



MEMBER
MSPA[®]
MYSTERY SHOPPING
PROVIDERS ASSOCIATION



5 ТИ ДЕН НА УСЛУГА КОН КЛИЕНТИТЕ

Цел на истражувањето

- Да се добие објективна слика за нивото на квалитет на услуга во пет дејности
- Издигнување на квалитетот на услуга во продажните места на едно повисоко ниво
- Откривање на нивото на продажните вештини на вработените во продажните места
- Идентификување на предности и недостатоци
- Насоки за подобрување во оние сфери во кои тоа е потребно

За истражувањето

- Истражувањето се спроведе од 01 до 20 септември 2011 година
- Беа испитувани пет дејности: автосалони, аптеки, телефонски оператори, супермаркети и банки
- За истражувањето користен е методот mystery shopping (посети во продажните објекти) со по 3 спроведени посети во секое продажно место
- Тајните купувачи се обични граѓани на различни возрасти со кои SWOT RESEARCH има редовна соработка и кои се обучени според светските стандарди на MSPA

Испитувани категории во продажните места

- **Прв контакт со вработените**
 - (забележување, поздравување, изглед)
- **Услуга на вработените**
 - (љубезност, професионалност, начин на комуникација)
- **Продажни вештини**
 - (идентификација на потребите, проактивност, волја да се излезе во пресрет, нудење дополнителен производ/услуга)
- **Завршен контакт**
 - (заблагодарување и отпоздравување)
- **Задоволство од купувачкото искуство**
 - (субјективно, впечаток од купувачкото искуство)

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.

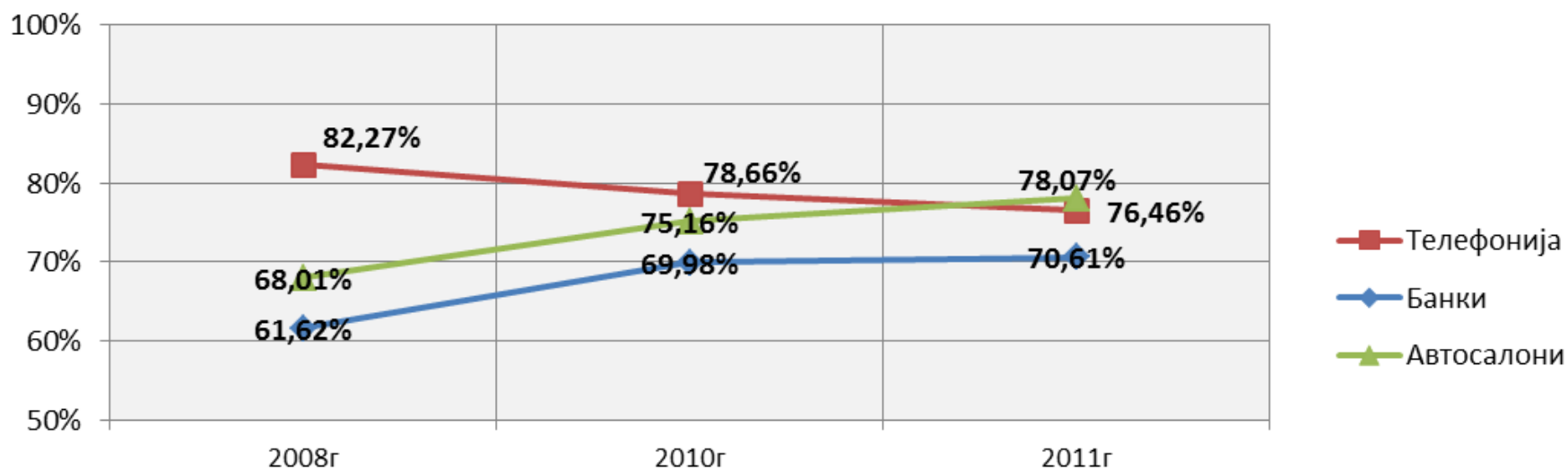


MEMBER
MSPA[®]
MYSTERY SHOPPING
PROVIDERS ASSOCIATION

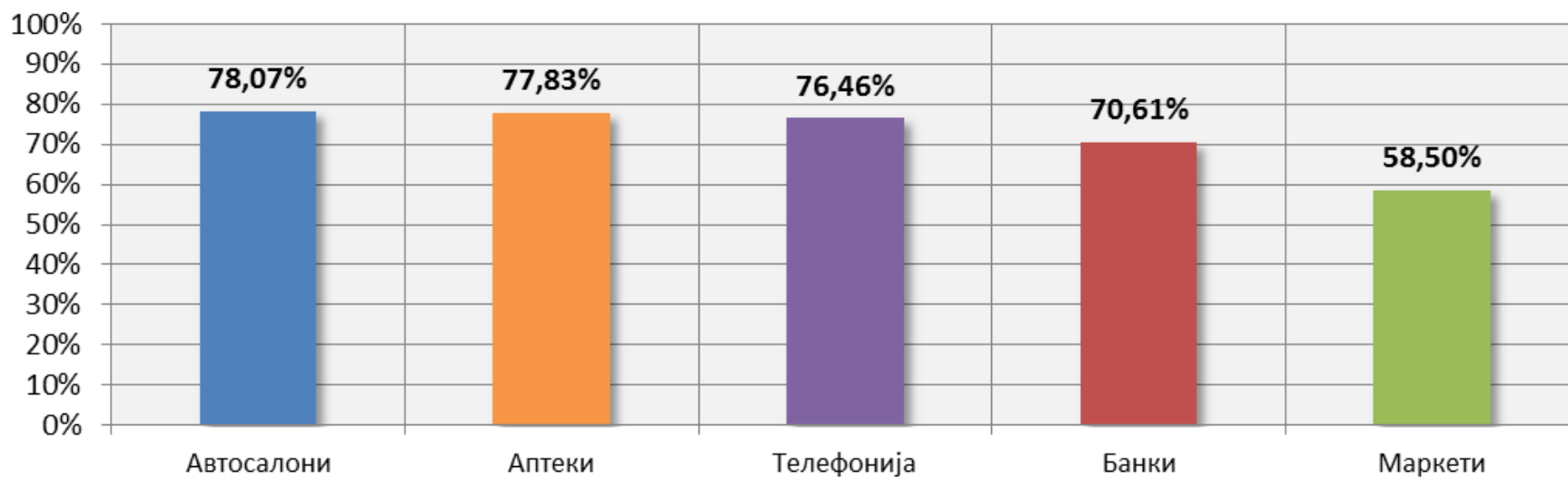
Квалитет на услуга

РЕЗУЛТАТИ

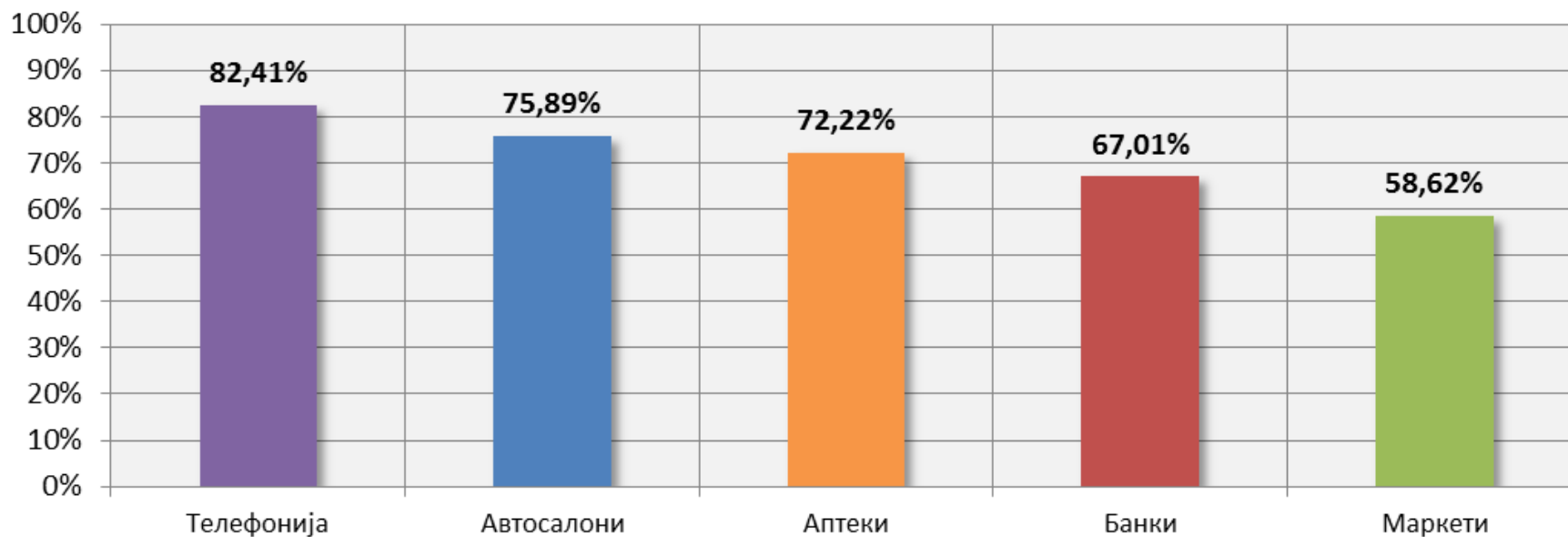
Вкупни резултати по индустрии



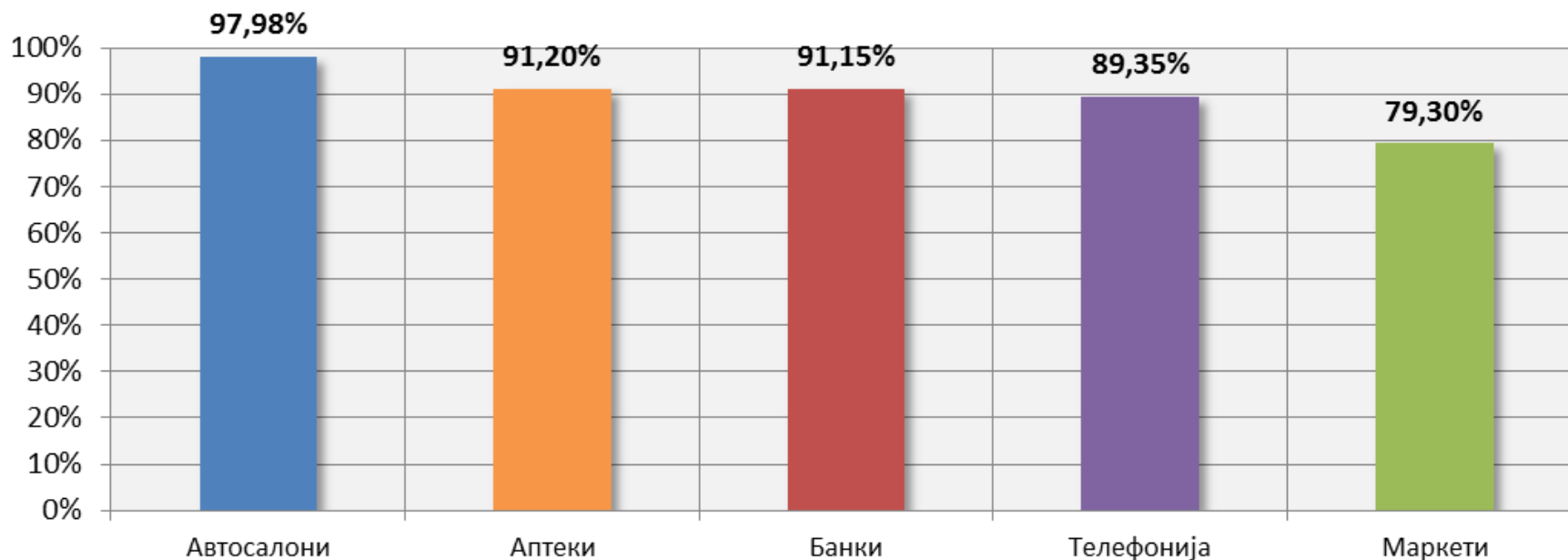
Вкупни резултати по индустрии



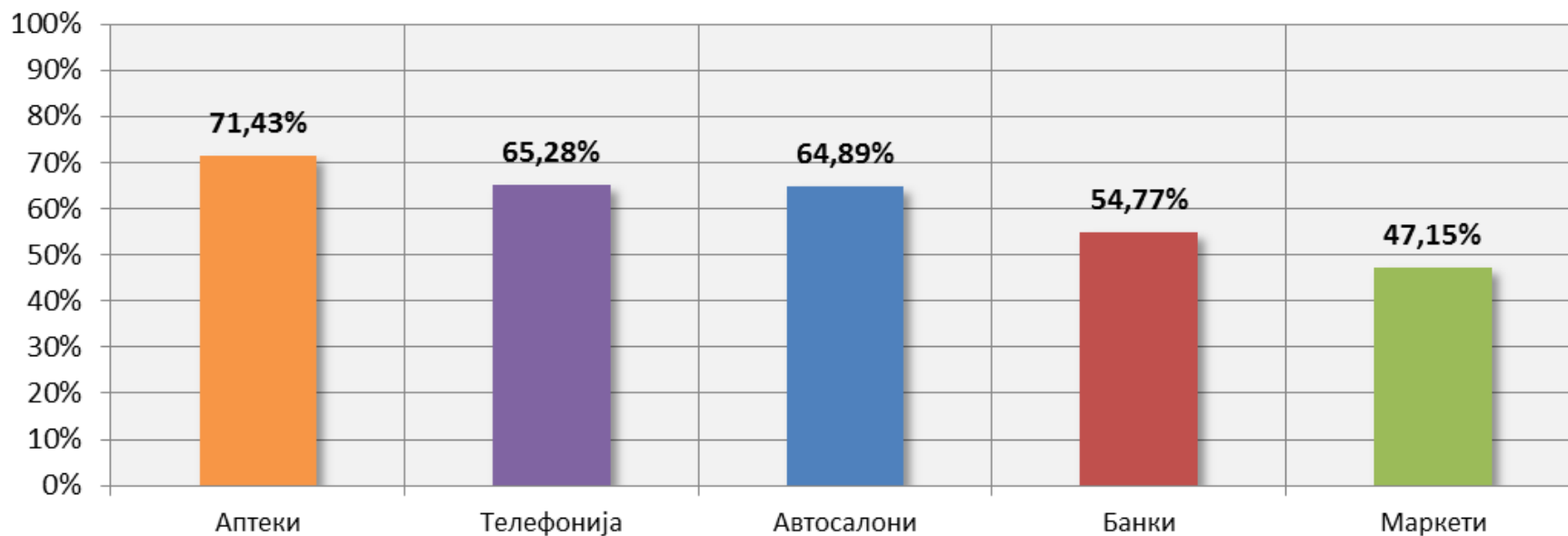
Прв контакт со вработените по индустрии



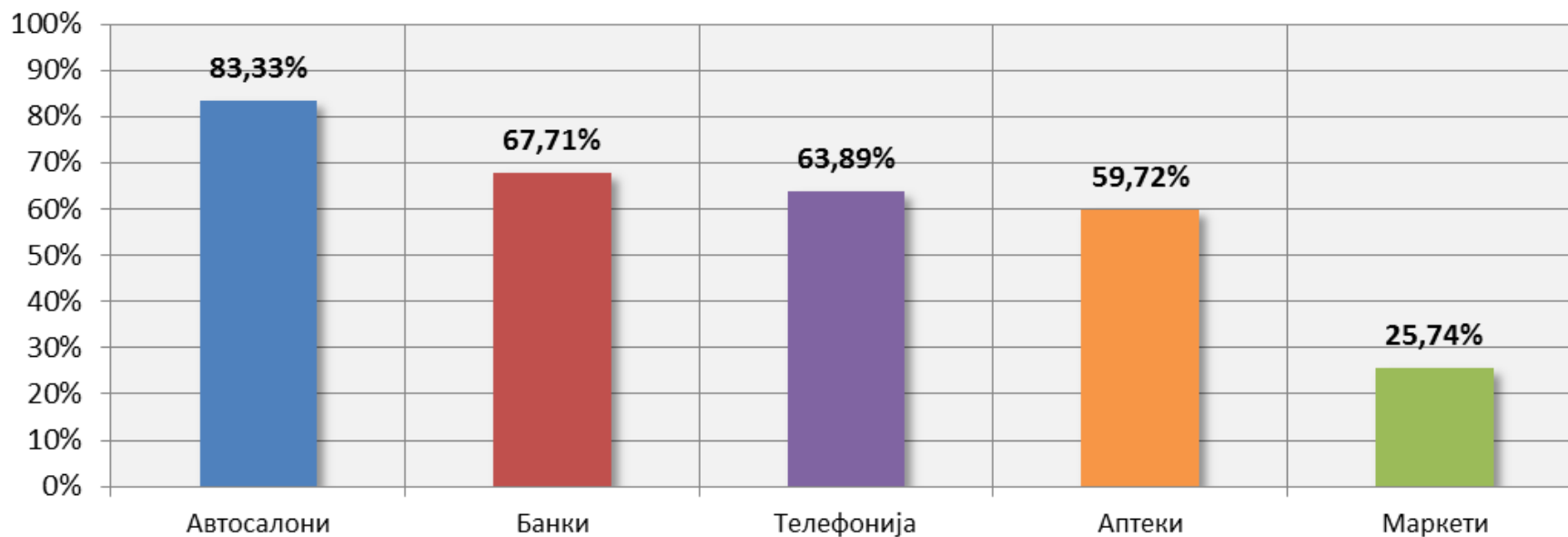
Услуга на вработените по индустрии



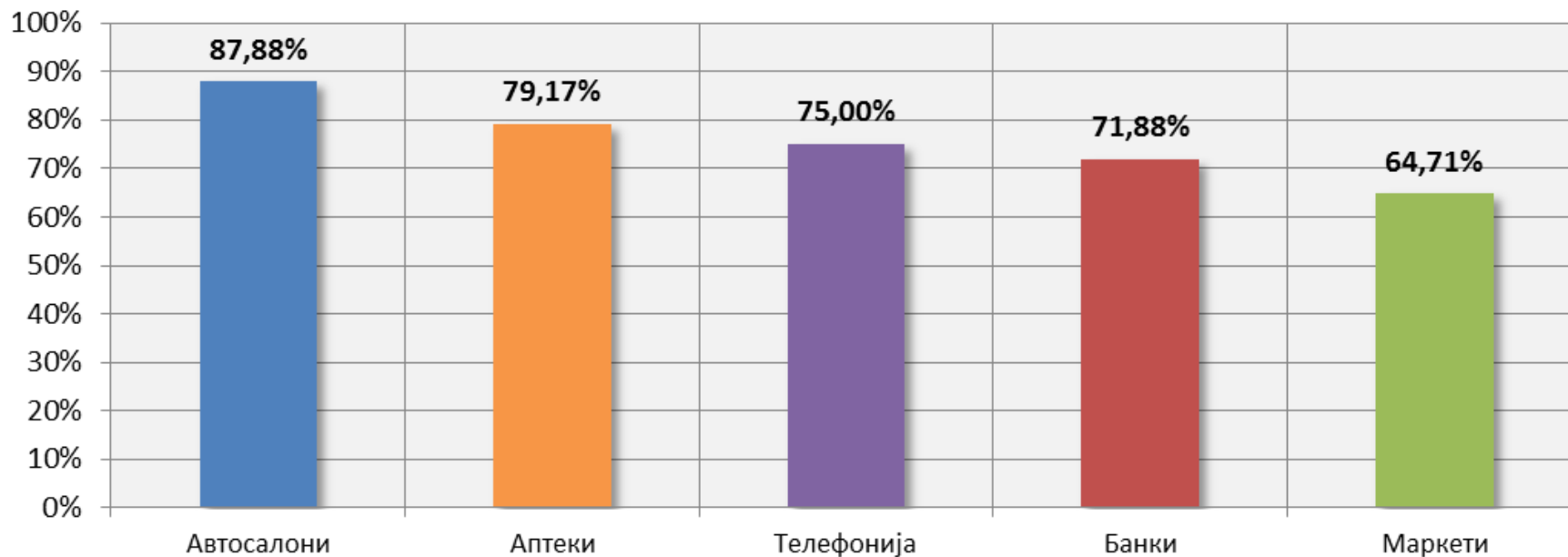
Продажни вештини по индустрији



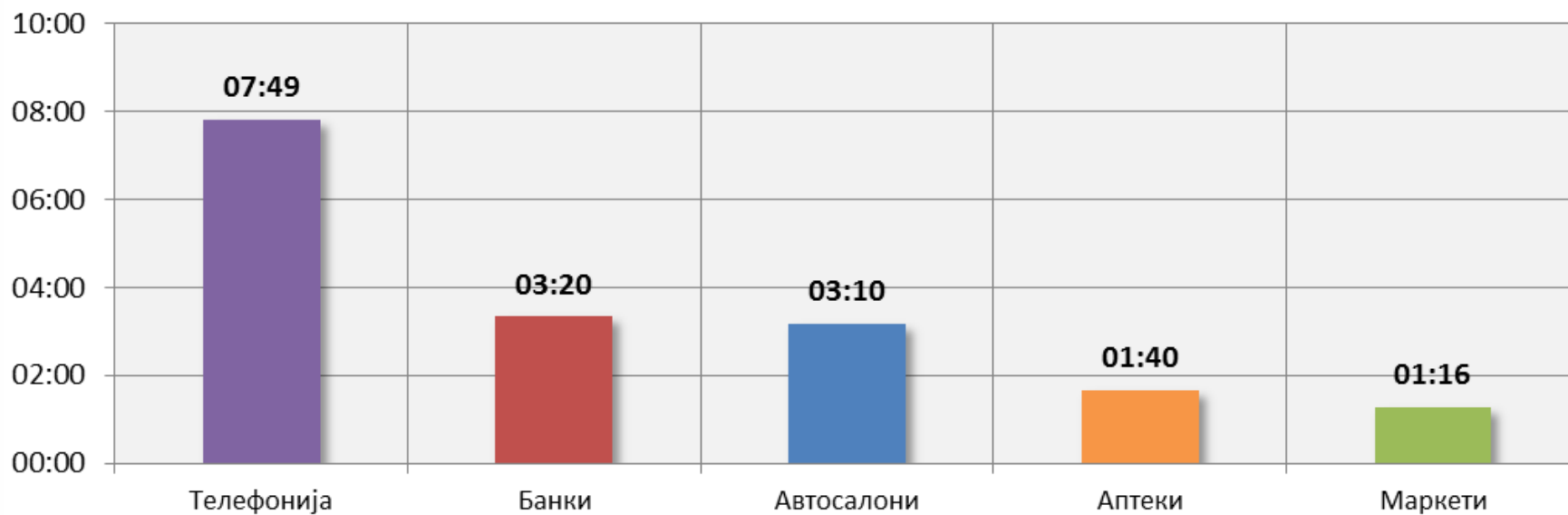
Завршен контакт по индустрии



Задоволство со купувачкото искуство по индустрии



Време на чекање во ред по индустрии



Идентификувани предности

- Изгледот на вработените во сите индустрии беше уреден и чист
- Вработените ги поздравуваа клиентите и на почетокот на разговорот и при заминување (исклучок се маркетите)
- Вработените покажаа завидно ниво на пријателски и позитивен став кон купувачите (љубезност, контакт со очи, однесување)
- Вработените најчесто знаат на клиентите да им понудат производ соодветен на нивните потреби
- Им обрнуваат целосно внимание на купувачите за време на комуникацијата

Идентификувани недостатоци

- Вработените не носат беџови со име и презиме
- Вработените во маркетите не ги поздравуваат купувачите ниту на почеток, ниту на крајот од разговорот
- Не секогаш поставуваат прашања како би ги идентификувале потребите на купувачите
- Вработените не истакнуваат предности во споредба со конкуренцијата
- Не се снаоѓаат добро со забелешките во однос на подобрата понуда на конкуренцијата
- Вработените не нудат дополнителни производи
- Не се заблагодаруваат за посетата



MEMBER
MSPA[®]
MYSTERY SHOPPING
PROVIDERS ASSOCIATION

*Продолжуваме со мисијата да им
помагаме на нашите клиенти да
создаваат лојални купувачи*