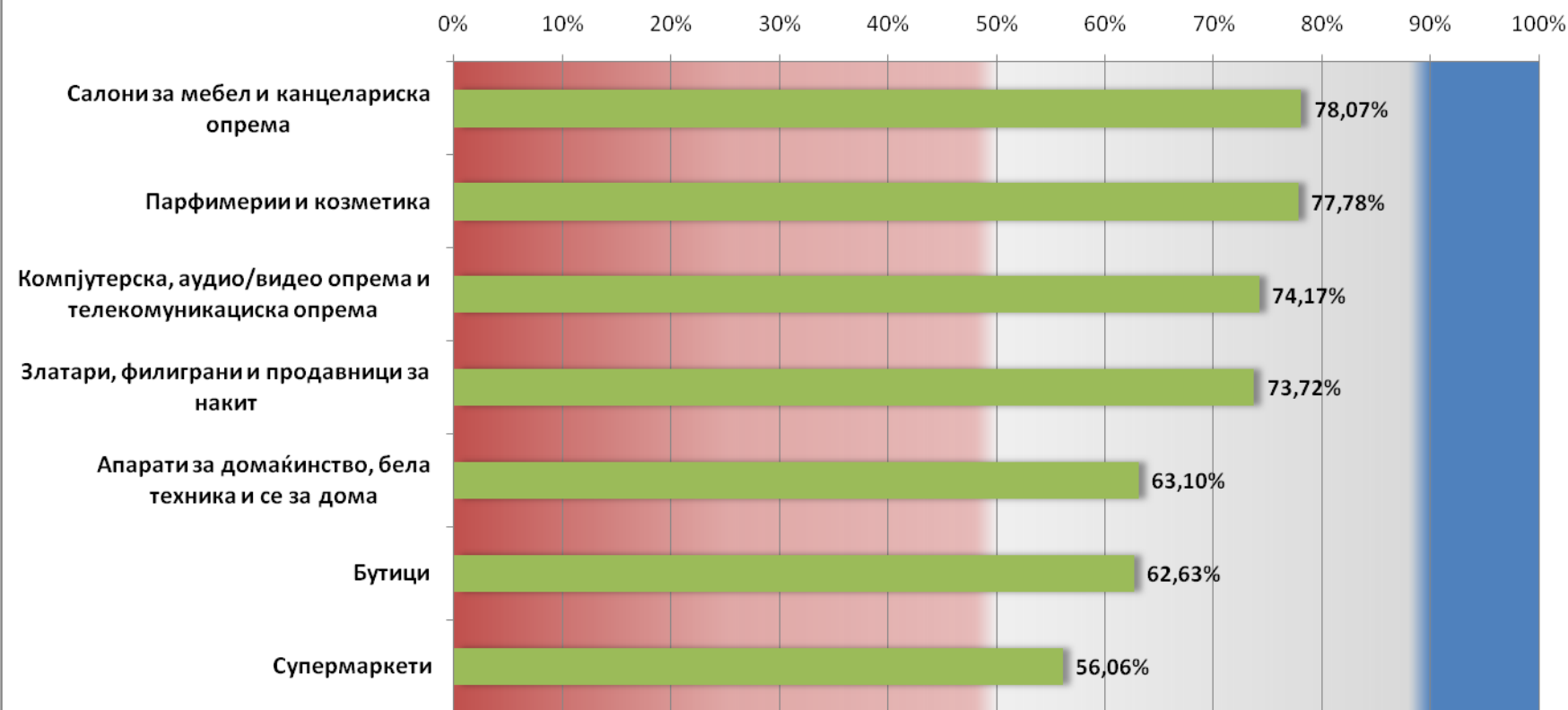


Завршен контакт



Задоволство од купувачкото искуство

Задоволство од купувачкото искуство по дејности 2012



Идентификувани клучни недостатоци

- **Поздравување**

- Во повеќе од 32% од посетите, вработените не ги поздравувале тајните купувачи при влегување
- Во 90% од посетите, вработените не се заблагодариле на тајните купувачи за посетата

- **Услуга**

- Во повеќе од 67% од посетите, вработените не биле насмеани при услужување на тајните купувачи
- Во 20% од посетите тајните купувачи не го имале целосното внимание на вработените и во исто толку случаи вработените не ги персирале тајните купувачи

- **Продажба**

- Во 45% од посетите, вработените не поставувале прашања да ги идентификуваат потребите на тајните купувачи
- Во 68% од посетите, вработените не ги претставувале предностите на производите кои ги нудат во споредба со некои други слични производи
- Во 65% од посетите, вработените не понудиле ниту еден дополнителен производ или услуга
- Во 40% од посетите, вработените не покажале проактивен пристап во услужување на тајните купувачи