

Анализируем весну!

Мы продолжаем публиковать регулярные показания «пульса» сервиса по России — ежемесячную среднюю оценку качества обслуживания в стране.

Отметим, что в апреле и мае сохранилась намеченная в конце первого квартала тенденция роста качества российского сервиса.

«Держим руку на пульсе»

В апреле 2012 года средняя оценка качества обслуживания в России по шкале SQI составила **88 баллов**.

Этот показатель соответствует **хорошему** уровню качества обслуживания¹.

Заметно улучшилось выполнение стандартов этикета. Впервые в этом году отлично выполнялись стандарты завершения контакта с посетителями. С 98% тайных покупателей сотрудники торговых и сервисных точек попрощались. Отметим, что, несмотря на заметные подвижки, приветствуют посетители в российском ритейле недостаточно активно. Без приветствия остались 15% тайных покупателей.

Однако по-прежнему хуже всего выполнялись стандарты инициативного взаимодействия с клиентами. Только в 74,4% случаев сотрудники инициативно обращались к посетителям и предлагали помощь. Это значит, каждый четвертый посетитель торговых или сервисных точек в стране остался незамеченным сотрудниками. В 82,9% случаев сотрудники инициативно подробно расспрашивали посетителей об их пожеланиях в отношении товара или услуги. Это только удовлетворительный уровень выполнения стандартов. Клиентам приходится самостоятельно формулировать запрос. В результате 12,4% тайных покупателей уверены, что им не предоставили достаточное количество информации для принятия решения или осуществления выбора товара или услуги.

На добротном, хорошем уровне выполнялись стандарты работы с возражениями и сомнениями клиента. В 95,5% случаев сотрудники «сняли» возражения доброжелательно и убедительно, не споря.

Отметим, что в 93,5% случаев — хороший уровень выполнения стандартов — сотрудники, проводя презентацию, основывались на пожеланиях и требованиях клиента к товару. Однако, как было отмечено выше, эту информа-

цию посетители вынуждены предоставлять сотрудникам практически вопреки их желанию. Распространенная тенденция: после того, как клиент самостоятельно начинает общение с сотрудниками, большинство из них проявляют радушие и профессионализм, выполняют все стандарты, используя навыки продаж.

В мае 2012 года средняя оценка качества обслуживания в России по шкале SQI составила **88,1 балла**, продолжая положительную тенденцию весны, проиллюстрированную в Таблице 1.

Таблица 1

Месяц, 2012	март	апрель	май
Качество обслуживания, балл	86,3	88	88,1

Основное улучшение связано с ростом выполнения стандартов этикета. Приветствовали посетителей сотрудники сервисных и торговых точек в мае чаще, чем когда-либо с начала года. Однако, подтверждая известный закон «если к чему-либо нечто прибавилось, то это отнимается у чего-то другого», прощались с клиентами значительно хуже, чем в апреле и марте. Таблица 2 демонстрирует наряду с несомненным ростом нестабильность выполнения стандартов этикета с начала 2012 года.

Таблица 2

Месяц, 2012	январь	февраль	март	апрель	май
Приветствие, балл	79	85,4	82,1	85,2	90,6
Завершение контакта, балл	87,5	90	95,8	97,9	91,6

Отлично выполнялись стандарты работы с возражениями и сомнениями клиента. В 96,8% случаев сотрудники не спорили, отвечали на возражения и сомнения клиентов доброжелательно и убедительно. По сравнению с апрелем выполнение данных стандартов улучшилось, вышло на отличный уровень.

Отметим, что инициатива сотрудников в получении информации о запросе посетителей после мартовского всплеска начала медленно угасать (см. Таблицу 3). В мае в 78,8% случаев сотрудники подробно расспрашивали — задавали не менее трех вопросов по существу — о пожеланиях в отношении товара или услуги. Это значит, каждому пятому тайному покупателю приходилось самостоятельно рассказывать о своих пожеланиях к товару или услуге.

Хорошо выполнялись стандарты презентации товаров или услуг. В 94,2% случаев сотрудники, проводя презентацию, основывались на пожеланиях и требованиях клиента к товару или услуге. В 90,5% случаев тайные покупатели отметили, что им было предоставлено достаточно информации о товаре

¹ Для удобства анализа результатов на 100-балльной шкале можно выделить несколько зон, соответствующих определенному качеству обслуживания:

- 0–70 — Выполняется не больше 70% стандартов качественного обслуживания. — *Недопустимо низкое качество обслуживания*
- 71–85 — Выполняется больше 70% стандартов качественного обслуживания, но не больше 85%. — *Удовлетворительное качество обслуживания*
- 86–95 — Выполняется больше 85% стандартов качественного обслуживания, но не больше 95%. — *Хорошее качество обслуживания*
- 96–100 — Выполняется больше 95% стандартов качественного обслуживания. — *Высокое качество обслуживания*

(услуге). По сравнению с апрелем выполнение данных стандартов незначительно улучшилось.

Таблица 3

Месяц, 2012	январь	февраль	март	апрель	май
Выявление потребностей, балл	81,4	76,7	84,6	82,3	78,8

Традиционно хуже всего выполнялись стандарты инициативного взаимодействия с клиентами. Только в 75,5% случаев сотрудники инициативно обращались к посетителям и предлагали помощь. По сравнению с апрелем ситуация не улучшилась. Будущее покажет, как скажется лето на уровне отечественного сервиса.

«Удовлетворенная страна»

Оценка «Удовлетворенность обслуживанием» наших тайных покупателей складывается из трех блоков «Оценка персонала», «Клиенто-ориентированность» и «Впечатление от посещения».

Таблица 4

Месяц, 2012	март	апрель	май
Впечатление от посещения или удовлетворенность сервисом, балл	81	80,2	82,6
Оценка персонала торговых и сервисных точек	83	82,2	84,3
Клиенто-ориентированность	82,9	82,2	84,3
Субъективная оценка	77	76	79,3

Информация в Таблице 4 показывает достаточную стабильность удовлетворенности обслуживанием этой весной. В апреле 2012 года реальная удовлетворенность сервисом по России составила 80,2 балла. Рассмотрим составляющие.

Оценка персонала торговых и сервисных точек — 82,2 балла — крепкая «тройка».

Клиенто-ориентированность — 82,2 балла — крепкая «тройка». Субъективная оценка — 76 баллов — «троечка».

В мае 2012 года реальная удовлетворенность сервисом по России составила 82,6 балла. Оценка персонала торговых и сервисных точек — 84,3 балла — крепкая «тройка». Клиенто-ориентированность — 84,3 балла — крепкая «тройка». Субъективная оценка — 79,3 балла — «троечка».

«Довольные» vs «Недовольные»

В апреле 85,9% тайных покупателей в целом получили положительные эмоции от посещения торговой или сервисной точки. У 14,1% тайных покупателей ощущения от полученного обслуживания неоднозначны и противоречивы. Таким образом, каждый седьмой тайный покупатель остался недоволен качеством обслуживания. У 3,8% тайных покупателей негативные эмоции преобладали, и вряд ли у них появится желание вернуться.

В мае 89% тайных покупателей в целом получили положительные эмоции от посещения торговой или сервисной точки. У 11% тайных покупателей ощущения от полученного обслуживания неоднозначны и противоречивы. При этом у 1,7% тайных покупателей негативные эмоции преобладали, и вряд ли у них появится желание вернуться в те точки, где их обслуживали. По сравнению с апрелем количество недовольных качеством обслуживания уменьшилось в два раза.

«Превосходя ожидания»

vs «Неоправданные ожидания»

В апреле 30,8% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание лучше, чем они ожидали. 55,1% тайных покупателей были готовы к уровню предоставленного сервиса. 14,1% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание хуже, чем они ожидали. Таким образом, каждого седьмого (!) тайного покупателя разочаровали сервисом.

В мае 32,4% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание лучше, чем они ожидали. 57,1% тайных покупателей были готовы к уровню предоставленного сервиса. 10,5% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание хуже, чем они ожидали. Таким образом, каждого третьего тайного покупателя восхитили сервисом, но каждого десятого — разочаровали. По сравнению с апрелем количество случаев обслуживания ниже ожидаемого уровня стало существенно меньше.

«Промоутеры» vs «Детракторы»

В апреле 47,7% тайных покупателей готовы рекомендовать торговую или сервисную точку своим знакомым. 3,8% тайных покупателей уверены, что рекомендовать не будут ни в коем случае. 48,5% колеблются: 38,2% — возможно, порекомендуют, 10,3% — вряд ли порекомендуют. Таким образом, каждый седьмой тайный покупатель не готов рекомендовать ту сервисную или торговую точку, которую он посетил. Но практически каждый второй — готов дать рекомендацию.

В мае 50,1% тайных покупателей готовы рекомендовать торговую или сервисную точку своим знакомым. 1,9% тайных покупателей уверены, что рекомендовать не будут ни в коем случае. 48% колеблются: 39,2% — возможно, порекомендуют, 8,8% — вряд ли порекомендуют. Таким образом, каждый десятый тайный покупатель не готов рекомендовать ту сервисную или торговую точку, которую он посетил. Но каждый второй — готов дать рекомендацию. По сравнению с апрелем количество «детракторов» уменьшилось.

Информация к размышлению. Возможно, майский легкий всплеск удовлетворенности сервисом в значительной степени связан с приветливостью персонала торговых и сервисных точек, с которой встречались посетители.

Информацию о состоянии «пульса» сервиса в июне смотрите на сайте: www.sqi.ru. ✨

Д. Самойлов, Е. Филякова

Выпускающий редактор: Елена Филякова **Ответственный секретарь:** Екатерина Денисова

Редакционный совет: Евгений Емельянов, Инна Шкиперова

© «SQI management» 2012 <http://www.sqi.ru>

121069, Москва, ул. Малая Никитская, д. 27, стр. 2. Тел. (495) 258–25–02 E-mail: step@stepconsulting.ru

Бюллетень «Жизнь бизнеса» зарегистрирован в Министерстве Российской Федерации по делам печати,

телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство ПИ №77–14727 от 17 февраля 2003 г.

Перепечатка материалов, опубликованных в информационном бюллетене Консалтинг-Центра «ШАГ», допускается только по согласованию с редакцией.

Подписаться на бюллетень можно через редакцию по телефонам КЦ «ШАГ» и на сайте.

