



# Исследование качества обслуживания методом “тайный клиент” автосалонов г.Ашхабад



## **Цель исследования:**

Объективная оценка выполнения стандартов обслуживания персоналом автосалонов методом “Mystery Shopping” (“тайный клиент”, “таинственный покупатель”).

## **Обоснование:**

Спрос на новые автомобили в Туркменистане в последние годы устойчиво растёт, чему свидетельство рост числа автосалонов.

Усиливающаяся конкуренция приводит к необходимости использовать современные методики в управлении, одной из которых является постоянный контроль над выполнением стандартов обслуживания персоналом методом “таинственный покупатель”.



Исследование проводилась двумя тайными клиентами, каждый давал оценку автосалону, затем две оценки усреднялись.

Перед началом участия в проекте, каждый тайный клиент был ознакомлен с сопроводительным регламентом и прошёл тренинг по нему.

Сопроводительный регламент включал в себя:

1. Легенду, построенную на индивидуальной потребности тайного клиента;
2. Сценарий поведения тайного клиента в соответствии с легендой;
3. Оценочные формуляры.





## Этапы проекта:

1. Мониторинг оптимального времени посещения автосалонов тайным клиентом.
2. Оценка общей ситуации в автосалонах:
  - параметры внешней среды
  - параметры внутренней среды
  - параметры организационной среды
3. Очная коммуникация тайного клиента со специалистом продаж при посещении автосалона. Оценивалось:
  - ✓ выполнение стандартов обслуживания персоналом;
  - ✓ следование алгоритму продаж при работе с клиентами.
4. Заполнение оценочных формуляров.
5. Анализ и подготовка отчёта о результатах проведенной работы.





## Объём работ:

2 тайных клиента осуществили 18 контактов в 9-ти автосалонах г.Ашхабада:

- ✓ KIA (ул. Б.Аннанова, 104)
- ✓ Toyota (ул. Огузхана, 7/А)
- ✓ Škoda (ул. Огузхана, 7/А)
- ✓ Volkswagen (ул. Огузхана, 7/А)
- ✓ Hyundai (ул. Худайбердыева)
- ✓ Nissan (ул. Худайбердыева)
- ✓ Daewoo (ул. Б.Аннанова, 104)
- ✓ “Awtoulaglar Dükany” (угол Худайбердыева-Котовского)
- ✓ “Asia-Hyzmatdaş” (ул. Молодежная, 126)



## Оценка общей ситуации:

При оценке параметров **внешней и внутренней среды** таинственные покупатели отметили что сами офисы заслуживают **высокой оценки**:

- ✓ удобное расположение салонов,
- ✓ наличие рекламных ориентиров,
- ✓ чистота и порядок внутри салона,
- ✓ достаточное количество маркетинговой информации,
- ✓ качественная визуальная презентация автомобилей,

Все это свидетельствует о том, что руководство автосалонов уделяет серьезное внимание контролю этих направлений.

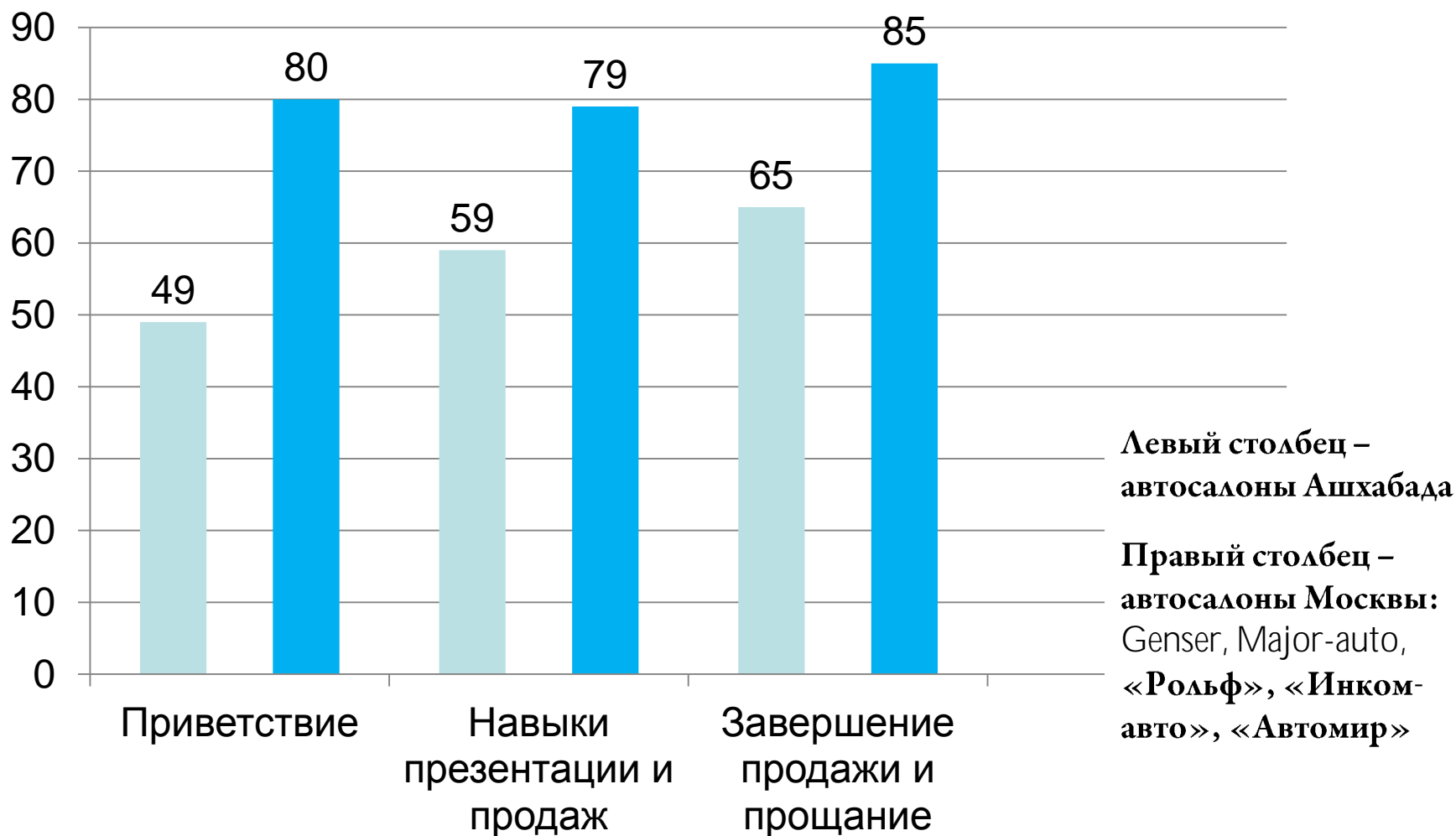
Единственное замечание здесь – недостаток парковочных мест рядом с некоторыми автосалонами.

При оценке параметров **организационной среды**, внешний вид персонала практически **не вызывал нареканий** – простой бизнес-стиль у большинства сотрудников автосалонов. Обстановка деловая, не отвлекающая.





## Сравнительные результаты оценки качества обслуживания персоналом автосалонов г.Ашхабада и г.Москвы





## Выводы:

Руководство автосалонов города уделяет большое внимание внешнему виду автосалонов, комфорту внутренней среды, качеству презентации самих автомобилей, наличию маркетинговой информации, внешнему виду персонала – то есть аспектам внешней, внутренней, организационной среды.

Что касается оценки качества обслуживания клиентов персоналом автосалонов, из представленной на предыдущем слайде гистограммы видно, что средний уровень данного показателя в автосалонах города Ашхабад далёк от совершенства. Например, не всегда на потенциального клиента обращают внимание, помогают ему сориентироваться. Также тайнственные покупатели отметили, что некоторые взаимодействующие с ними сотрудники не владеют алгоритмом продаж, в частности:

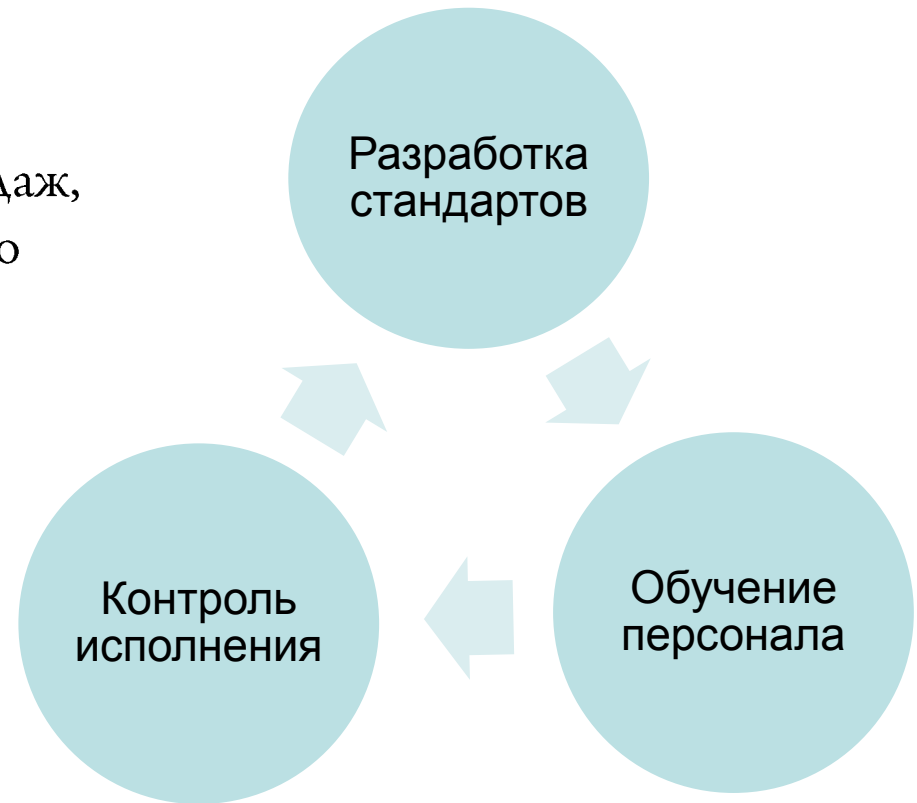
- ✓ не умеют правильно поздороваться, не представляются,
- ✓ не владеют в достаточной мере навыками презентации,
- ✓ не владеют навыками завершения продаж, часто не могут правильно проводить клиента.





## Рекомендации:

- ✓ **Разработать стандарты** обслуживания и продаж, как **систему**, позволяющую эффективно использовать уровень обслуживания как **конкурентное преимущество**.
- ✓ **Внедрить** эти стандарты через **обучение** персонала (тренинг продаж, тренинг клиентоориентированного поведения)
- ✓ **Контролировать** исполнение стандартов с помощью технологии **“тайный клиент”**





**Рынок новых автомобилей** в Туркменистане растёт очень динамично и возможно спрогнозировать дальнейший **рост спроса** на новые автомобили.

**Продавец-консультант** – “лицо компании”, от него зависит **репутация автосалона**.

А **репутация автосалона** наравне с товарно-ценовым предложением – важнейший компонент **успешного бизнеса**. “Сарафанное радио” покупателей может привести новых, а может и вовсе отворотить текущих и потенциальных клиентов...



## **Мы готовы:**

- ✓ Помочь Вашей компании в разработке внутренних стандартов обслуживания клиентов и продаж
- ✓ Помочь Вашей компании во внедрении этих стандартов на тренингов продаж и клиентоориентированного поведения
- ✓ Осуществлять мониторинг работы персонала по технологии “тайный клиент”

**Приглашаем к сотрудничеству!**





*Контактное лицо:*

**Быкова Карина Бахтияровна**

Консультант

*Адрес:* Туркменистан, Ашхабад, ул. О.Кулиева, д.33, 2-й этаж, офис № 18

*Телефон/факс:* (+99312) 220807

*Мобильный телефон:* (+99368) 412555

*E-mail:* bykova@mctagency.com

*Web:* [www.mctagency.com](http://www.mctagency.com)

**Приглашаем к сотрудничеству!**

