

Nem túl kedvesek a magyar boltosok



NoSalty GASZTRO 2016. április 5. 0

Kevesebbet mosolyogtak a magyar eladók tavaly. A vevőkiszolgálás fejlesztésben alapos szemléletváltásra lenne szükség Magyarországon.

Kevesebbet mosolyognak a magyar eladók, mint a megelőző 2 évben, köszönteni viszont az esetek több mint 90 százalékában köszöntik a vevőket – derül ki abból a vevőkiszolgálási felmérésből, melyben 61 ország próbavásárlást végző szolgáltatói vettek részt világszerte, több mint 1,1 millió esetet vizsgálva.



Az üzletekben Magyarországon a vizsgált esetek 91 százalékában köszöntötték a vevőket. A mosoly tekintetében a magyarok 77 százalékot értek el a megelőző évi 81 százalékhoz képest. A kiegészítő termékek, szolgáltatások ajánlásában, azaz a kapcsolt értékesítések terén viszont 52 százalékos eredménnyel végeztek a magyar eladók, mely javulást jelent a korábbi évekhez képest. Hazánk összesítésben a középmezőnyben végzett.

A mosolygás és köszöntés területén való minimális visszaesés jól mutatja, hogy a vevőkiszolgálás terén van még hova fejlődni, és folyamatosan szükség van a terület gondozására – tájékoztat a *ClientFirst Consulting Kft.*

A világszinten mosolygás tekintetében 83 százalék, az üdvözléseket vizsgálva 87 százalék. Világszinten 56 százalék kapott ajánlatot egyéb termék megvásárlására, szolgáltatás. Jelentős különbségek vannak azonban az egyes földrészek, országok és iparágak között.

„Hazánk 2008 óta vesz részt a felmérésben, változó mutatószámokkal. Úgy tűnik, az elmúlt években sikerült a világszinten felzárkózni, a legjobban teljesítő országok eredményeit viszont egyelőre nem tudjuk elérni” – értékelte az adatokat Mózes István, a *ClientFirst Consulting Kft.* ügyvezetője. Hozzátette: a világszintű felmérés eredményei ismét igazolták számukra, hogy kiemelten szükség van az ügyfélkiszolgálás színvonalának gondozására, folyamatos fejlesztésére. A vállalatoknak fel kell ismerniük, hogy a kitartó munka meghozza az eredményt.



Magyarországon egyelőre még kevesebb azon vállalkozások száma, akik a fejlesztéssel kezdenek és ezáltal bevétel növekedést realizálnak. Gyakoribb, hogy a cégek csak azt követően gondolnak a fejlesztésre, miután már összegyűlt erre a keret. Szakértők szerint azonban az előbbi jóval gyorsabb és látványosabb növekedést hoz, míg utóbbi sok esetben meg sem valósul, mert a pénzt más területre csoportosítják végül. Ezért mindenképpen szükség van egyfajta szemléletváltásra.

Ez is érdekelhet!

Ez a világ legszívszorítóbb gasztrofesztiválja, ahol az ember legjobb barátja a főfogás

Címkék

aszalt gyümölcsös hús hagyományos szendvics kenyerek szendvicskrém Gasztro

Hozzászólások

A komment maximális hossza nem lehet több, mint 3969 karakter!

Még nem érkezett hozzászólás. **Legyél te az első!**