

Улыбайтесь, вас фиксируют.

Новые Известия, 19.08.2005

НОВЫЕ ИЗВЕСТИЯ

ОЛЬГА ГОРЕЛИК

Самый вежливый персонал работает в косметологических центрах, самый злобный – в госучреждениях

Международный Альянс таинственных покупателей (IMSA) опубликовал сводные данные по Европе, Америке, Азии и Австралии за 2004 год об уровне сервиса для потребителей. Данные базируются на оценках более 1 млн. тайных визитов проверяющих в различные точки – магазины, аптеки, госучреждения. Стандарт качественного обслуживания оценивался по трем критериям: улыбочивость, приветствие и предложение купить что-либо, кроме того, что уже приобрел покупатель. В России «таинственные покупатели» тоже есть.

Как уже сообщали «НИ», недавно в России появилась новая методика обучения вежливости обслуживающего персонала – «таинственный покупатель». Отправляя в магазин или ресторан под видом обычных клиентов специально нанятых людей, бизнесмены получают информацию о том, насколько вежливо и доброжелательно его сотрудники обслуживают посетителей. Однако новой эта технология является только для российского рынка. На Западе и Востоке она применяется уже много лет. И публикация Международного Альянса таинственных покупателей (IMSA) подтверждает это.

Как следует из итогов проверок, прошедших в целом ряде стран, самыми щедрыми на улыбки оказались официанты, продавцы и сотрудники «ресепшн» в Северной Америке. Они улыбнулись своим клиентам в 92% случаев. Лидером по угрюмости оказался обслуживающий персонал азиатских и тихоокеанских стран – от них улыбки можно дожидаться лишь в 65% случаев. С приветствием на Западе дело обстоит несколько напряженнее. Бывает, что поздороваться забывают даже радушные американцы. В итоге услышать «здравствуйте» можно в 82% случаев посещения европейских и американских магазинов, банков и прачечных. На Востоке же, напротив, здороваются чаще, чем улыбаются, – 76%. В том, что касается предложения приобрести дополнительный товар, перевес оказался на стороне азиатов – они делают это в 49% случаев, тогда как скромные европейцы – в 40%.

Таинственные покупатели также оценили вежливость сотрудников в зависимости от сферы деятельности компании. Так, самым улыбочивым оказался персонал медицинских и косметологических центров – 92%, чаще всех здороваются сотрудники СМИ – 95%, а активнее всего провоцируют клиента на дополнительные покупки работники финансовых компаний – 65%. Худший же результат во всех трех случаях показали мелкие чиновники из государственных учреждений.

«До сих пор подобные оценки делались без учета российского сервиса, но теперь аналогичные данные можно будет получить и по России, – уверена генеральный директор представляющей у нас IMSA компании «Нэксеп Промоушн» Оксана Аульченкова. – В результате мы сможем реально оценить, в чем именно наш сервис отстает от мировых стандартов».

Пока же судить о нашем сервисе можно лишь по личным впечатлениям клиентов и владельцев самих компаний из сферы услуг. А их оценки пока не очень высокие. Немало хозяев наших сервисных центров и магазинов признают, что главная угроза для них – собственные сотрудники. «Кассиры, которые хамят, для торговой сети гораздо опаснее, чем любой конкурент, – признался «НИ» владелец одной крупной торговой компании. – Поэтому в этой нише нам постоянно приходится вести работу с персоналом». По мнению бизнесменов, именно вежливые и приветливые сотрудники позволяют той или иной фирме в конечном итоге стать лидером рынка. И напротив, даже дорогую, брендовую вещь можно запросто уронить в цене, неправильно обслужив покупателя.