

Where did all the smiles go?

Май 21st, 2010

THExperts

Шведите се усмихват на клиентите си най-много, а най-“кисели“ са пакистанците. Това показват резултати от проучване, озаглавено Smiling Report 2010, в което се включиха 14 държави. В него участваха Mystery Shopping компании от Европа, Северна Америка и Азия.

За пръв път имаше и представител българска страна в лицето на Face Off Bulgaria.

Обобщените данни за 2009 година включват отговори на 470 680 въпроса, които покриват три основни критерия – усмивка, поздрав и предлагане на допълнителен продукт/ услуга. 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, показва проучването.

Клиентите получават все по-малко усмивки

е тревожният резултат от проучването. 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%.

В категория „поздрав“ резултатът за 2009 г. е 80% - сходен до този от предходната година, но далеч по-нисък, отколкото през периода 2004-2006 г., когато средният резултат 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%.

Предлагане на допълнителен продукт/ услуга

От самото начало на проучването тази категория отчита най-ниски резултати в сравнение с Усмивката и Поздрава. 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%.

Дори хотелиерството, където усмивката към клиента е включена като част от корпоративния стандарт в много вериги, резултатите са по-ниски, отколкото прези няколко години. Все пак

работещите в областта на гостоприемството получават най-високия резултат по усмивки в сравнение с останалите браншове.

По отношение на поздрава те остават едва на четвърто място, отстъпвайки на транспорта и... правителствените структури, които изненадващо го изпреварват значително.

Що се касае до предлагането на допълни услуги, работещите в туристическия бранш получават едва 49% - резултат, който е повече от 1,5 пъти по-нисък, отколкото в областта на транспорта например. Явно тук има още много какво да се научи и да се подобри.