

Daymaker

**Specjaliści w zakresie
poprawy jakości obsługi klienta**



O badaniu:

Zarys projektu

Badanie zostało przeprowadzone przez firmę Daymaker Poland Sp. z o.o.

Jego rezultatem jest Indeks Daymaker – wskaźnik obsługi klientów w sieciach handlowych.

Co roku badanie przeprowadzane jest w Polsce, Szwecji, Czechach i Norwegii.

Cel

Celem badania jest ocena i analiza obsługi klienta w polskim handlu detalicznym.

Metoda

Projekt ten został przeprowadzony przez firmę Daymaker z wykorzystaniem metody Mystery Shopping.

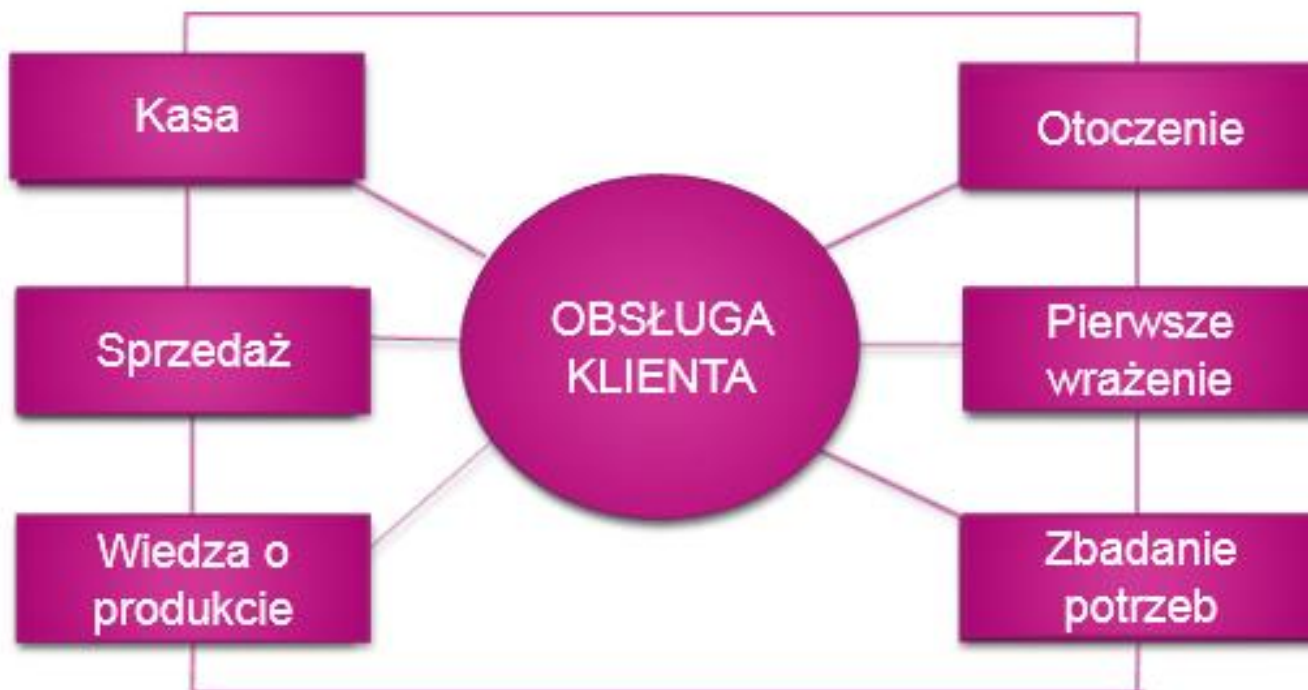
Obserwatorzy Daymaker opisywali swoje wrażenia na arkuszu oceny w formie odpowiedzi na 15 zdefiniowanych pytań zamkniętych oraz komentarzy.

Obserwatorzy nie dysponowali informacjami na temat liczby punktów za poszczególne pytania.



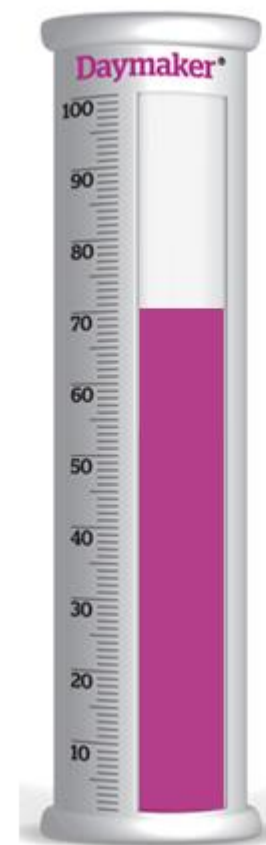
Co oceniamy?

Najważniejsze obszary obsługi klienta mierzone przez Daymaker



Metoda i skala oceny Daymaker

- W ramach każdej kategorii opracowujemy szereg konkretnych pytań.
- Następnie przeliczamy uzyskane wyniki i prezentujemy je w skali procentowej (0-100%).
- Maksymalna ocena wizyty w punkcie sprzedaży detalicznej wynosi zatem 100%.
- **Zbiorcza ocena wizyt w sklepach pozwala przyznać całej sieci uśredniony wynik od 0 do 100%.**
- Uśrednione wyniki oceniane są według następującej skali:
 - **100% - 80% wynik bardzo dobry**
 - **80% - 40% wynik przeciętny**
 - **40% - 0% wynik słaby**



W lutym 2014 r. przeprowadziliśmy badanie 19 branż na polskim rynku handlu detalicznego

Zbadane branże

- | | |
|------------------------------|------------------------|
| 1. Uroda | 14. Stacje benzynowe |
| 2. Drogerie | 15. Akcesoria do domu |
| 3. Handel budowlany | 16. Perfumerie |
| 4. Salony optyczne | 17. Księgarnie |
| 5. Sklepy z biżuterią | 18. Artykuły dziecięce |
| 6. Apteki | 19. Sklepy sportowe |
| 7. Akcesoria | |
| 8. RTV-AGD | |
| 9. Operatorzy telefonii | |
| 10. Sklepy obuwnicze | |
| 11. Sklepy meblowe | |
| 12. Sklepy odzieżowe | |
| 13. Sklepy odzieżowe Premium | |

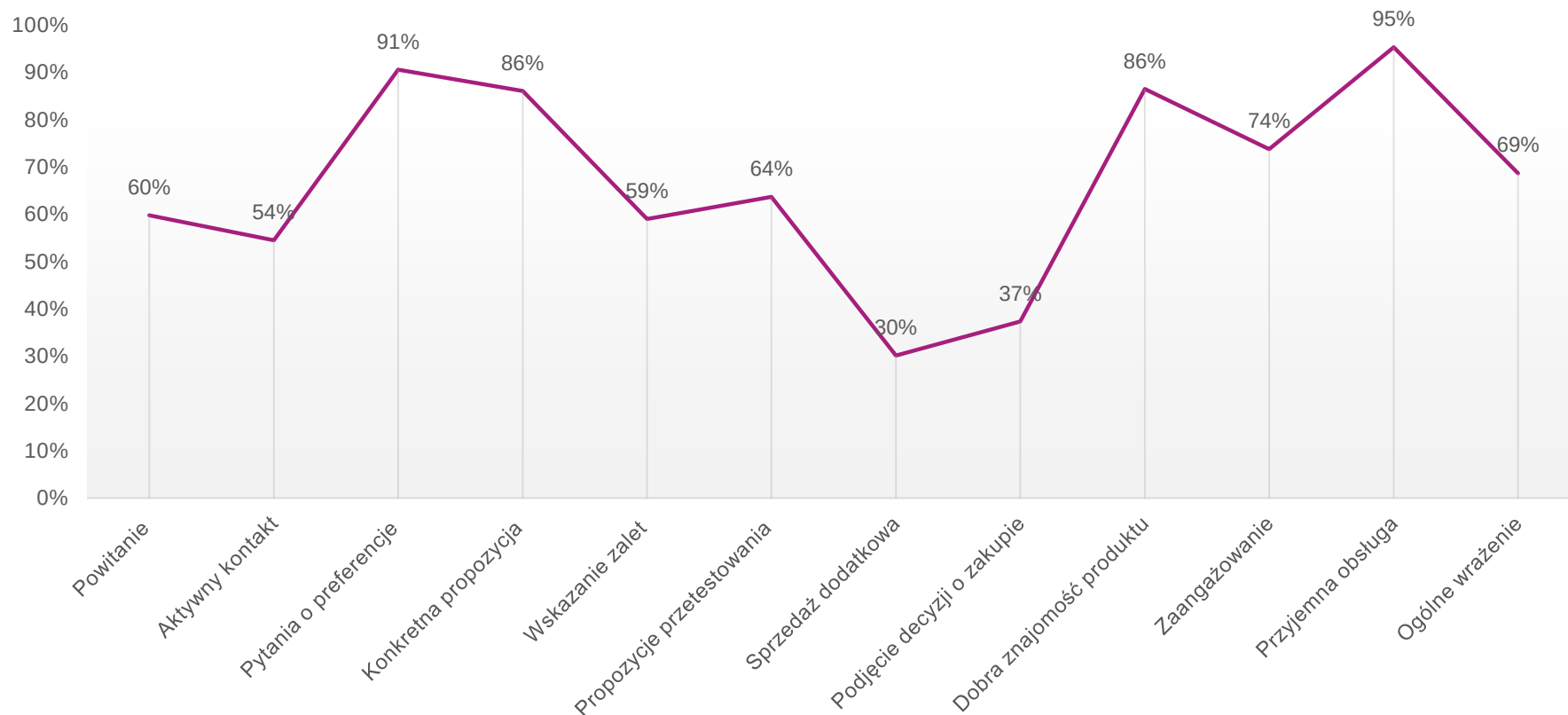
Dane o wizytach

Liczba sklepów	780
Liczba sieci	156
Liczba wizyt przypadających na jedną sieć	5
Liczba pytań	15

Sieci objęte badaniem Daymakerindex 2014

Akcesoria	Handel Budowlany	Sklepy obuwnicze	Sklepy odzieżowe	Moodo	Sklepy sportowe	Uroda
Accessorize	Castorama	Aldo	Adidas	NEW YORKER	Decathlon	INGLOT
Bijou Brigitte	Jula	Ambra	Bershka	Nike	GO SPORT	L'Occitane
Glitter	Leroy Merlin	Bata	Big Star	Orsay	Intersport	MAC
I am	OBI	Boti	C&A	Oysho	Sklepy z biżuterią	Stenders
Parfois	Praktiker	CCC	Calzedonia	Pako Lorente	Apart	The Body Shop
Apteki	Sklepy meblowe	Centro	Camaieu	Pepe Jeans	Pandora	Yves Rocher
Apteki DBAM O ZDROWIE	Black Red White	CLARKS	Celio	Pretty Girl	Swarovski	
EURO-APTEKA	Ikea	Deichmann	Cos	Promod	SWISS	
Mediq	Meble Vox	Ecco	Cropp Town	Pull&Bear	W. Kruk	
Super Pharm	Operatorzy telefonii	Gino Rossi	Cubus	Quiosque	Yes	
Ziko Apteka	Orange	Heavy Duty	Diverse	Recman	Stacje benzynowe	
Akcesoria do domu	Play	Kazar	ETAM	Reserved	Bliska	
Almi Decor	PLUS	Prima Moda	Gap	River Island	BP	
Duka	T-Mobile	Rytko	Gatta	Simple	Lotos	
HOME & YOU	Perfumerie	Street	Giacomo Conti	Sinsay	Lukoil	
Jysk	Douglas	VENEZIA	H&M	Solar	Orlen	
Tchibo	Marionnaud	Wojas	House	Stradivarius	Shell	
Villeroy & Boch	Sephora	Sklepy odzieżowe Premium			Statoil	
Zara Home	RTV-AGD	Guess	Intimissimi	Tally Weijl	Artykuły dziecięce	
Drogerie	EURO RTV AGD	Hugo Boss	KappAhl	Tatum	Cocodrillo	
Dayli	Komputronik	Pinko	Lancerto	Terranova	Mothercare	
Drogeria Natura	Media Expert	Tommy Hilfiger	Lavard	TOP SECRET	Sklep 5.10.15.	
Hebe	Media Markt	Salony optyczne	Levis	Triumph	SMYK	
Rossmann	NEONET	Fielmann	Lindex	Vero Moda	Świat Dziecka	
Księgarnie	Saturn	Lynx	Mango	Vistula	Tape à l'oeil	
Empik	Sony Center	Paris Optique	Marks & Spencer	Wólczanka	Toy Planet	
Matras	VOBIS	Vision Express	Massimo Dutti	Wrangler/Lee	Toys R Us	
			Mohito	Zara		

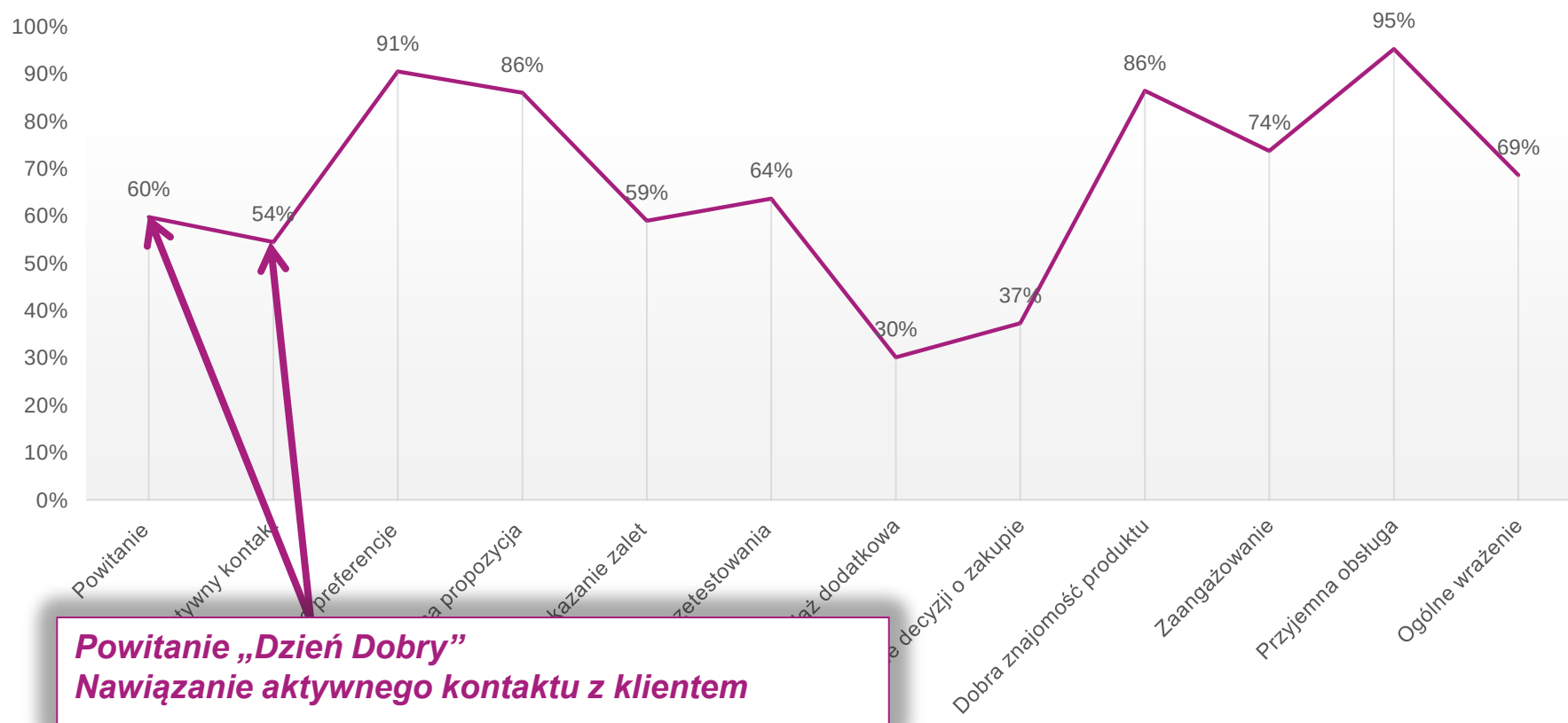
Daymakerindex 2014



Wykres ilustruje doświadczenia klientów związane z konkretnymi obszarami procesu sprzedaży.

Źródło: Daymakerindex 2014 na podstawie 780 obserwacji w 156 sieciach oraz w 19 branżach.

Nadal istnieje możliwość poprawy w obszarze pierwszego kontaktu z klientem

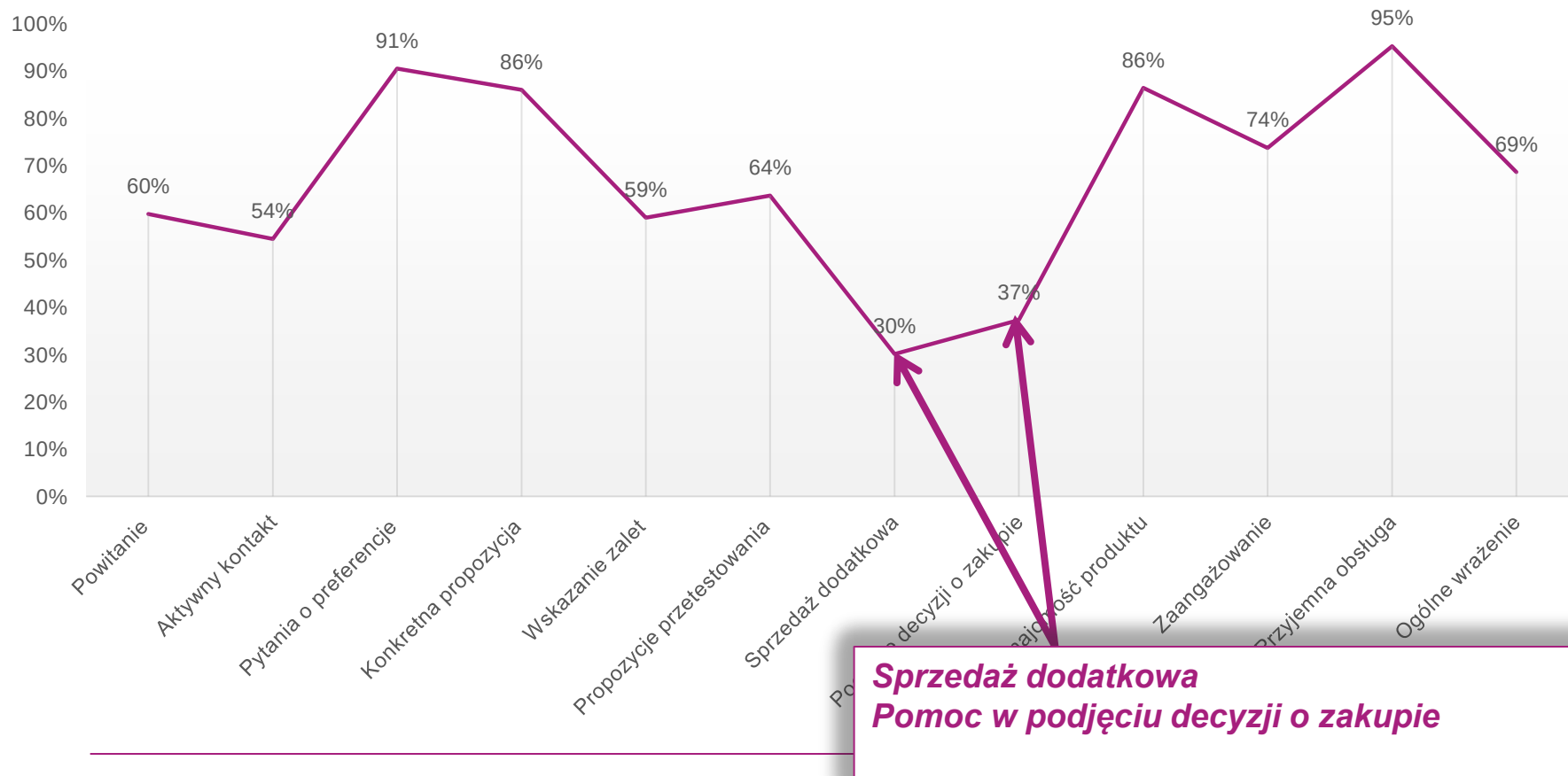


Wykres ilustruje doświadczenie klienta w poszczególnych obszarach procesu zakupu.

Dane dotyczą rynku handlu detalicznego w Polsce 2014.

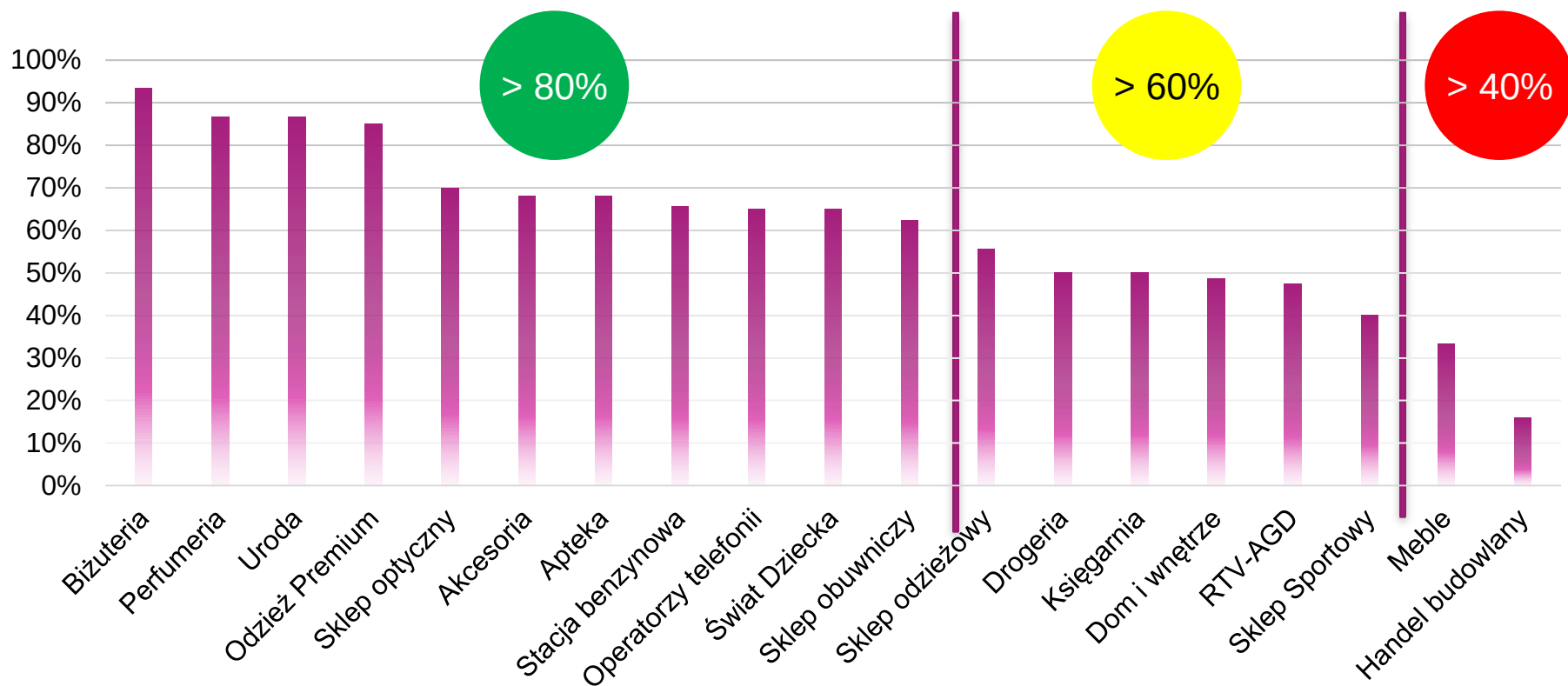
Źródło: Daymakerindex 2014 na podstawie 780 obserwacji w 156 sieciach oraz w 19 branżach.

... jednak największe wyzwania obserwujemy pod koniec procesu obsługi klienta



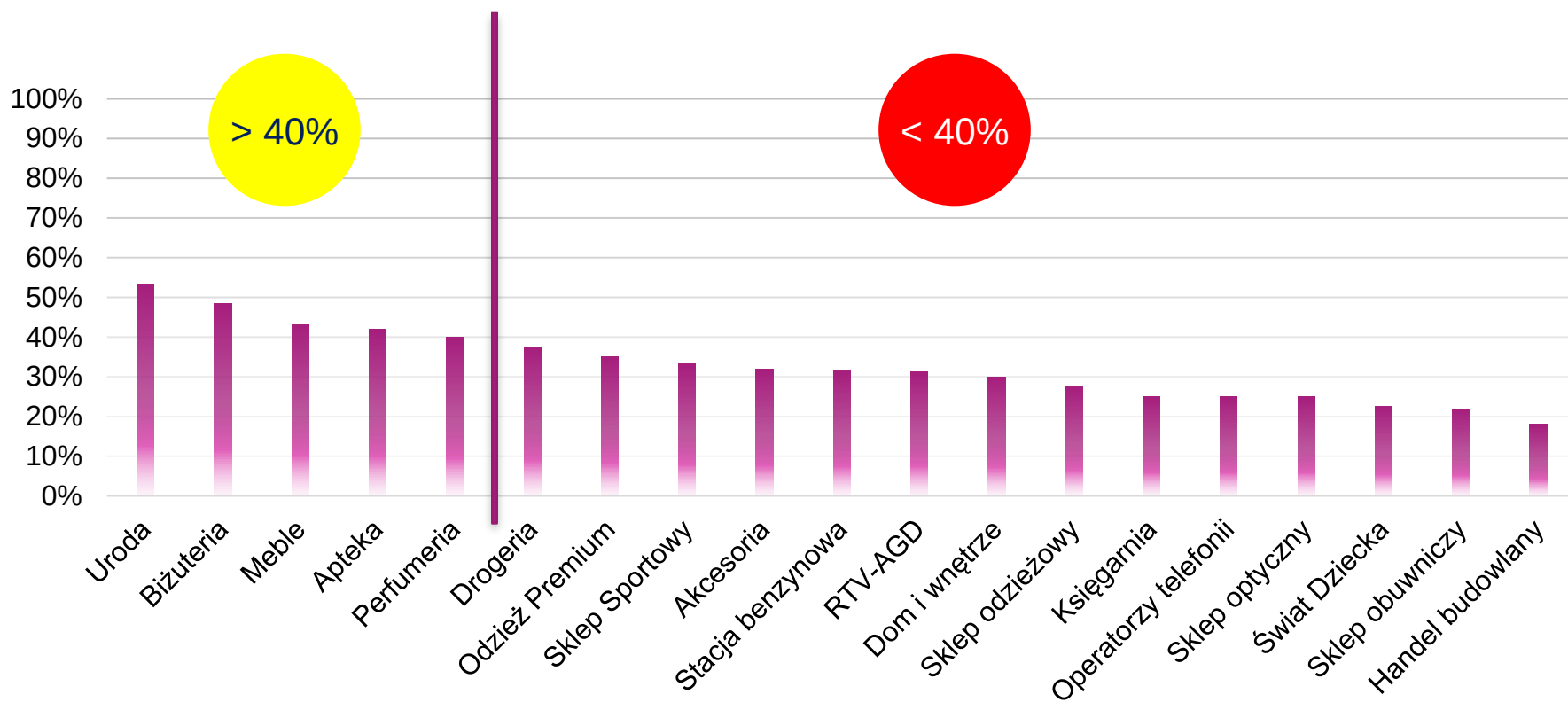
Wykres ilustruje doświadczenie klienta w poszczególnych obszarach procesu zakupu. Dane dotyczą rynku handlu detalicznego w Polsce 2014.

"Dzień Dobry!"

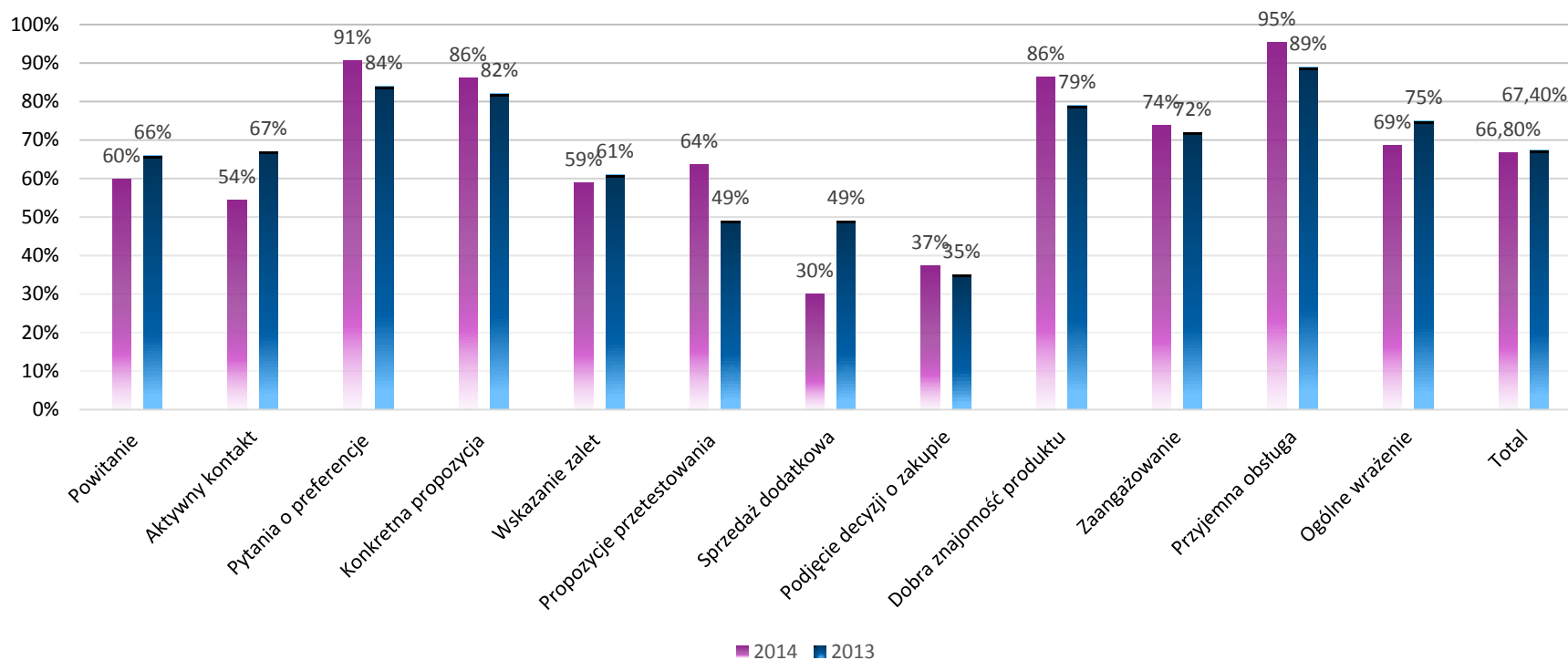


Ważne – należy mówić „Dzień dobry” z zaangażowaniem. Klient zacznie doceniać ten standardowy zwrot grzecznościowy.

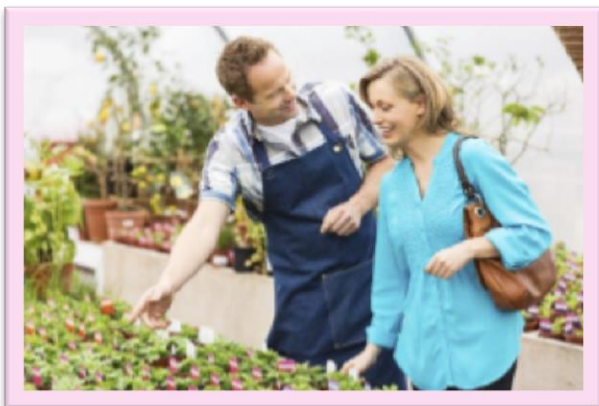
Sprzedaż dodatkowa



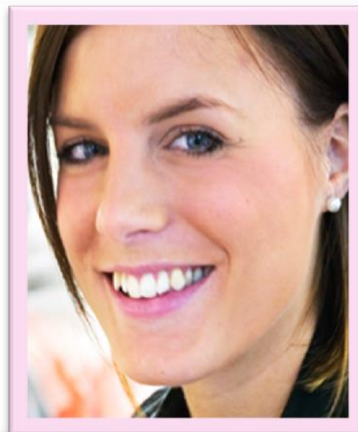
Polscy sprzedawcy z roku na rok stają się coraz lepsi w procesie sprzedaży



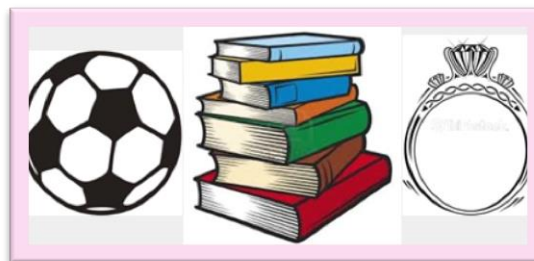
2014 w porównaniu do 2013



Polscy sprzedawcy poprawili techniki sprzedaży – poprawa w przypadku zadawania otwartych pytań, opisywania produktów, sprzedaży komplementarnej oraz pomaganiu w podjęciu decyzji o zakupie.

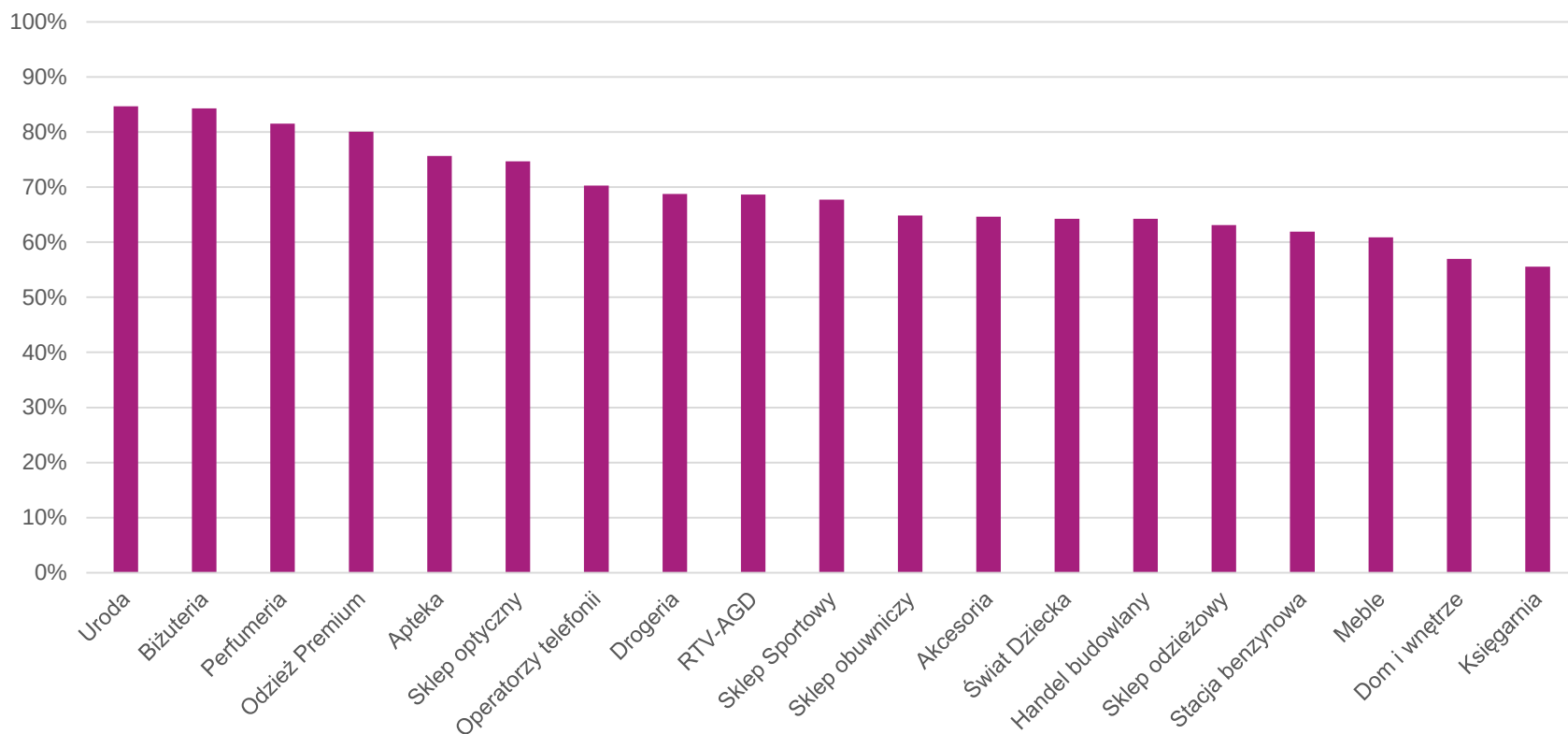


Znaczący spadek w przypadku mówienia „Dzień Dobry”



***Największa poprawa:
Sklepy sportowe, Księgarnie,
Sklepy jubilerskie***

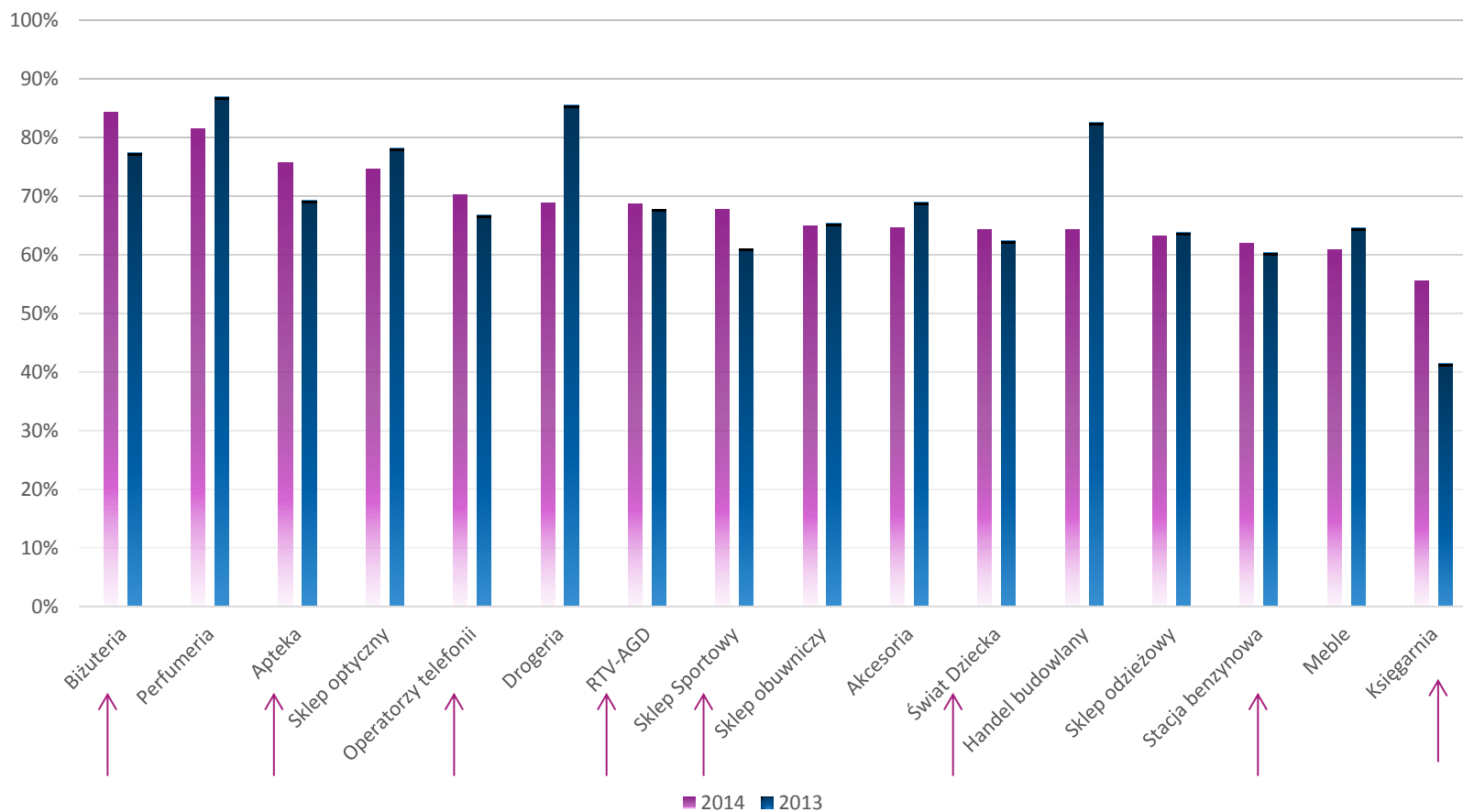
Najlepsze branże łączy wspólne podejście – proces sprzedaży wymaga większej interakcji z klientem



3 najlepsze branże to: Uroda, Sklepy z biżuterią, Perfumerie,

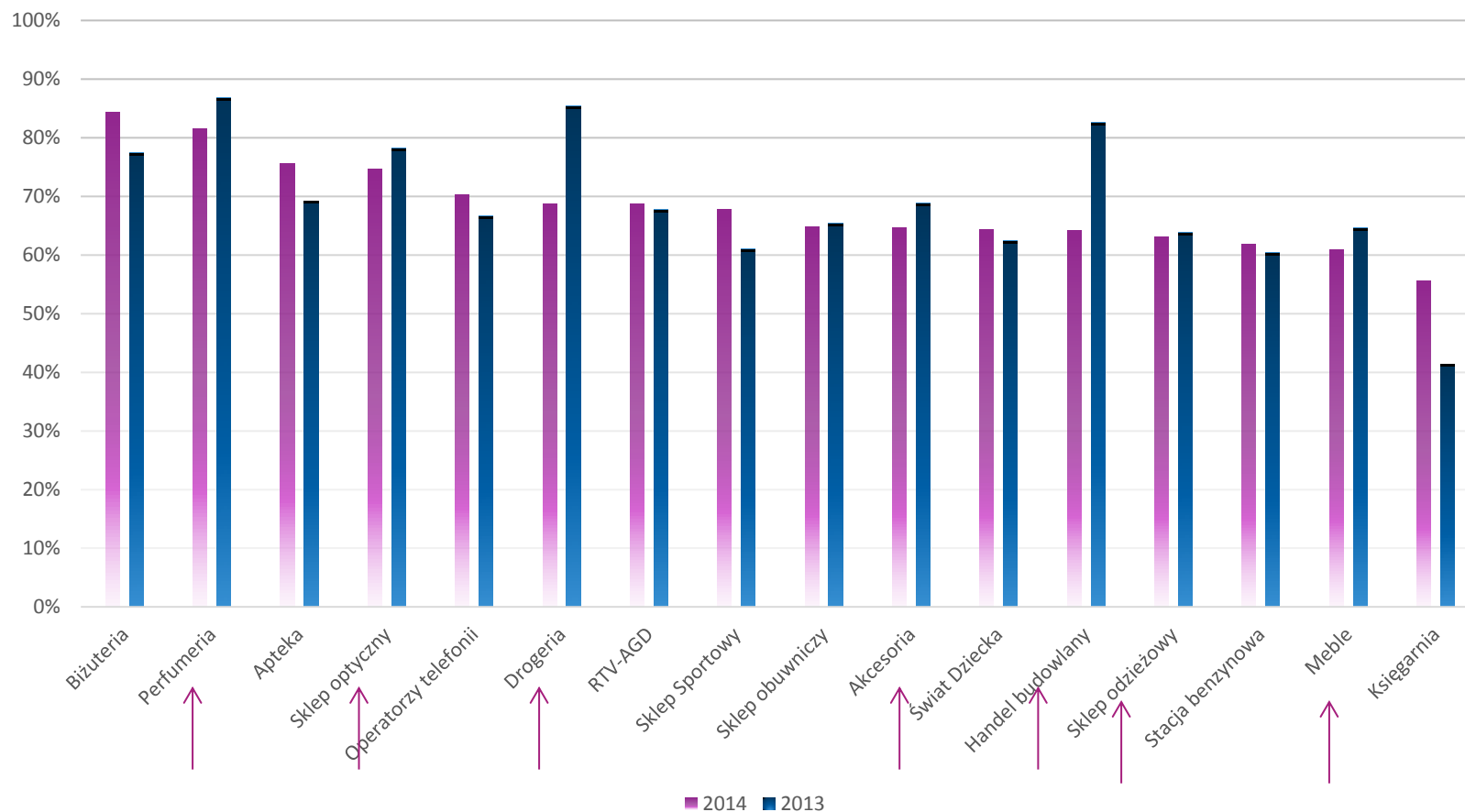
3 branże o najsłabszych wynikach to: Księgarnie, Akcesoria do domu, Sklepy meblowe.

8 z 17 branż poprawiło swoje wyniki



Największa poprawa: Sklepy sportowe, Księgarnie, Biżuteria
Największy spadek: Handel budowlany, Drogerie

... oraz 7 branż obniżyło swoje wyniki



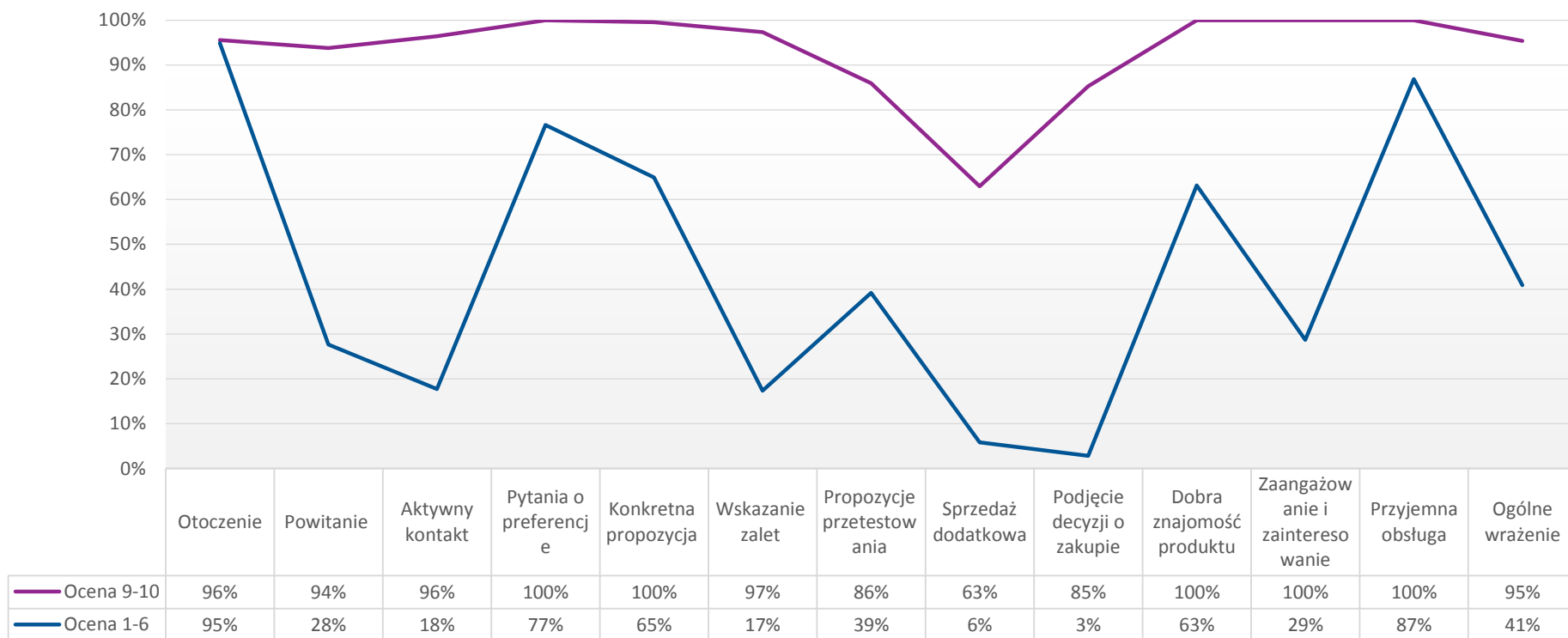
Największa poprawa: Sklepy sportowe, Księgarnie, Biżuteria
Największy spadek: Handel budowlany, Drogerie

**Dlaczego tak istotne
jest zrozumienie wagi
odpowiedniego podejścia
do klienta?**



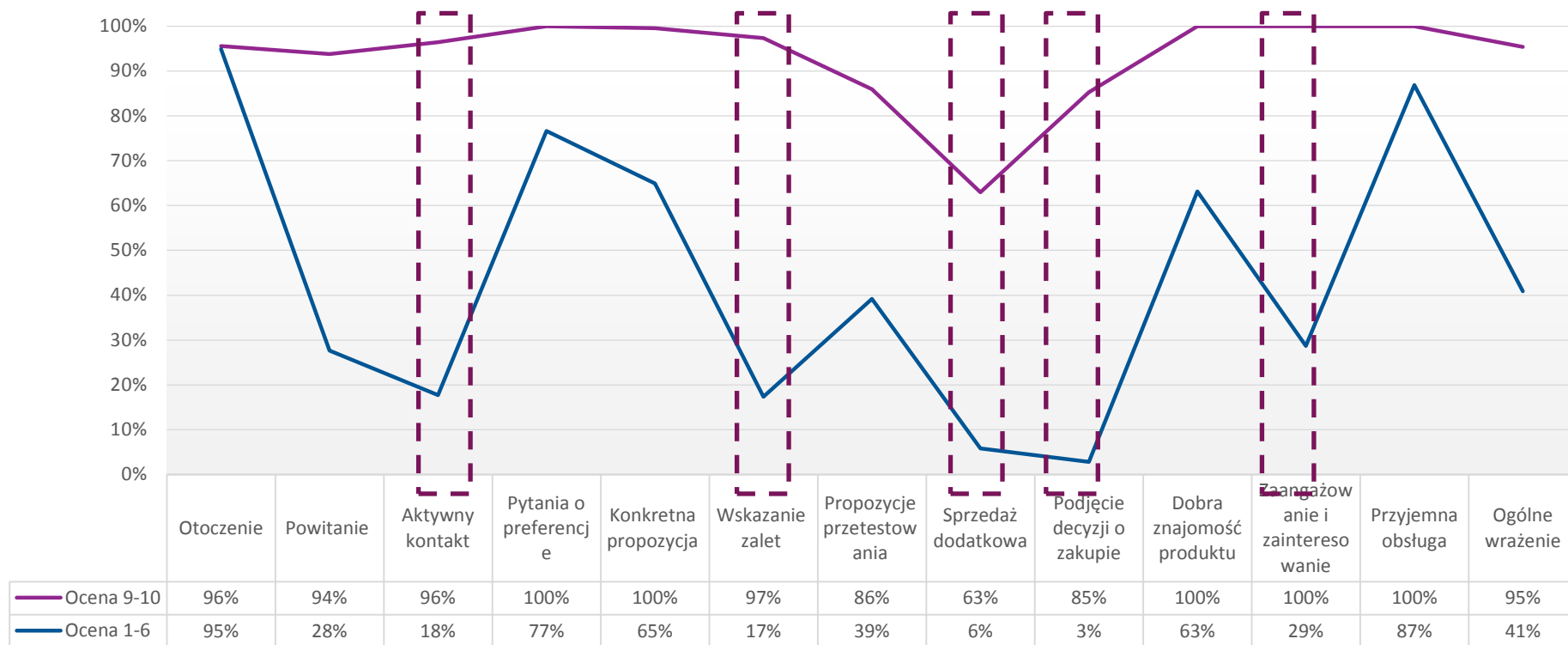
Co wpływa na zadowolenie klienta?

Różnica pomiędzy wysoką oraz niską oceną ogólnego wrażenia



Co wpływa na zadowolenie klienta?

Różnica pomiędzy wysoką oraz niską oceną ogólnego wrażenia



Co uszczęśliwia klienta?

Aktywne dostrzeganie go

Dodatkowa sprzedaż

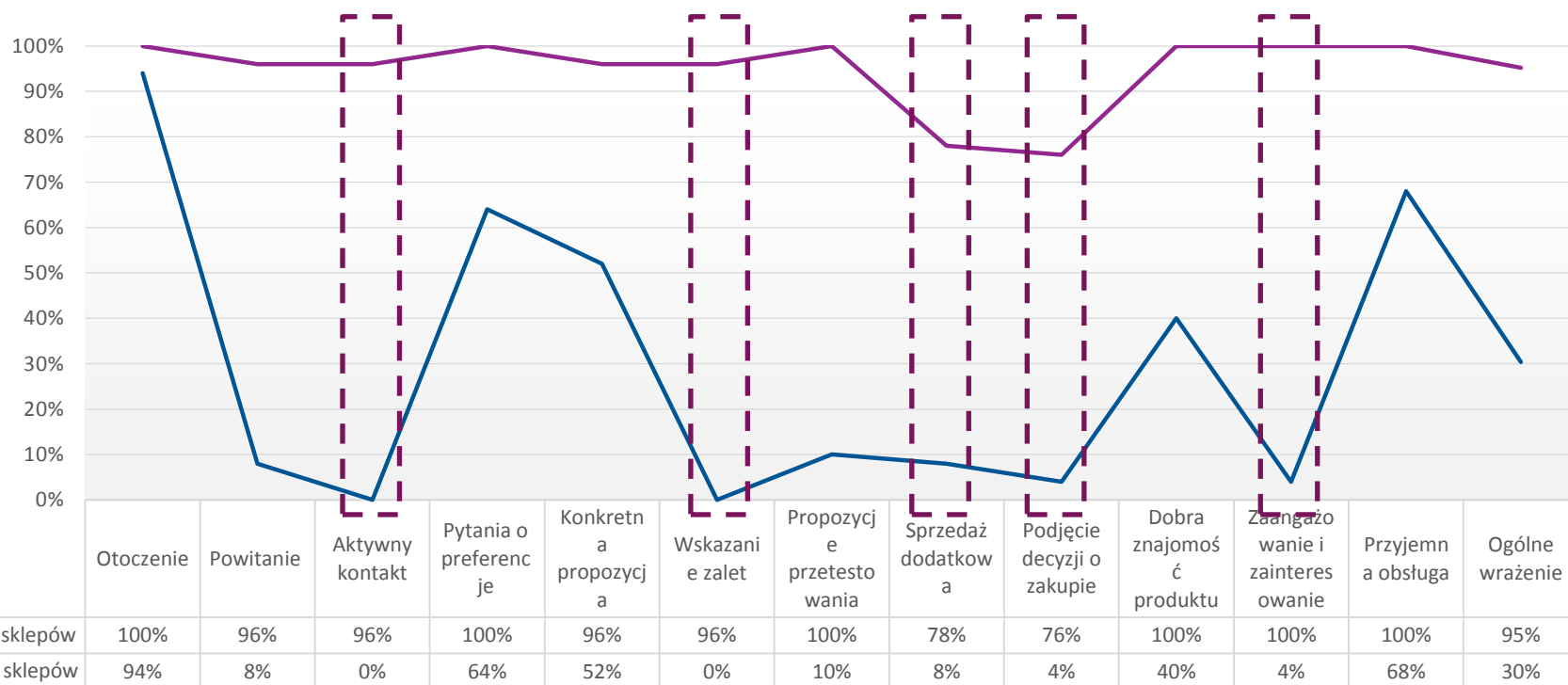
***Opisywanie oraz promowanie
produktów***

Pomoc w podjęciu decyzji o zakupie

***Zainteresowanie i zaangażowanie
ze strony sprzedawców***

Różnica pomiędzy 5 sieciami z najwyższymi oraz 5 sieciami z najniższymi wynikami

Gdzie widoczne są największe różnice?



Top 5

Aktywne dostrzeganie go

Dodatkowa sprzedaż

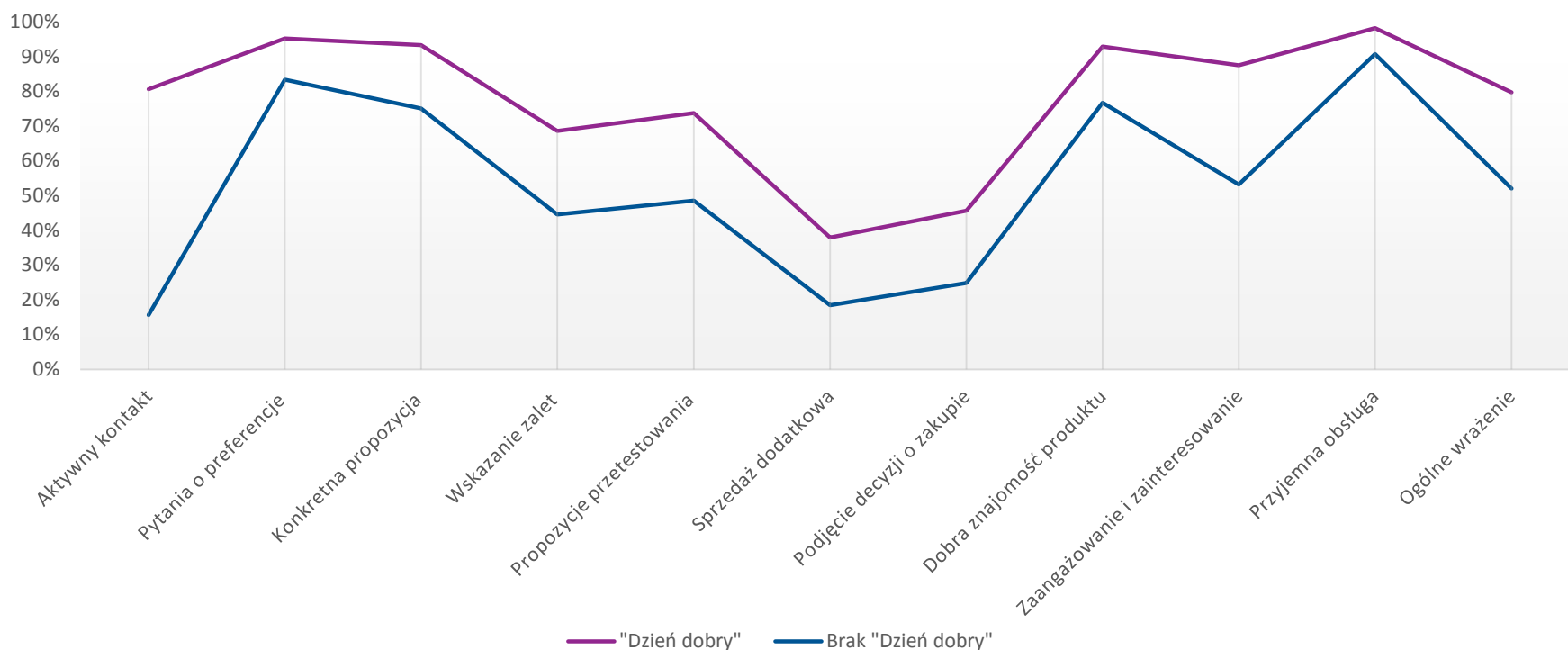
***Opisywanie oraz promowanie
produktów***

Pomoc w podjęciu decyzji o zakupie

***Zainteresowanie i zaangażowanie
ze strony sprzedawców***

Magiczne słowo

Różnica pomiędzy klientami, którzy zostali przyjęci powitaniem „Dzień Dobry” oraz tymi którzy nie zostali powitani



Wykres pokazuje porównanie doświadczeń klientów, którzy spotkali się z powitaniem „Dzień Dobry” oraz tych którzy nie zostali powitani.

"Dzień Dobry" / zauważenie klienta



Klient czuje się zauważony i mile widziany

Wyższy wskaźnik „conversion rate”

Klient zostaje dłużej w sklepie

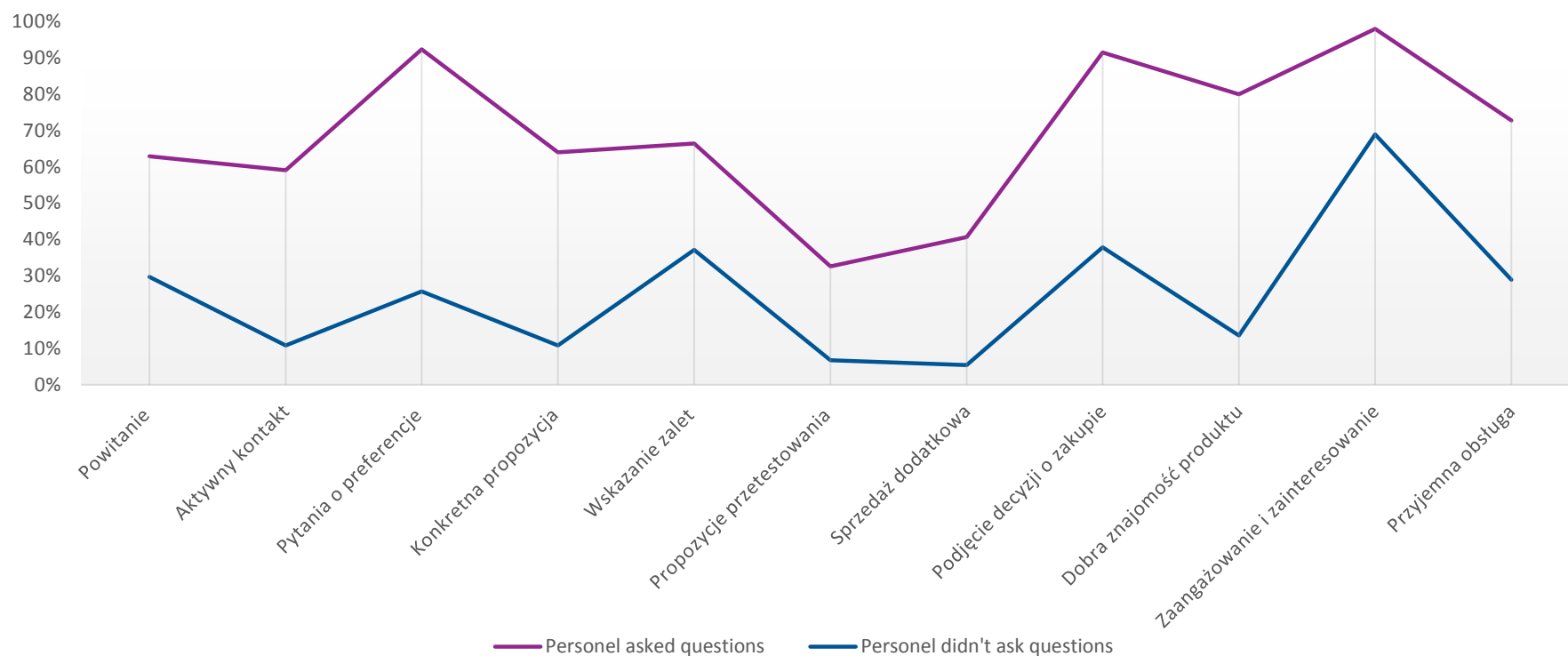
Redukcja kradzieży

Powitanie oraz miłe przyjęcie klienta jest kluczowe dla kompletnej satysfakcji klienta z wizyty w sklepie!

“Dzień Dobry” to pierwszy krok w procesie dobrej obsługi klienta i najlepszy wskaźnik poziomu rozumienia przez sprzedawców istoty dobrej obsługi klienta.

Jaki jest Twój ulubiony kolor?

Różnica pomiędzy doświadczeniami klientów, którym sprzedawcy zadali pytania oraz doświadczeniami tych, którzy nie byli o nic pytani



Ten graf ilustruje różnice w doświadczeniach tych klientów, którym zadano pytania oraz tych, którym nie zadawano pytań podczas wizyty w sklepie

Klienci którym zadawano otwarte pytania wyżej ocenili:



*Otrzymanie konkretnej
podpowiedzi podczas
dokonywania zakupu*

Zainteresowanie oraz zaangażowanie sprzedawców

*Wiedzę sprzedawców na
temat produktu*

*Otrzymanie informacji
na temat zalet produktu*

Nasze doświadczenie pokazuje, że Najlepsi Gracze w kwestii obsługi klienta sprzedają więcej



W tym przykładzie tajemniczy klienci mieli nielimitowany budżet na zakup.

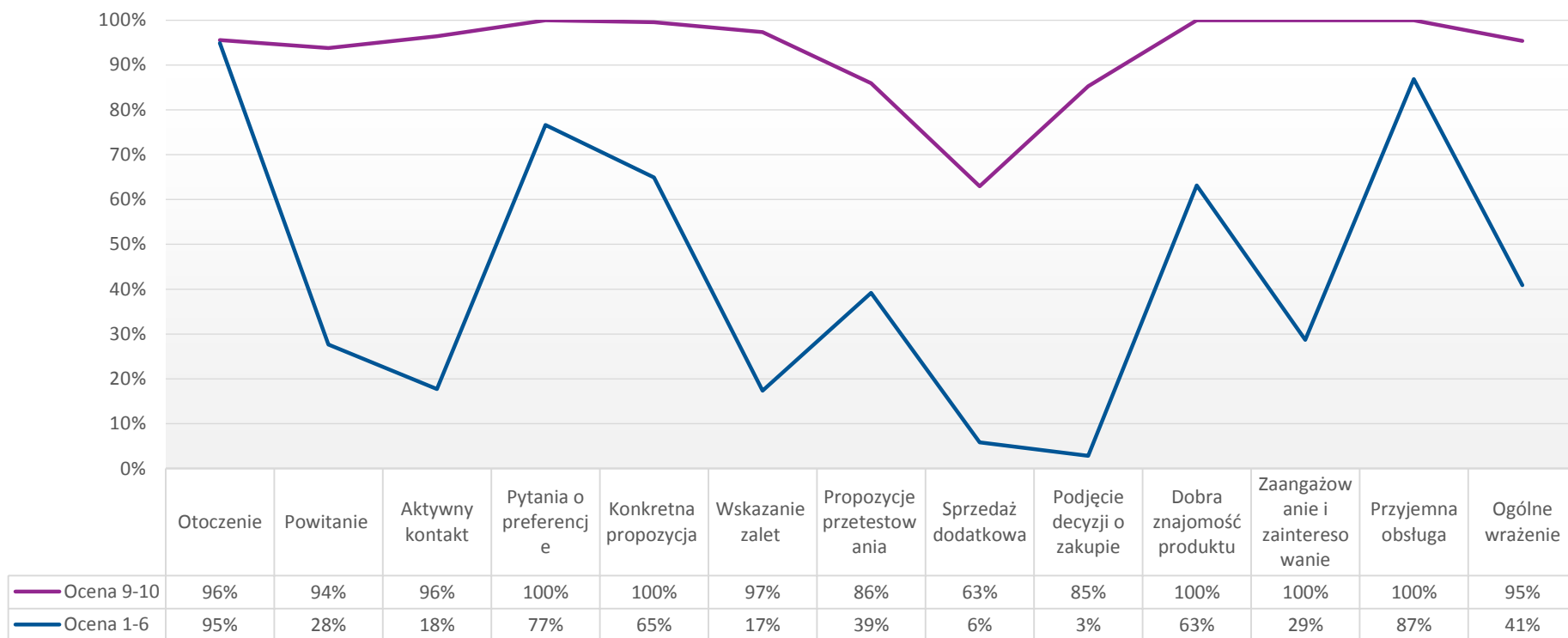
Dane z badania Daymaker w Skandynawii.

Średnia wartość zakupu dla 5 najwyżej ocenionych sklepów **158 PLN**

Średnia wartość zakupu dla 5 najniżej ocenionych sklepów **114 PLN**

Co uszczęśliwia klientów?

Różnica w ocenach pomiędzy ogólnym dobrym oraz złym wrażeniem



Kontakt z „sales attendant”

*Do moich obowiązków należy
obsługa naszych klientów*

*Moja praca to pomoc klientowi
w znalezieniu najbardziej
odpowiedniego dla niego produktu*

Czuję się pewny siebie w roli sprzedawcy

***Jestem postrzegany
jako ekspert przez
klientów***

***Jestem aktywny podczas całego
procesu sprzedaży***

... lub spotkanie z „store attendant”

*Moim zadaniem jest zajęcie się sklepem
oraz produktami*

*Moim zadaniem jest pomóc klientom jeżeli
pytają mnie o coś*

*Klient chce być pozostawiony sam by
poszukać produktów w ciszy i spokoju*

Jestem miły/a i przyjazny/a

**“To co zostaje
zmierzone,
zostaje zrobione”**

*Tom Peters, Poszukiwanie
doskonałości w biznesie*

Zatem jak znaleźć się w czołówce?

Ustanów standardy

Zacznij od magicznego „Dzień Dobry”

Stosuj dobrą praktykę zadawania
otwartych pytań

Dokonuj pomiarów.

Jeśli coś mierzysz, staje się to istotne
dla pracowników

Postaw na komunikację

Upewnij się w kwestii zaangażowania
zarządzających

Pracuj z wynikami

Wprowadzaj rozwiązania

Daymakerindex 2014 Ranking



Daymakerindex 2014 - Ranking

1	Douglas	96,77%
2	Lancerto	95,08%
3	Zara Home	94,92%
4	Hugo Boss	94,15%
5	Gino Rossi	93,38%
6	Massimo Dutti	93,38%
7	Simple	93,23%
8	Swarovski	92,31%
9	The Body Shop	91,69%
10	Tape a l'oeil	91,69%
11	Yes	91,69%
12	Triumph	90,77%
13	Wrangler/Lee	90,77%
14	Solar	90,15%
15	Tommy Hilfiger	90,15%
16	INGLOT	89,85%
17	Sephora	89,23%
18	Giacomo Conti	89,08%
19	Hebe	87,85%
20	Play	87,54%
21	Intersport	87,23%
22	I am	86,77%
23	Stenders	86,46%
24	W. Kruk	86,46%
25	Mediq	85,23%
26	Paris Optique	84,31%

27	Cos	84,15%
28	Nike	83,54%
29	Bershka	83,38%
30	Adidas	83,23%
31	SWISS	83,23%
32	Komputronik	83,08%
33	Ziko Apteka	82,92%
34	Celio	82,46%
35	Glitter	82,00%
36	MAC	81,69%
37	L'Occitane	81,69%
38	Quiosque	80,62%
39	Ecco	80,31%
40	Pako Lorente	80,00%
41	VISION EXPRESS	80,00%
42	Apteki DBAM O ZDROWIE	79,38%
43	Pandora	79,38%
44	Calzedonia	79,23%
45	Drogeria Natura	78,15%
46	NEONET	78,00%
47	Toy Planet	77,85%
48	Intimissimi	77,69%
49	Deichmann	76,77%
50	Recman	76,77%
51	Yves Rocher	76,62%
52	GO SPORT	76,62%

53	Media Expert	76,31%
54	Bliska	76,00%
55	Gatta	76,00%
56	OBI	76,00%
57	CCC	75,85%
58	ETAM	75,85%
59	Sony Center	75,38%
60	T-Mobile	75,23%
61	Villeroy & Boch	75,23%
62	Levis	74,92%
63	Tatuum	74,46%
64	Orlen	73,69%
65	Meble Vox	73,38%
66	Apart	72,77%
67	Lukoil	72,31%
68	Lynx	71,08%
69	Shell	71,08%
70	Sklep 5.10.15.	70,00%
71	Coccodrillo	69,85%
72	Wojas	69,69%
73	Guess	69,38%
74	EURO-APTEKA	69,23%
75	Gap	68,77%
76	Parfois	68,77%
77	Prima Moda	68,46%
78	Tchibo	68,46%

79	Tchibo	68,46%
80	Lavard	68,15%
81	PLUS	67,69%
82	Centro	67,54%
83	Jula	67,23%
84	Pinko	66,62%
85	Vero Moda	66,15%
86	Promod	66,00%
87	Street	66,00%
88	Wólczanka	65,23%
89	VOBIS	64,77%
90	Leroy Merlin	64,31%
91	Kazar	64,15%
92	Boti	64,00%
93	Dayli	63,23%
94	Fielmann	63,23%
95	River Island	62,00%
96	Bata	61,54%
97	Big Star	61,54%
98	Matras	61,54%
99	Super Pharm	61,38%
100	Pretty Girl	60,15%
101	Diverse	60,00%
102	Media Markt	59,69%
103	Ryłko	59,54%
104	Statoil	59,38%

105	Orsay	58,62%
106	Marionnaud	58,62%
107	CLARKS	58,46%
108	Mothercare	58,46%
109	Saturn	58,46%
110	TOP SECRET	58,46%
111	Castorama	58,15%
112	Świat Dziecka	57,54%
113	Pepe Jeans	55,85%
114	Praktiker	55,54%
115	Ikea	55,23%
116	Moodo	55,23%
117	VENEZIA	55,23%
118	Black Red White	54,00%
119	Sinsay	53,85%
120	EURO RTV AGD	53,54%
121	Lindex	52,62%
122	Mohito	52,62%
123	Jysk	52,46%
124	Reserved	51,08%
125	Orange	50,62%
126	Vistula	50,31%
127	Empik	49,54%
128	Aldo	49,23%
129	Ambra	48,46%
130	Cubus	47,69%

131	Duka	47,69%
132	SMYK	46,62%
133	Rossmann	45,85%
134	Heavy Duty	43,69%
135	Bijou Brigitte	43,54%
136	BP	42,15%
137	Accessorize	42,00%
138	ToysRus	42,00%
139	Cropp	40,46%
140	Decathlon	39,38%
141	Lotos	38,62%
142	Mango	37,23%
143	NEW YORKER	37,23%
144	Marks & Spencer	36,62%
145	Camaieu	36,15%
146	C&A	32,77%
147	HOME & YOU	32,77%
148	KappAhl	30,46%
149	Tally Weijl	29,54%
150	Almi Decor	27,23%
151	Terranova	25,38%
152	House	20,46%
153	H&M	12,15%

Daymakerindex 2014 - Ranking z podziałem na branże

Parfois	68,77%
Bijou Brigitte	43,54%
Accessorize	42,00%
Apteka	
Mediq	85,23%
Ziko Apteka	82,92%
Apteki DBAM O ZDROWIE	79,38%
EURO-APTEKA	69,23%
Super Pharm	61,38%
Dom i wnętrze	
Zara Home	94,92%
Villeroy & Boch	75,23%
Tchibo	68,46%
Jysk	52,46%
Duka	47,69%
HOME & YOU	32,77%
Almi Decor	27,23%
Drogeria	
Hebe	88%
Drogeria Natura	78%
Dayli	63%
Rossmann	46%

Leroy Merlin	64,31%
Castorama	58,15%
Praktiker	55,54%
Meble	
Meble Vox	73,38%
Ikea	55,23%
Black Red White	54,00%
Operatorzy telefonii	
Play	87,54%
T-Mobile	75,23%
PLUS	67,69%
Orange	50,62%
RTV-AGD	
Komputronik	83,08%
NEONET	78,00%
Media Expert	76,31%
Sony Center	75,38%
VOBIS	64,77%
Media Markt	59,69%
Saturn	58,46%
EURO RTV AGD	53,54%

Deichmann	76,77%
CCC	75,85%
Wojas	69,69%
Prima Moda	68,46%
Centro	67,54%
Street	66,00%
Kazar	64,15%
Boti	64,00%
Bata	61,54%
Ryłko	59,54%
CLARKS	58,46%
VENEZIA	55,23%
Aldo	49,23%
Ambra	48,46%
Heavy Duty	43,69%
Perfumerie	
Douglas	96,77%
Sephora	89,23%
Marionnaud	58,62%
Księgarnia	
Matras	61,54%
Empik	49,54%

Sklepy odzieżowe	
Lancerto	95,08%
Massimo Dutti	93,38%
Simple	93,23%
Triumph	90,77%
Wrangler/Lee	90,77%
Solar	90,15%
Giacomo Conti	89,08%
Cos	84,15%
Nike	83,54%
Bershka	83,38%
Adidas	83,23%
Celio	82,46%
Quiosque	80,62%
Pako Lorente	80,00%
Calzedonia	79,23%
Intimissimi	77,69%
Recman	76,77%
Gatta	76,00%
ETAM	75,85%
Levis	74,92%
Tatum	74,46%
Gap	68,77%
Lavard	68,15%
Vero Moda	66,15%
Promod	66,00%

Wólczanka	65,23%
River Island	62,00%
Big Star	61,54%
Pretty Girl	60,15%
Diverse	60,00%
Orsay	58,62%
TOP SECRET	58,46%
Pepe Jeans	55,85%
Moodo	55,23%
Sinsay	53,85%
Lindex	52,62%
Mohito	52,62%
Reserved	51,08%
Vistula	50,31%
Cubus	47,69%
Croop Town	40,46%
Mango	37,23%
NEW YORKER	37,23%
Marks & Spencer	36,62%
Camaieu	36,15%
C&A	32,77%
KappAhl	30,46%
Tally Weijl	29,54%
Terranova	25,38%
House	20,46%
H&M	12,15%

Odzież Premium	
Hugo Boss	94,15%
Tommy Hilfiger	90,15%
Guess	69,38%
Pinko	66,62%
Sklepy Optyczne	
Paris Optique	84,31%
VISION EXPRESS	80,00%
Lynx	71,08%
Fielmann	63,23%
Sklepy Sportowe	
Intersport	87,23%
GO SPORT	76,62%
Decathlon	39,38%
Świat Dziecka	
Tape a l'oeil	91,69%
Toy Planet	77,85%
Sklep 5.10.15.	70,00%
Cocodrillo	69,85%
Mothercare	58,46%
Świat Dziecka	57,54%
SMYK	46,62%
Toys R us	42,00%

Sklepy z biżuterią	
Swarovski	92,31%
Yes	91,69%
W. Kruk	86,46%
SWISS	83,23%
Pandora	79,38%
Apart	72,77%
Stacje benzynowe	
Bliska	76,00%
Orlen	73,69%
Lukoil	72,31%
Shell	71,08%
Statoil	59,38%
BP	42,15%
Lotos	38,62%
Uroda	
The Body Shop	91,69%
INGLOT	89,85%
Stenders	86,46%
MAC	81,69%
L'Occitane	81,69%
Yves Rocher	76,62%

Informacje kontaktowe Daymaker

W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji o firmie Daymaker, Daymakerindex czy naszych usługach, prosimy o kontakt.



Charlotta Eliasson
Dyrektor ds. Sprzedaży, Daymaker Polska
Tel. kom.: +48 606 753 030
E-mail: charlotta.eliasson@daymaker.pl

Sofia Valentin
Dyrektor Generalny, Daymaker Polska / International
Tel. kom.: +48 662 884 377
E-mail: sofia.valentin@daymaker.pl