

Летние рекорды. Квартальная и полугодовая динамика

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

Отметим, что летом сохраняется весенняя тенденция роста качества отечественного сервиса.

«Держим руку на пульсе»

В июне и июле 2012 года средняя оценка качества обслуживания в России по шкале SQI составила **88 баллов**, закрепив весенние достижения.

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

Данные в Таблице 1 наглядно иллюстрируют летнее продолжение положительной тенденции весны.

чем в мае, но выполнение стандартов осталось в рамках хорошего уровня.

Однако в июне прощались с клиентами значительно лучше, чем в целом за полгода. Июньские результаты преодолели планку отличного выполнения стандартов и приблизились к апрельскому рекорду.

В июле общее выполнение стандартов этикета вернулось в рамки хорошего уровня. Таблица 3 демонстрирует, наряду с несомненным ростом, нестабильность выполнения стандартов этикета с начала 2012 года.

Отметим, что в течение первого полугодия только в мае выполнение стандартов приветствия и прощания осуществлялось примерно на одном уровне. Все остальное время сотрудники торговых и сервисных точек про-

ТАБЛИЦА 1. Выполнение стандартов, влияющих на качество обслуживания

Месяц, 2012	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Качество обслуживания, балл	84,2	85,1	86,3	87,97	88,1	87,94	87,93

ТАБЛИЦА 2. Выполнение стандартов по работе с возражениями

Месяц, 2012	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Работа с возражениями, балл	95,9	95,4	96,5	95,5	96,8	96,9	96,8

ТАБЛИЦА 3. Выполнение стандартов этикета

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

ТАБЛИЦА 4. Выполнение стандартов презентации товаров и услуг

Месяц, 2012	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Полнота консультации, балл	86,2	84,8	88,6	87,6	90,5	87,5	89,6

В июне и июле отлично выполнялись стандарты работы с возражениями и сомнениями клиента, закрепив майские достижения. В 96,9% и в 96,8% случаев соответственно сотрудники торговых и сервисных точек не спорили с покупателями, отвечали на возражения и сомнения клиентов доброжелательно и убедительно.

В целом хорошо выполняются стандарты этикета. Несмотря на то что приветствовали посетителей сотрудники сервисных и торговых точек в первые два месяца лета реже,

щались с посетителями не в пример охотнее, чем здоровались.

В июне и июле хорошо выполнялись стандарты презентации товаров или услуг. Вместе с тем майский рекорд остался лучшим результатом не только во втором квартале, но и в первом полугодии 2012 года (см. Таблицу 4).

Уже традиционно хуже всего выполнялись стандарты инициативного взаимодействия с клиентами. Тем не менее, по сравнению с первым кварталом, во втором — уровень выполнения стандартов не опускался ниже удовлетворительного. Но по-прежнему каждый четвертый посетитель торговых или сервисных точек в стране оставался незамеченным сотрудниками.

В июле зафиксирован самый высокий с начала года результат выполнения данных стандартов (см. Таблицу 5).

Мартовский всплеск инициативы сотрудников в получении информации о запросе посетителей остался лучшим результатом первого полугодия (см. Таблицу 6). Отметим, что в первые летние месяцы интерес к потребностям клиентов несколько оживился по сравнению с маем.

Скоро узнаем, какие сюрпризы приготовил август для потребителей отечественного сервиса.

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*

ТАБЛИЦА 5. Выполнение стандартов инициативного взаимодействия с посетителями

Месяц, 2012	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Инициативность продавца в установлении контакта, балл	69,4	70,0	70,8	74,4	75,5	73,6	75,8

ТАБЛИЦА 6. Выполнение стандартов выявления запроса посетителей

Месяц, 2012	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Выявление потребностей, балл	81,4	76,7	84,6	82,3	78,8	82,5	83,4

ТАБЛИЦА 7

Месяц, 2012	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Удовлетворенность сервисом, балл	78,5	79,1	81	80,4	82,9	80	82,6
Оценка персонала торговых и сервисных точек	82	80,8	83	82,2	84,3	81,8	84,5
Клиенто-ориентированность	81,2	81	82,9	82,2	84,3	81,9	84,2
Впечатление от посещения	72,3	75,6	77	76	79,3	75,2	78,5

«Удовлетворенная страна»

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

Информация в Таблице 7 показывает достаточную стабильность удовлетворенности обслуживанием во втором квартале 2012 года.

В **июне 2012** года реальная удовлетворенность сервисом по России составила 80 баллов. Рассмотрим составляющие: Оценка персонала торговых и сервисных точек — 81,8 балла — крепкая «тройка». Клиенто-ориентированность — 81,9 балла — крепкая «тройка». Впечатление от посещения — 75,2 балла — «троечка».

В **июле 2012** года реальная удовлетворенность сервисом по России составила 82,6 балла: Оценка персонала торговых и сервисных точек — 84,5 балла — крепкая «тройка». Клиенто-ориентированность — 84,2 балла — крепкая «тройка». Впечатление от посещения — 78,5 балла — «троечка».

«Довольные» vs «Недовольные»

В **июне** 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 2,3% тайных покупателей негативные эмоции преобладали, и вряд ли у них появится желание вернуться.

В **июле** 89,5% тайных покупателей в целом получили положительные эмоции от посещения торговой или сервисной точки. У 10,5% тайных покупателей ощущения от полученного обслуживания неоднозначны и противоречивы. При этом у 1,6% тайных покупателей негативные эмоции преобладали, и вряд ли у них появится желание вернуться.

«Превосходя ожидания» vs «Неоправданные ожидания»

В **июне** 28,8% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание лучше, чем они ожидали. 55,8% тайных покупателей были готовы к уровню предоставлен-

ного сервиса. 15,4% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание хуже, чем они ожидали. Таким образом, каждого седьмого(!) тайного покупателя разочаровали сервисом.

В **июле** 28,6% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание лучше, чем они ожидали. 60,4% тайных покупателей были готовы к уровню предоставленного сервиса. 11% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание хуже, чем они ожидали. Таким образом, каждого третьего тайного покупателя восхитили сервисом, но каждого десятого — разочаровали.

«Промоутеры» vs «Детракторы»

В **июне** 45,1% тайных покупателей готовы рекомендовать торговую или сервисную точку своим знакомым. 3,2% тайных покупателей уверены, что рекомендовать не будут ни в коем случае. 52,7% — колеблются: 40,3% — возможно, порекомендуют, 11,4% — вряд ли порекомендуют. Таким образом, каждый девятый тайный покупатель не готов рекомендовать ту сервисную или торговую точку, которую он посетил. Но практически каждый второй — готов дать рекомендацию.

В **июле** 50,4% тайных покупателей готовы рекомендовать торговую или сервисную точку своим знакомым. 1,7% тайных покупателей уверены, что рекомендовать не будут ни в коем случае. 47,9% — колеблются: 38,8% — возможно, порекомендуют, 9% — вряд ли порекомендуют. Таким образом, каждый второй тайный покупатель готов дать рекомендацию. По сравнению с июнем количество «детракторов» уменьшилось почти вдвое.

Отметим, что в мае уровень удовлетворенности тайных покупателей был самым высоким за весь период первого полугодия 2012 года. Однако июльские результаты практически повторили майские показатели. Корреляционный анализ показал высокую зависимость удовлетворенности клиентов от уровня выполнения стандартов инициативного взаимодействия с клиентами и презентации товаров и услуг.

В следующем номере знакомьтесь с анализом результатов лета и третьего квартала. 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.

