

Компания SQI Management

15/03/2017

Москва

Результаты международного исследования Smiling Report 2017: Стабильно улыбчивая Ирландия и приветливая Южная Америка

Компания SQI Management совместно с Better Business World Wide опубликовал результаты Smiling Report 2017.

Члены Международной ассоциации MSPA (Mystery Shopping Providers Association) в течение последних 13-ти лет с помощью тайных покупателей по всему собирают информацию о работе персонала в торговых и сервисных точках. В фокусе внимания улыбчивость, приветливость и желание продавать дополнительные товары и услуги.

Отчет 2017 года представляет обобщенные результаты 2,1 млн. ответов тайных покупателей из 67 стран мира.

Глобальные результаты

81% - столько тайных покупателей поприветствовали в торговых и сервисных точках. 79% тайных покупателей посчастливилось общаться с улыбчивыми продавцами. 58% -получили предложение дополнительных товаров или услуг.

В целом, в мире стали реже улыбаться покупателям. Глобальный показатель «улыбчивости» персонала в минувшем году снизился на 4%-х пункта по сравнению с 2015 годом. И здороваться стали реже: - 6 %-х пунктов.

Стандарты, связанные с дополнительными продажами, во всем мире всегда выполнялся хуже этикетных правил. Но именно их выполнение на протяжении всех 12-ти лет из года в год продолжает медленный, но поступательный рост: с 45% в 2004 до 58% в минувшем.

Улыбки по странам и континентам

Среди стран охотнее всего улыбались продавцы из Ирландии (96%). Хотя это немного хуже их 100%-го результата в прошлом году. Ирландия лидирует по улыбчивости персонала третий год подряд.

Второе место заняла Литва (95%), третье досталось Пуэрто Рико (94%). За ними следуют Аргентина, Австрия и Канада, у которых 93% улыбчивых продавцов.

Замыкают рейтинг участников второй год подряд Макао (54%) и Гонконг (57%). Отметим рост улыбчивости персонала в Гонконге за последний год с 48% до 57%.

За год лучше всех «научились» улыбаться продавцы в Хорватии (с 59% до 79%).

В ряде европейских стран продавцы в 2016 подрастеряли свою улыбчивость. Если в 2015 году в Испании улыбающиеся встречались тайным покупателям в 97% случаев, то год спустя - только в 74%. Не лучше обстоят дела в Великобритании (91% в 2015 против 73% в 2016), Швейцарии (97% vs 82%) и Латвии – (78% vs 63%).

Среди континентов по улыбочивости персонала лидируют обе Америки. На первом месте - Северная - с результатом 90% улыбочивых продавцов, на втором - Южная - 84%. Самый низкий результат у Азии – 65%.

Самые радушные сотрудники - в отраслях, связанных с красотой и здоровьем. Здесь тайным покупателям улыбались в – 89% случаев. На втором месте гостеприимство – 86%. Самыми неулыбочивыми в минувшем году были сотрудники транспортных компаний - 58%. В их пользу следует отметить, что по сравнению с 2015 годом «улыбочивость» выросла на 15 %-х пунктов.

НЕулыбочивость по-русски

Россия разделила с Испанией и Перу 19-е место из 26-ти возможных (77%). Наши продавцы стали реже улыбаться по сравнению с прошлым годом (-13%-х пунктов). Для нас это первая отрицательная динамика результатов с 2005 года. Наш результат незначительно уступает «общемировому показателю» (79%), но обидно, что снижение очень резкое.

Приветливость по странам и континентам

Всегда здоровались (100%) в восьми странах в Южной Америке – Колумбия/Эквадор/Сальвадор/Гватемала/Гондурас/Мексика/Панама/Венесуэла. Самыми приветливыми странами в Европе стали Греция и Ирландия (97%), лучший результат в Азии у Китая – 92%.

Только с каждым вторым тайным покупателем здоровались в Макао (54%), немногим чаще – в Гонконге, Индии и Молдове (62%).

Самый впечатляющий рост результатов продемонстрировали продавцы в Латвии, - здесь за год стали здороваться чаще на 16%-х (78% в 2015 году и 94% в 2016).

Среди европейских стран, где за год стали существенно реже здороваться, - Россия (с 90% до 71%), Турция (с 92% до 74%), Швейцария (с 99% до 82%) и Испания (с 98% до 85%).

Обе Америки лидируют и по приветливости среди континентов. На первом месте Южная Америка – 94%, на втором, уступая 1%-й пункт - Северная с 93%. Реже всего здоровались в Азии.– 71%.

Сотрудники компаний, продающих государственные услуги, здоровались чаще коллег из всех остальных секторов рынка - 96%. Удивительно, но в отрасли «Здоровье и красота» сотрудники стали значительно реже здороваться в минувшем году (-19%-х пунктов). В результате, 74% здесь - самый низкий показателем для отраслей. Напротив, сотрудники «транспортной» отрасли транспорта стали здороваться не в пример чаще (77% в 2016 против 67% в 2015 году).

НЕПРИВЕТЛИВАЯ РОССИЯ

По приветливости Россия заняла только 20 из 23 возможных мест (71%). Хуже результаты только у Перу (68%), Гонконге/Индии/Молдовы (62%) и Испании (54 %). По сравнению с

2015 годом отечественный персонал здоровался значительно реже - на 19%-х пунктов. Если годом раньше не здоровались только с каждым 10-м тайным покупателем, то в прошлом году – не приветствовали уже каждого 5-ого.

Дополнительные продажи

С 2004 во всем мире демонстрация навыков дополнительных продаж года сильно уступает желанию персонала торговых и сервисных точек приветствовать посетителей и улыбаться им. «Глобальный показатель» 2016 года - только 58%. Тем впечатляюще смотрятся результаты лидеров рейтинга: Сальвадор – 99%, Гондурас – 97%. За ними с отрывом следуют Гватемала (89%) и Колумбия с (85%).

Замыкает рейтинг Парагвай (17%) Таким образом, разрыв между лучшим и худшим результатами составляет 82%-х пункта. В Европе самый низкий показатель у Греции (27%).

Эффективнее всего над ростом дополнительных продаж поработала Бразилия. Здесь в 2016 году дополнительные товары и услуги предлагались на 20%-х пунктов чаще, чем годом ранее (51% против 31%). Улучшились результаты в Хорватии – на 18%х пунктов (с 37% до 55%), Австрия - на 13%-х пунктов (с 67% до 80%) и США – 12%-х пунктов (с 49% до 61%).

В трех странах стали значительно реже предлагать дополнительные товары или услуги. В Болгарии – на 13%-х пунктов (с 60% в 2015 году до 47% в 2016), Перу – на 12%-х пунктов (с 63% в 2015 году до 51% в 2016) и Парагвае – на 12%-х пунктов (с 29% в 2015 году до 17% в 2016).

Самыми коммерчески ориентированными стали продавцы в Северной Америки – 64%, а наименее в Азии – 53%.

Чаще всего подумать о дополнительной покупке предлагали в финансовом секторе – 66% из 100%, «серебро» у транспортной отрасли (64%, что на 21%-й пункт выше результата 2015 года). Стандарты дополнительных продаж сотрудники сектора «Гостеприимство» выполняли в 63% случаев, отрасли «Здоровье и красота» – в 61% случаев. Самый низкий результат у автомобильной промышленности: здесь дополнительные товары и услуги предлагали только каждому второму тайному покупателю, что на 12%-х пунктов хуже показателя 2015 года. Индустрия отдыха также показала значительное – 14%-х пунктов - снижение предложений дополнительных услуг с 72 до 58%. Низкий результат и у розницы - 56%.

Отечественная постпродажа

Это единственный рейтинг, где российские продавцы заняли достойное 6-е место из 38 с положительной динамикой результатов за последние два года. 79% в 2016 – это самый высокий показатель с 2005 года (+4%-х пункта по сравнению с 2015 и +19%-х пунктов по сравнению с 2014).

СПРАВКА:

«SQI Management» специализируется на построении систем управления качеством обслуживания с 1999 года. «SQI Management» с 2005 года является членом Международной ассоциации провайдеров услуг mystery shopping и работает по международным стандартам. С 2015 года Компания получила подтверждение статуса Действительного члена Ассоциации Агентств Мониторинга Качества Обслуживания (АМКО).

В спектр услуг «SQI Management» входят:

- постановка системы управления качеством обслуживания в компаниях,
- оценка качества обслуживания с использованием собственной авторской методики Service Quality Index,
- исследования удовлетворенности клиентов Customer satisfaction index,
- оценка уровня исполнения стандартов методом «mystery shopping»,
- бенчмаркинг в области качества обслуживания,
- проведение аудитов - мерчандайзинговый, ценовой и т.д.
- оценка удовлетворенности и лояльности клиентов

На счету Компании «SQI Management» более 600 российских и международных проектов. Проверки качества обслуживания реализуются в 732 городов России и стран СНГ. С 2003 года ГК «ШАГ» проводит регулярные инициативные некоммерческие исследования уровня качества обслуживания в российских розничных сетях. В рамках инициативных исследований были оценены более 200 брендов.

Инна Власова (Шкиперова),

PR директор,

Группа Компаний "ШАГ"

(495) 258-25-02

8-926-468-32-01

ink@stepconsulting.ru

www.sqi.ru