

«КАК КЛИЕНТ УПРАВЛЯЕТ РОЗНИЦЕЙ»

ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ VS ЭФФЕКТИВНЫЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ
КАЧЕСТВА



ВОЗМОЖНО ЛИ ОЦЕНИТЬ КАЧЕСТВО?

ИЛИ ЧТО ТАКОЕ «ТАЙНИК»



Цена



Время



«Ошибка сценария» – вы решаете за покупателя, что ему нужно



Ограничение в выборке – вы решаете, когда придёт клиент



Объективная субъективность



Адекватно - сообразительные сотрудники










И ещё миллион сомнительных преимуществ подобной оценки ...



ВОЗМОЖНО ЛИ ОЦЕНИТЬ КАЧЕСТВО?


А ЧТО ЕСЛИ?

-  Дорого, но без оплаты прохождения проверки
-  Не тратить время сотрудника розницы впустую
-  Оценивать реальный запрос клиента
-  Оценивать влияние трафиковых часов на качество обслуживания
-  Объективная субъективность
-  Оценивать любой визит любого клиента
-  Предоставлять оперативную обратную связь




ВИДЕОМОНИТОРИНГ- КАК СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА


СВЕТ, КАМЕРА, МОТОР!



Оборудуем торговые точки камерами (запись звука и хранение архива)



Определяем сотрудника, который будет производить оценку (внутренний сотрудник или подрядчик)



Решаем технические вопросы: площадка, на которой производится оценка, хранение архивов, предоставление отчётов и т.д.

СТАНДАРТЫ – СЦЕНАРИИ - АНКЕТЫ

ПРАКТИКА

Определение КРІ

Приоритизация КРІ

Расчёт математики



ОТ ОЦЕНКИ К РЕАЛИЗАЦИИ

КАК МЫ ЭТО СДЕЛАЛИ?



Проверка теории (Замер без оценки и информирования)



Подготовка единой базы знаний (В нашем случае статья на корпоративном портале)



Информирование и тестовый период (Возможность перестроиться)



Внедрение (Поддержка - изменения)

НАШ ОПЫТ

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ?



Поставили приоритет на сервисные показатели



**Разработали стандарт, подходящий для оценки каждого клиента
(Отказались от «типов клиентов»)**



Внедрили развивающие стандарты



Ввели дополнительный аналитический блок

NPS TOP DOWN

