

Приложение к информационному бюллетеню КЦ "ШАГ" "Жизнь бизнеса", № 1(11), 2009

Кто как продает квартиры в кризис

С 31 октября по 20 ноября 2008 года «SQI management» (Группа Компаний «ШАГ») совместно с журналом Smart Money провели очередное инициативное исследование. На этот раз в фокусе нашего внимания оказались девелоперские компании: на какой уровень качества консультирования по телефону может рассчитывать потенциальный покупатель квартир первичного жилья.

Для исследования были отобраны 19 крупнейших компаний, ведущих строительство жилых зданий в Москве, Краснодарском крае и Нижнем Новгороде. Тайные покупатели звонили в офисы компаний по телефонным номерам, указанным на сайте в качестве контактных для связи с покупателями, и интересовались условиями приобретения однокомнатной или небольшой двухкомнатной квартиры в новостройке в спальном районе (в ближайшем пригороде, если звонок по Москве). Результаты оказались весьма любопытны.

Качество обслуживания, на которое может рассчитывать отечественный покупатель квартир

Лидерами по качеству обслуживания при телефонной консультации стали компании Миракс и Миэль с 92 и 87 баллами соответственно (см. Таблицу)¹. Только эти две компании продемонстрировали хороший уровень консультирования и клиенториентированность.

Замыкает рейтинг компания Жилстрой-НН с 58 баллами. Необходимо также отметить, что большая группа компаний продемонстрировала недопустимо низкий уровень консультирования потенциальных покупателей первичного жилья.

Сильные и слабые стороны российских строительных компаний: ситуация на рынке в целом

Анализ результатов позволяет увидеть, как в целом обстоят дела с качеством консультирования своих потенциальных покупателей у российских строительных компаний.

К сильным сторонам консультирования в офисах строительных компаний относится выполнение следующих стандартов элементарного этикета: менеджеры по недвижимости практически всегда здороваются и прощаются с клиентом, а во время беседы внимательно слушают, не торопя и не перебивая.

Вместе с тем необходимо отметить ряд стандартов, очень плохо выполняемых, однако способных дать компаниям существенные конкурентные преимущества. Это станет возможно, если менеджер будет представляться по имени, во время консультации не будет отвлекаться на посторонние разговоры и дела, проявит заинтересованность

Таблица «Рейтинг строительных компаний по общему уровню качества консультирования»

Компания	Город	% выполнения стандарта
Миракс	Москва	92
Миэль	Москва	87
Интеко	Москва	83
Девелопмент-Юг	Краснодар	80
Гарантия-Строй	Нижний Новгород	78
Выбор	Нижний Новгород	78
Нижегородкапстрой	Нижний Новгород	77
Пересвет	Москва	75
ПИК	Москва	75
Кубаньинвест	Краснодар	75
ПИК-Регион	Нижний Новгород	74
СУ-155	Москва	73
Сити-XXI век	Москва	73
Стройинтернейшнл	Краснодар	70
Дон-Строй	Москва	69
Главмосстрой	Москва	68
Капитал Груп	Москва	67
Снегири Девелопмент	Краснодар	67
Жилстрой-НН	Нижний Новгород	58

¹ 0-70 баллов – недопустимо низкий уровень обслуживания, 71-85 баллов – удовлетворительный уровень обслуживания, 86-95 баллов – хороший уровень обслуживания, 95-100 баллов – отличное обслуживание.

Service Quality Index - 10 лет в работе!



Service Quality Index - 10 лет в работе!

в клиенте, в конце предложит клиенту обменяться контактами, пригласит обращаться в компанию в дальнейшем и поблагодарит за звонок.

Реальные конкурентные преимущества получат и компании, которые направят свои усилия на обучение своих сотрудников навыкам продаж, - в настоящее время эти стандарты большинством менеджеров выполняются на «тройку», в лучшем случае – на «четверочку». К ним относятся:

- инициативные вопросы для выяснения ситуации клиента и деталей его запроса;
- предоставление менеджером достаточного количества информации по заданным вопросам, полностью удовлетворяющее интересы клиента;
- умение работать с возражениями: отвечать уверенно и тактично, не споря с клиентом, на его сомнения и возражения.

Это тем более важно в нынешней ситуации, когда предложения даже на самые дешевые малометражки уже превышают спрос. «Звоночком», что тенденция к ужесточению конкуренции на рынке жилья началась, можно считать «успокаивающие» ответы менеджеров в ответ на вопрос: «Сколько готовых квартир осталось?» - «Квартир много», «Есть из чего выбрать», «Не беспокойтесь, вам хватит». Результаты нашего исследования показали, что небольшие квартиры остались у всех компаний без исключения, а ведь совсем недавно подобную ситуацию можно было представить только в очень смелых фантазиях.

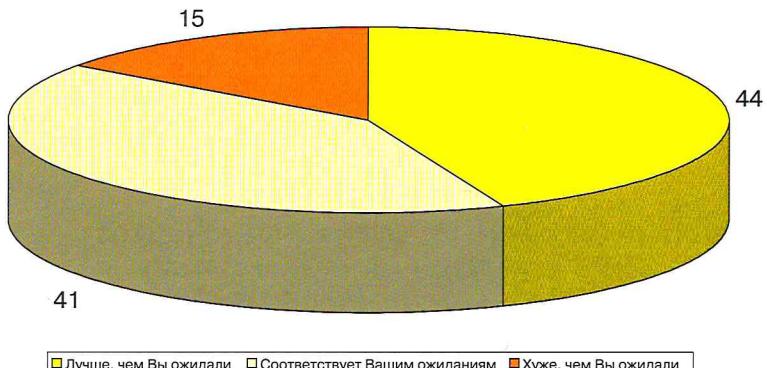
А чего Вы ждали? (Результаты субъективной оценки)

«А он мне нравится, нравится, нравится...»

Клиенты любят возвращаться к сотрудникам, которые им понравились. Так и начинает формироваться лояльность к компании: позитивное субъективное впечатление от консультации и сервиса подтолкнет человека к выбору именно этого офиса или сети.

И 48% менеджеров строительных компаний, безусловно, работают на укрепление лояльности к своим компаниям со стороны потенциальных покупателей квартир. Те тайные покупатели, которых они консультировали, отметили, что хотели бы, чтобы в следующий раз их консультировал именно этот сотрудник. Вместе с тем для 17% звонивших в офисы строительных компаний консультация стала тяжелым испытанием: «Тяжелый и малоприятный контакт: сотрудница говорила натянуто, информацию давала односложно, фразы короткие, эмоционально не располагает к себе, хотелось завершить разговор как можно скорее» (Жилстрой-НН); «Ощущение от общения с менеджером компании: раз мне нужно купить квартиру, то я и должна сама напрягаться, это мои проблемы» (ПИК). К таким консультантам вряд ли возникнет желание вернуться, особенно в условиях возросшей в период кризиса конкуренции.

Обслуживание, которое Вы получили:



«Вот это сервис!»

Для выяснения удовлетворенности консультацией тайным покупателям предлагалось выбрать один из четырех вариантов, наиболее подходящий для окончания предложения: «Я получил такое обслуживание, что...». Консультацией остались довольны 82% тайных покупателей: «Сотрудники демонстрируют хороший уровень клиентоориентированности. Чувствуется, что в компании дорожат каждым обращением со стороны потенциального клиента. Хорошо поставленные голоса, обязательно спрашивают имя, предлагают инициативно различные варианты, стремятся "зацепить" клиента, вежливы и доброжелательны, интересуются возможностями обратной связи, подстраиваются под клиента. Разговор информативный, содержательный» (Миракс).

Однако у 6% тайных покупателей консультация оставила только негативные эмоции, - они не только вряд ли сами станут лояльными покупателями, но и поделятся информацией о неудачном опыте со знакомыми: «Менеджер вызывает только негативные эмоции своим незнанием и нежеланием нормально разговаривать» (Жилстрой-НН).

«Я б в лояльные пошел...»

Ожидания тайных покупателей от обслуживания - очень важная информация, поскольку соответствие или превышение ожиданий потенциальных клиентов - основа формирования лояльности.

Получая аналогичные услуги, видя рекламу и т.п., человек формирует ожидания от обслуживания. Получая реальный опыт, потребитель сравнивает его с ожидаемым. Если опыт соответствует или превосходит ожидания – формируется лояльность; если ожидания были выше – потенциальный клиент потерян. Обманутые ожидания в нашем случае - 15% потерянных клиентов.

Остается надеяться, что жесткие условия конкурентной борьбы в кризис быстрее научат строительные компании клиентоориентированному консультированию потенциальных покупателей, чем годы стабильного роста цен на жилье.

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

Редакционный совет: Евгений Емельянов, Инна Шкиперова

© Консалтинг-Центр «ШАГ» 2008 <http://www.stepconsulting.ru>

125009, Москва, Романов пер., д. 3, стр. 4-5. Тел. (495) 629-15-74, 629-15-86 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.

