SKI TEAM

Spośród 5 wybranych przez nas kategorii należałoby wyróżnić te, w których odpowiedzi na pytania zarówno przy pierwszej jak i drugiej wizycie przeprowadzenia badania były w 100% pozytywne.

Taką kategorią jest: **ORGANIZACJA WNĘTRZA**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **02.01** | **09.01** |
| **1.** | Czy towar jest ułożony w łatwo dostępnych miejscach (nie jest zbyt wysoko, nie trzeba daleko po niego sięgać) ? | | tak | tak |
| **2.** | Czy wystawa jest czysta i zadbana? | | tak | tak |
| **3.** | Czy towary są ładnie ułożone? | | tak | tak |
| **4.** | Czy jest porządek w sklepie? | | tak | tak |
| **5.** | Czy podłoga była czysta i zadbana? | | tak | tak |
| **6.** | Czy elementy wyposażenia są kompletne i bez widocznych oznak zużycia? | | tak | tak |
| **7.** | Czy wewnątrz panowały przyjemne warunki (Czy nie było zbyt duszno lub zimno, czy nie pachniało brzydko)? | | tak | tak |
| **8.** | Czy towary są oznakowane cenami, które są dobrze widoczne? | | tak | tak |
| **9.** | Czy są tabliczki informacyjne, gdzie znajdują się konkretne działy? | | tak | tak |
| **10.** | Czy jest odpowiednie oświetlenie (Nie za mocne ani nie za słabe)? | | tak | tak |
| **WYNIK** | **100%** | **100%** |

W kolejnych wariantach wyniki nie były perfekcyjne, ale też nie wyniosły mniej niż 70 %.

**Kategoria: JAKOŚĆ OBSŁUGI**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **22.12** | **29.12** |
| **1.** | Czy klient był szybko obsłużony? | | tak | tak |
| **2.** | Czy pracownicy mówią ,,Dzień dobry” ? | | nie | nie |
| **3.** | Czy pracownicy oferują swoją pomoc? | | nie | nie |
| **4.** | Czy pracownik był uprzejmy i kulturalny? | | tak | tak |
| **5.** | Czy pracownik cierpliwie odpowiadał na każde pytanie? | | tak | tak |
| **6.** | Czy pracownik był schludnie ubrany? | | tak | tak |
| **7.** | Czy pracownik stworzył miłą i przyjemną atmosferę rozmowy? | | tak | tak |
| **8.** | Czy pracownik wydawał się przekonujący i godny zaufania? | | tak | tak |
| **9.** | Czy pracownik był kompetentny? | | tak | tak |
| **10.** | Czy obsługa wykazuje entuzjastyczne nastawienie do klienta? | | tak | tak |
| **WYNIK** | **80%** | **80%** |

**W przypadku tej kategorii niekorzystnie wypadły takie płaszczyzny jak:**

- powitanie klienta zwrotem „dzień dobry”

- oferowanie pomocy

**Wnioski:**

-Powitanie klienta zwrotem „dzień dobry” może wpłynąć na jego decyzję o tym czy warto wchodzić do tego sklepu i czy warto w nim coś kupić, ponieważ pracownik powinien zachęcać do obejrzenia i zapoznania się z ofertą sklepu.

- Oferowanie pomocy oraz zainteresowanie klientem – pracownicy sami nie oferują swojej pomocy przy oglądaniu produktu i nie udzielają informacji, które pomogłyby klientowi podjąć decyzję jakiego zakupu powinien dokonać, przez co może on się zniechęcić do wyboru jakiegoś produktu.

**Kategoria: ORGANIZACJA PRACY**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **02.01** | **09.01** |
| **1.** | Czy pracownicy mają widoczne identyfikatory? | | tak | tak |
| **2.** | Czy liczba pracowników jest adekwatna do natężenia ruchu w sklepie? | | tak | tak |
| **3.** | Czy pracownicy znają produkty? | | tak | tak |
| **4.** | Czy pracownicy mają uniformy? | | nie | nie |
| **5.** | Czy pracownicy znają języki obce? | | tak | tak |
| **6.** | Czy jest ochrona ? | | nie | nie |
| **7.** | Czy są hostessy zachęcające do zakupu produktów? | | nie | nie |
| **8.** | Czy pracownicy są odpowiednio rozstawieni po sklepie? | | tak | tak |
| **9.** | Czy ilość kas jest wystarczająca? | | tak | tak |
| **10.** | Czy w sklepie są bramki zapobiegające kradzieżom? | | tak | tak |
| **WYNIK** | **70%** | **70%** |

**W rozpatrywanej kategorii na negatywną ocenę sklepu wpłynął:**

-pracownicy bez uniformów

-brak obecności ochrony

-brak obecności hostess

**Wnioski:**

-Pracownicy bez uniformów nie odróżniają się niczym od klientów, którzy mogą nie wiedzieć do kogo się zwrócić z jakimś problemem, mają również dowolność w doborze ubioru, przez co strój może być nieodpowiedni np. zbyt jaskrawe kolory, źle dobrane elementy odzieży itp.

-Brak obecności ochrony może powodować wobec klientów poczucie braku bezpieczeństwa, strach oraz niepokój, przez co nie będzie chciał wrócić do sklepu.

-Brak obecności hostess może się przyczynić do tego, iż klient z powodu braku możliwości zobaczenia funkcjonalności danego produktu, nie będzie pewny/pewien? zakupu i w ostateczności go nie dokona.

**Kategoria: OFERTA SKLEPU**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **02.01** | **09.01** |
| **1.** | Czy jest duży wybór produktów? | | nie | nie |
| **2.** | Czy towar jest odpowiednio wyeksponowany? | | tak | tak |
| **3.** | Czy jest ładna wystawa? | | tak | tak |
| **4.** | Czy są produkty pozasezonowe? | | nie | nie |
| **5.** | Czy jest strona internetowa? | | tak | tak |
| **6.** | Czy jest możliwość wypróbowania produktów? | | nie | nie |
| **7.** | Czy towar jest odpowiednio zapakowany i zabezpieczony? | | tak | tak |
| **8.** | Czy produkty objęte są gwarancją i serwisem? | | tak | tak |
| **9.** | Czy produkty są opisane (notatka z informacja przy danym produkcie)? | | tak | tak |
| **10.** | Czy są dobrze widoczne oferty promocyjne? | | tak | tak |
| **WYNIK** | **70%** | **70%** |

**Kolejnymi aspektami, stawiającymi sklep w niekorzystnym świetle są:**

-mały wybór produktów

-brak produktów pozasezonowych

-brak możliwości wypróbowania produktów

**Wnioski:**

-Mały wybór produktów może się przyczynić do zmniejszonego zainteresowania produktami i niskiej sprzedaży

-Brak produktów pozasezonowych podobnie jak w przypadku małego wyboru produktów może zniechęcić klienta do zainteresowania ofertą sklepu, a przede wszystkim klient nie ma możliwości zakupu rzeczy która jest mu potrzebna nie tylko w obowiązującym sezonie

-Brak możliwości wypróbowania produktu wiąże się z tym, że klient nie będzie mógł przekonać się o stanie funkcjonalnym danego artykułu, co za tym idzie nie dokona zakupu.

**Kategoria: DODATKOWE UDOGODNIENIA**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **02.01** | **09.01** |
| **1.** | Czy przy sklepie są miejsca parkingowe i czy jest ich wystarczająco dużo? | | tak | tak |
| **2.** | Czy sklep jest przystosowany do osób niepełnosprawnych? | | tak | tak |
| **3.** | Czy muzyka w sklepie nie jest męcząca? | | tak | tak |
| **4.** | Czy można płacić kartą? | | tak | tak |
| **5.** | Czy istnieje możliwość dowozu produktów do domu klienta? | | nie | nie |
| **6.** | Czy sklep oferuje karty stałego klienta? | | tak | tak |
| **7.** | Czy organizowane są wyprzedaże? | | tak | tak |
| **8.** | Czy przy wejściu są dostępne gazetki promocyjne? | | nie | nie |
| **9.** | Czy dostępne są wózki, którymi klient może bezpiecznie przewieźć zakupy do samochodu? | | nie | nie |
| **10.** | Czy sklep oferuje bezpłatne torby na zakupy? | | tak | tak |
| **WYNIK** | **70%** | **70%** |

**Sklep uzyskał niesatysfakcjonującą ocenę w tej kategorii z powodu:**

-braku możliwości dostarczenia produktów do domu klienta

-braku gazetek promocyjnych przy wejściu;

-niedostępności wózków, którymi klient może bezpiecznie przewieźć zakupy do samochodu

**Wnioski:**

-Brak możliwości dostarczenia produktów do domu klienta może spowodować, że ostatecznie zrezygnuje on z zakupu w tym sklepie

-Brak gazetek promocyjnych przy wejściu, może odsunąć klientów, którzy idą na "łatwiznę" i zamiast odnajdywać w sklepie tańszych towarów, poszukują okazji cenowych w różnego rodzaju folderach i gazetkach promocyjnych.

-Niedostępność wózków, którymi klient może bezpiecznie przewieźć zakupy do samochodu wiąże się z tym, iż klient nie będzie chciał na własną rękę przenieść danego przedmiotu (z powodu dużej wagi) i w ostateczności wycofa się z jego kupna, ewentualnie więcej do sklepu nie wróci.