

Sales people become gloomier, Bulgarians show moderate results

17:15 | 20.05.2010 | 344 прочитания



Mystery Shopping компании от Европа, Северна Америка и Азия взеха участие в проучването Smiling Report 2010, което съчетава информация за обслужване на клиентите в широк спектър от индустрии.

Тази информация е събрана на база проведените от компаниите посещения на тайни клиенти в 14 държави.

За първи път и България участва в The Smiling Report 2010 в лицето на Face Off Bulgaria – The Mystery Shopping Company.

Обобщените данни за 2009 година включват отговори на 470 680 въпроса, които покриват следните критерии при обслужване на клиенти – Усмивка, Поздрав и Предлагане на допълнителен продукт/услуга.

Проучването сочи, че само 7 от 10 клиенти са получили „Усмивка” през 2009 година. Служителите са „Поздравили” 8 от 10 клиенти, а само 5 от 10 потребители са получили предложение за „Допълнителен продукт/услуга”.

Показател „Усмивка”

Тенденцията е за намаляване на резултатите. Средният за 2009 г. резултат е 71% - най-ниският отчетен резултат от началото на проучването през 2004 г., когато е бил 87%. Първенци в обслужването с усмивка за 2009 г. са Шведите, постигнали 87%. В тази категория България се нарежда по средата, на 7-мо място – в 79% от посещенията на тайни клиенти у нас служителите са били усмихнати. Най-„кисели” са били пакистанците – 55%.

Показател „Поздрав”

Резултатът за 2009 г. е 80% - сходен с този от предходната година, но далеч по-нисък от периода 2004-2006 г., когато средният резултат в категорията „Поздрав” е бил 87%. Най-добри в поздрава към клиентите са Кипър и Унгария с 97%, най-неприветливи са били служителите в Полша, с резултат 31%. Заедно с Естония България се нарежда на второ място при Поздравяването на клиентите с 86%.

Показател „Предлагане на допълнителен продукт/услуга”

От самото начало на проучването тази категория отчита най-ниски резултати, в сравнение с „Усмивката” и „Поздрав”. През 2009 г. в 55% от случаите тайният клиент е получил предложение за допълнителна покупка. Най-добри в допълнителната продажба са латвийците с 83%, а най-нисък резултат се отчита в Кипър. В тази категория България се нарежда на 6-то място с 45%.