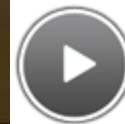


## Are Bulgarian sales people polite?

[назад](#) | [напред](#) Видео (1) | Снимки (1)



Намръзените и нелюбезни продавачки са най-големият враг на продажбите, наред с некачествените стоки. А те не са никак малко у нас. Това става ясно от проучване на нагласите на потребителите, направено на принципа на тайния клиент. Репортаж на Радослав Чолаков.

Тайният клиент е човек, който има специалната задача като влезе в магазина да провери как го обслужват продавачките.

Вече е доказано, че колкото по-любезни са продавачките в даден магазин, толкова по-големи са и продажбите. Затова все повече български магазини обръщат внимание не само на качеството на стоките, които продават, но и на качеството на обслужването.

"На касата сме ги инструктирали, че даже клиентът сам да си подрежда стоката в торбичките, накрая, ако остане едно мляко, да го постави, да му каже приятна вечер и чак тогава да обърне внимание на следващия клиент", разказа Божидар Петракиев.

Изследване на проблема с доброто обслужване показва, че България е сред страните с нелюбезни продавачи. По метода на тайния клиент е установено, че от 100 продавачки в България 67 са обслужили клиента с усмивка, докато в Швеция, която е първенец - от 100 продавачки, 87 са посрещнали и изпратили клиента с усмивка.

Затова, ако искат да оцелеят в кризата, собствениците на магазини в България трябва да знаят, че клиенти се печелят не само с качествени стоки, но и с качествено обслужване.






[Препрати по имейл](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#)

19.05.2010, 20:29

Автор: [Радослав Чолаков](#) [Още материали от Радослав Чолаков](#)

Видяна: **780**

[Коментари: 5](#)

     Рейтинг: **-4**

Тагове: [магазин](#), [обслужване](#), [продавачи](#)