

## Баллы в личное пользование, или Еще одна история мошенничества

Есть множество способов отъема денег не только у честных клиентов, но и у честного работодателя. В предыдущих выпусках бюллетеня «Жизнь бизнеса» мы уже писали о проблемах воровства и мошенничества линейного персонала. Рассказ тайного покупателя заставил наших сотрудников вновь вернуться к разговору об этой проблеме.

Тайных покупателей бывших не бывает. После участия в нескольких проектах в качестве «агента» обычный покупатель навсегда превращается в «тайного». Теперь любой поход за покупками товаров или услуг становится своеобразной «проверкой» — клиент обращает внимание на все, что касается удобства и комфорта нахождения в магазине или сервисной точке, выкладки товара, наглядности предоставления информации, обслуживания и выполнения стандартов...

Наша история началась во время обычного посещения магазина человеком, который имел в прошлом опыт участия в исследованиях оценки качества обслуживания в качестве тайного покупателя. Но в этом случае он просто совершал покупки для себя как частное лицо. Стоя в очереди в кассу, он обратил внимание, что, оформляя покупки предыдущим покупателям, кассир не закрывает чек. С каждым следующим клиентом в очереди кассовый чек становился все длиннее и длиннее, существенно свисая с кассового аппарата.

Когда подошла очередь автора истории оформлять товар, он постепенно начал понимать причины столь странного поведения кассира. Кассир поздоровалась и спросила, есть ли бонусная карта магазина, оформила товары и назвала итоговую сумму. Клиент отдал деньги и попросил чек. В этот момент ситуация полностью про-

яснилась. Немного смутившись и спросив разрешения выдать общий чек, кассир достала, по всей видимости, свою личную клиентскую карту компании, сканировала ее и только после этого закрыла чек. Общая сумма почти полуметрового чека составила чуть более 3500 рублей. Вклад в нее автора этой истории был почти на четверть меньше.

Заинтересовавшись происходящим всерьез, покупатель на сайте компании узнал, что в ее магазинах недавно изменилась клиентская программа лояльности: вместо возможности накопления скидок карта покупателя теперь позволяет накапливать бонусы-баллы за совершенные покупки. Нетрудно догадаться, что сообразительная кассир получает бонусы на личную карту за покупки клиентов магазина. Можно только догадываться, сколько таких покупок она проводит за смену.

Мы задумались: является ли данный способ почти легального заработка ноу-хау отдельных сотрудников этого магазина или эта находка уже гуляет по рынку?

Но факт остается фактом: ради собственной выгоды кассир не выполняет свои прямые обязанности: не информирует покупателей о клиентской программе лояльности компании (условия получения бонусной карты, ее преимущества). При этом компания теряет деньги клиентов, которые они могли оставить в магазинах, приняв участие в программе. Да и деньги, вложенные в создание, разработку и внедрение клиентской программы лояльности, может стать, оказались потрачены исключительно в пользу собственного персонала. ✨

Е. Филякова



**«SQI management» объявляет, что по итогам 2012 года Михаил Попов и Наталья Лукашина признаны «Лучшими сотрудниками» компании.**

**Наши коллеги были надежны и в рутинной ежедневной работе, и в форс-мажорных обстоятельствах, которыми богата жизнь менеджеров. Они, как никто, знают тонкости технологий метода «тайный покупатель», позволяющие нашим заказчикам в срок получать точные и достоверные результаты качества обслуживания в торговых и сервисных точках.**

**Иногда нам кажется, что для них нет ничего невозможного. Но мы знаем, что есть еще ресурсы для дальнейшего роста.**

**Мы от души поздравляем наших коллег и ждем новых достижений!**



# Декабрьский провал!

Мы продолжаем публиковать регулярные показания «пульса» сервиса по России — ежемесячную среднюю оценку качества обслуживания в стране. В декабре качество обслуживания несколько ухудшилось, прервав поступательный рост отечественного сервиса, наблюдавшийся на протяжении полугода.

## «Держим руку на пульсе» (как выполняются стандарты обслуживания в России)

В декабре 2012 года средняя оценка качества обслуживания в России по шкале SQI составила **85,5 балла**. Этот показатель соответствует **удовлетворительному** уровню качества обслуживания. Отметим, что этот результат хуже прошлогоднего: в декабре 2011 года средняя оценка качества обслуживания составила 86,6 балла.

### Когда безынициативность наказуема

Инициативное взаимодействие с покупателями никогда не было «коньком» сотрудников отечественных торговых и сервисных точек. Данные стандарты стабильно недостаточно выполнялись в течение года. Однако в декабре зафиксирован антирекорд выполнения стандартов инициативного взаимодействия с покупателями. Похоже, продавцы избегали работы: каждый третий тайный покупатель был проигнорирован сотрудником торговой или сервисной точки.

### Как расспросишь, так и продашь

В декабре каждому пятому тайному покупателю продавцы/консультанты не задавали вопросов о потребностях, не выявляли запрос. Соответственно в декабре сотрудники торговых и сервисных точек продавали товар хуже, чем в течение года. Стандарты презентации товаров и услуг выполнялись удовлетворительно/недостаточно — 80 баллов.

### Преимущества вежливого человека

Вместе с тем отметим, что стандарты завершения контакта с посетителями в декабре выполнялись очень хорошо — 95,5 балла. До заветного «отличного» уровня выполнения стандартов не хватило 0,5 балла. Однако, если мы объединим нежелание замечать клиентов, плохую консультацию и охотное прощание, вполне логичным становится уже прозвучавшее предположение о нежелании сотрудников торговых и сервисных точек работать в декабре. Тем более что здоровались с посетителями в декабре не в пример реже: стандарт выполнялся только в 86,9% случаев.

### Ответы на вопросы и возражения

Даже работа с возражениями и ответами на вопросы в декабре заметно «просели». В течение года выполнение данных стандартов достаточно стабильно держалось на отличном уровне. 92,2% выполнения стандартов в последний месяц года — только «четверка», переходя на школярский язык.

Ждем новых результатов и надеемся на большую стабильность роста качества обслуживания в 2013 году.

## «Удовлетворенная страна»

Оценка «Удовлетворенность обслуживанием» наших тайных покупателей складывается из трех блоков «Оценка персонала», «Клиенто-ориентированность» и «Впечатление от посещения». В декабре 2012 года реальная удовлетворенность сервисом по России составила 79,7 балла — результат практически совпадает с удовлетворенностью сервисов год назад в это же время. Рассмотрим составляющие. Оценка персонала торговых и сервисных точек — 81,7 балла — крепкая «тройка». Клиенто-ориентированность — 81,1 балла — крепкая «тройка». Субъективная оценка — 76 баллов — «троечка».

### «Довольные» vs «Недовольные»

В декабре 2012 года 86,2% тайных покупателей в целом получили положительные эмоции от посещения торговой или сервисной точки. Год назад этот показатель составил 85,6%.

В декабре 2012 года у 13,8% тайных покупателей ощущения от полученного обслуживания неоднозначны и противоречивы. Из них у 3% тайных покупателей негативные эмоции преобладали, и вряд ли у них появится желание вернуться. В декабре 2011 года негативные эмоции от посещения переживали 2,6% тайных покупателей.

### «Превосходя ожидания»

#### vs «Неоправданные ожидания»

В декабре 2012 года 31% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание лучше, чем они ожидали. В декабре 2011 года обслуживание превзошло ожидания 33,7% тайных покупателей.

В последний месяц 2012 года 54% тайных покупателей были готовы к уровню предоставленного сервиса. 15% тайных покупателей отметили, что полученное обслуживание хуже, чем они ожидали. Таким образом, каждого седьмого(!) тайного покупателя разочаровали сервисом. Год назад, в декабре 2011 года, разочарованных сервисом тайных покупателей было меньше — 13,1%.

### «Промоутеры» vs «Детракторы»

В декабре 2012 года 47,7% тайных покупателей готовы рекомендовать торговую или сервисную точку своим знакомым; 4,1% тайных покупателей уверены, что рекомендовать не будут ни в коем случае; 48,2% — колеблются; 37,5% — возможно, порекомендуют; 10,7% — вряд ли порекомендуют.

В последний месяц 2011 года собирались рекомендовать своим знакомым качество обслуживания в торговой или сервисной точке большее количество тайных покупателей — 49%. Категорически настроенных против рекомендаций было меньше — 3,5% тайных покупателей.

Информацию о состоянии «пульса» сервиса в январе и феврале 2013 года смотрите на сайте: [www.sqi.ru](http://www.sqi.ru). ✨

Д. Самойлов,  
Е. Филякова

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

**Редакционный совет:** Евгений Емельянов, Инна Шкиперова

© «SQI management» 2013 <http://www.sqi.ru>

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

