

Sprzedawcom w sklepach obuwniczych nie bardzo zależy na kliencie

Buty wzięte pod lupę

Choć wygląd sklepów i prezentacja towaru są na wysokim poziomie, to najbardziej liczy się po prostu: sprzedać. Na dalszy plan schodzi standard usług. Co gorsze, sklepy obuwnicze w Polsce przegrywają z czeskimi i słowackimi. Firma INTERNATIONAL SERVICE CHECK od 16 stycznia do 2 lutego br. sprawdziła, jak wygląda handel w markowych sklepach z obuwem.

W Polsce wysłannicy ISC odwiedzili sklepy takich marek, jak: Aldo, Ambra, Apia, Bata, CCC, Danija, Deichmann, Gino Rossi, Heavy Duty, Humanic, Kazar, Ochnik, Prima Moda, Ryłko, Street, Venezia, Wittchen, Wojas oraz Zebra. W Czechach i Słowacji: Bata, CCC, Deichmann, Gino Rossi, Huma-

nic, Luna Leder, Stival oraz Street. Na podstawie ankiet wypełnionych przez klientów testowych powstał raport o jakości obsługi.

Wygląd na piątkę

Pierwsza z ankiet dotyczyła oceny wyglądu, czystości i porządku w sklepach. Klienci nie zgłosili poważnych zastrzeżeń. Największy problem dotyczył identyfikacji pracowników – w 51,8% przypadków, nie mieli ani plaketek z imieniem, ani firmowych strojów.

Magiczne dzień dobry

Jedną z kategorii była ocena kultury pracowników. Najbar-

dziej rzucającym się w oczy problemem był brak powitania. W aż 70,6% przypadków nikt z pracowników sklepu nie zareagował na pojawienie się klienta przywitaniem, skinieniem głowy, czy choćby uśmiechem. Pozostałe główne problemy to: brak wyjaśnień zasad zwrotów, brak zachęty do przymierzania obu butów,

SKLEPY Z BUTAMI – OCENA KLIENTÓW

	Polska	Czechy i Słowacja
Wygląd.....	89,1%	94,6%
Prezentacja towaru.....	89,3%	98,8%
Obsługa.....	45,6%	68,7%
Budowanie lojalności klienta.....	20,1%	32,8%
POZIOM OBSŁUGI		
OGÓŁEM.....	55,3%	73,1%

brak pytań ze strony sprzedawców o to, przy jakich okazjach mają być buty używane.

Kup i żegnaj

Mocną stroną sklepów jest wygląd. Mniejszą uwagę poświęca się standardom obsługi. – Jeżeli zadania pracownika sprawdzają się do przyjęcia należności za produkt i wydania reszty, to już wolę kupować przez internet – taką opinię wyraził klient po wizycie w sklepie Ryłko w Galerii Krakowskiej. **(OPR. W)**

International Service Check w Polsce realizuje rocznie ok. 10.000 badań w ramach krajowych i międzynarodowych projektów. Wśród jej klientów są m.in.: Cartier, Deichmann, Ecco, McDonald's, Mont Blanc, Porsche, Starbucks, Swarovski czy Diesel.