**WOJSKOWA AKADEMIA TECHNICZNA**

**WYDZIAŁ CYBERNETYKI**

**INSTYTUT ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA**

**Przedmiot: Marketing Usług**

Raport tajemniczy klient

|  |
| --- |
| **Opracowali:** |
| Sylwia Czuba- Czubowska  Katarzyna Krupińska  Magdalena Kacprzyk  Aleksandra Pol |

grupy: Z1X2S1, Z1X2S1

Warszawa 2013

**Spis treści raportu**

1. **Cel projektu**
2. **Sklep DECATHLON**
3. **Sklep**
4. **Cel projektu**

Celem naszego badania było przeprowadzenie badania jakości obsługi, oferty sklepu w wybranych przez nas sklepach sportowych oraz wskazanie ich mocnych i słabych stron. Badanie realizowane jest metodą mystery shopping, w dwóch etapach.

1. **Sklep DECATHLON**

**Adres:** Decathlon ul. Al.Krakowska 81 Warszawa

**Liczba obserwacji:** 2

**Daty obserwacji:** 20.12.12 i 27.12.12

**Dzień tygodnia:** czwartek

**Godziny wizyt:** przedpołudniowe 10-12

**Zadanie tajemniczego klienta:** udanie się do sklepu DECATHLON w celu zakupu/ znalezienia odpowiedniej deski snowboardowej. Tym samym zbadanie poziomu obsługi klienta.

Wizyty zostały przeprowadzone w czwartek, czyli w normalnym dniu pracy w godzinach przedpołudniowych. Mimo okresu przed świątecznego (20.12) i przed feryjnego (27.12) w sklepie nie było za dużo klientów, nie było też kolejek do kasy.

Spośród 5 wybranych przez nas kategorii należałoby wyróżnić te, w których odpowiedzi na pytania zarówno w pierwszym jak i drugim dniu przeprowadzenia badania były w 100% pozytywne.

Takimi kategoriami są: **JAKOŚĆ OBSŁUGI** i **DODATKOWE UDOGODNIENIA**

**JAKOŚĆ OBSŁUGI**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **20.12** | **27.12** |
| **1.** | Czy klient był szybko obsłużony? | tak | tak |
| **2.** | Czy pracownicy mówią ,,Dzień dobry” ? | tak | tak |
| **3.** | Czy pracownicy oferują swoją pomoc? | tak | tak |
| **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** | **100%** | **100%** |

W kategorii Jakość obsługi każde pytanie zostało ocenione przez nas pozytywnie i jednocześnie sklep Decathlon w tej kategorii spełnia oczekiwania nawet najbardziej wymagającego klienta.

**DODATKOWE UDOGODNIENIA**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **20.12** | **27.12** |
| **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? | tak | tak |
| **6.** | Czy sklep oferuje karty stałego klienta? | tak | tak |
| **7.** | Czy organizowane są wyprzedaże? | tak | tak |
| **8.** | Czy przy wejściu są dostępne gazetki promocyjne? | tak | tak |
| **9.** | Czy dostępne są wózki, którymi klient może bezpiecznie przewieźć zakupy do samochodu? | tak | tak |
| **10.** | Czy sklep oferuje bezpłatne torby na zakupy? | tak | tak |
| **WYNIK** | **100%** | **100%** |

Wszystkie pytania w kategorii Dodatkowe udogodnienia zostały ocenione pozytywnie i jednocześnie spełniają one oczekiwania nawet najbardziej wymagającego klienta.

W kolejnych etapach badania zauważalne były niedociągnięcia, jednak wyniki nie były niższe niż 60%

**Kategoria: ORGANIZACJA WNĘTRZA**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **20.12** | **27.12** |
| **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? | nie | nie |
| **3.** | Czy towary są ładnie ułożone? | tak | tak |
| **4.** | Czy jest porządek w sklepie? | nie | nie |
| **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? | nie | nie |
| **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** | **70%** | **70%** |

**W kategorii ORGANIZACJA WNĘTRZA na negatywną ocenę sklepu wpłynął:**

* niezadbana wystawa
* nieład i nieporządek w sklepie
* złe i nieczytelne oznakowanie towarów

**Wnioski:**

* **niezadbana wystawa-** w dzisiejszych czasach wystawa jest podstawowym środkiem reklamy sklepu. To dzięki niej przyszły klient ma bezpośredni kontakt z towarem, widzi go i może bezzwłocznie zrealizować decyzję kupna. Wystawa która jest niezadbana nie zachęca klienta do odwiedzenia sklepu i tym samym zakupu w nim towaru
* **nieład i nieporządek w sklepie-** kiedy panuje nieład w sklepie ciężko jest klientowi znaleźć odpowiedni towar. Może to powodować zniechęcenie do dalszych poszukiwań i rezygnacje z zakupu.
* **Złe i nieczytelne oznaczenia towarów-** na półkach pod etykietkami z cenami towarów często znajdowały się inne produkty, natomiast niektóre produkty nie posiadały czytelnej ceny oraz etykietek. Może to powodować pomyłki w zakupionych towarach, zdezorientowanie klienta oraz późniejsze reklamacje.

**Kategoria: ORGANIZACJA PRACY**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **20.12** | **27.12** |
| **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? | tak | tak |
| **5.** | Czy pracownicy znają języki obce? | tak | tak |
| **6.** | Czy jest ochrona ? | tak | tak |
| **7.** | Czy są hostessy zachęcające do zakupu produktów? | nie | nie |
| **8.** | Czy pracownicy są odpowiednio rozstawieni po sklepie? | nie | nie |
| **9.** | Czy ilość kas jest wystarczająca? | nie | tak |
| **10.** | Czy w sklepie są bramki zapobiegające kradzieżom? | tak | tak |
| **WYNIK** | **60%** | **70%** |

**W kategorii ORGANIZACJA PRACY na negatywną ocenę sklepu wpłynął:**

* brak obecności hostess;
* nieodpowiedni rozstaw pracowników.
* niewystarczająca ilość kas w stosunku do natężenia ruchu

**Wnioski:**

* **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.
* **nieodpowiedni rozstaw pracowników** może sprawić, że klient w momencie dokonywania zakupu danego produktu zrezygnuje z niego, ponieważ nie będzie mu się chciało szukać osób zatrudnionych na konkretnym dziale, od których mógłby uzyskać dodatkowych informacji i porad o nim.
* **niewystarczająca ilość otwartych kas**- klient może zrezygnować z dokonania zakupu, gdy ujrzy dużą kolejkę. Powodem takich poczynań może być narastająca presja czasu.

**Kategoria: OFERTA SKLEPU**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **PYTANIA** | **ODPOWIEDZI** | |
| **Data** | |
| **20.12** | **27.12** |
| **1.** | Czy jest duży wybór produktów? | tak | tak |
| **2.** | Czy towar jest odpowiednio wyeksponowany? | tak | tak |
| **3.** | Czy jest ładna wystawa? | nie | nie |
| **4.** | Czy są produkty pozasezonowe? | tak | tak |
| **5.** | Czy jest strona internetowa? | tak | tak |
| **6.** | Czy jest możliwość wypróbowania produktów? | tak | tak |
| **7.** | Czy towar jest odpowiednio zapakowany i zabezpieczony? | nie | nie |
| **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** | **80%** | **80%** |

**W kategorii OFERTA SKLEPU aspektami, stawiającymi sklep w niekorzystnym świetle są:**

-nieestetyczna wystawa;

-nieodpowiednio zapakowany towar

**Wnioski:**

* **Nieestetyczna wystawa**, może odstraszyć klienta, który w rezultacie nie wejdzie do sklepu i nie skorzysta z jego oferty
* **Nieodpowiednio zapakowany towar-** w sklepie można było znaleźć towar, który był w podartych opakowaniach i miał wyraźne oznaki użycia (np. rysy). Może to odstraszyć klienta i zniechęcić do zakupu. Klient może mieć obawy że po zakupie znajdzie nie zauważone wcześniej usterki.

**Analiza badania:**

Formularz całościowo – 100%

Max każdej z kategorii- 20%

**Badanie 20.12.12**

Kategoria 1: Jakość obsługi- **20%**

Kategoria 2: Dodatkowe udogodnienia- **20%**

Kategoria 3: Organizacja wnętrza- **14%**

Kategoria 4: Organizacja pracy- **12%**

Kategoria 5: Oferta sklepu- **16%**

Całkowite podsumowanie sklepu : **82%**

**Badanie 27.12.12**

Kategoria 1- Jakość obsługi- **20%**

Kategoria 2- Dodatkowe udogodnienia- **20%**

Kategoria 3- Organizacja wnętrza- **14%**

Kategoria 4- Organizacja pracy- **14%**

Kategoria 5: Oferta sklepu- **16%**

Całkowite podsumowanie sklepu: **84%**

**Podsumowanie:**

1. Decathlon uzyskał 82% w całkowitej ocenie co daje mu…..miejsce wśród badanych sklepów
2. Najwyższy wynik sklep uzyskał w kategoriach Jakość obsługi i dodatkowe udogodnienia ( po 100%). Sklep ten w tych kategoriach spełnia nawet największe wymagania.
3. Najgorszy wynik sklep uzyskał w kategorii Organizacja pracy (12% przy 1 wizycie i 14% przy wizycie 2)

**Porównanie wszystkich sklepów…….**