

WWW.BRANDMETRIKA.RU



ОТЧЁТ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

# ОЦЕНКА КАЧЕСТВА СЕРВИСА



BRANDMETRIKA

# Методология исследования



## Цель исследования

- Оценка качества обслуживания в офисах клиента.



## Механика исследования

- Проверка методом «Тайный покупатель»;
- Агент в роли реального клиента совершает визит в офис согласно установленному сценарию;
- После проверки проверяющий заполняет чек-лист на специализированном портале и подтверждает визит аудиозаписью и фотографией фасада.



## Сроки проведения

- Исследование проводилось в период с 1-го по 28-е декабря 2023-го года



## Объект исследования

- Всего в рамках текущей волны исследования проверено 53 офиса в 12-ти городах России;
- Каждый офис проверялся дважды: один раз в первой половине месяца и один раз во второй половине месяца.



## Оцениваемые параметры

- В ходе проверок оценивался внешний вид и состояние офиса, внешний вид и поведение сотрудников, качество обслуживания и субъективные впечатления от визита

# Основные итоги



## Можно ли назвать текущее качество обслуживания высококлассным?

На сегодняшний день клиентский сервис находится на хорошем уровне (стандарты обслуживания выполнены на 83%), однако этот результат говорит о необходимости дальнейшего развития.

Принятые в предыдущем периоде меры повышения качества сервиса показали свою эффективность, поскольку результат декабря 2023-го года превзошёл результат ноября на 4%. Важно не допустить отрицательной динамики в будущем и работать над увеличением темпов роста.



В категорию «зоны роста» отнесены стандарты, которые в среднем по сети выполняются хуже всего.

## Ключевые зоны роста



**61%**

Состояние офиса



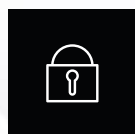
**63%**

Презентация товара



**43%**

Кросс-продажа



**65%**

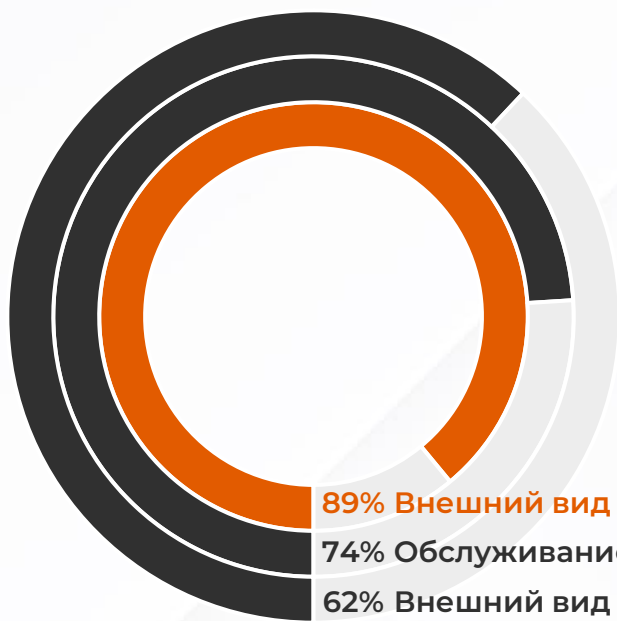
Отработка возражений

**4,3**

## Общее впечатление от визита в отделение

Тайные покупатели отмечают, что приятная атмосфера офиса, сочетаемая с высоким уровнем вежливости и доброжелательности со стороны персонала, способствует укреплению взаимоотношений с потребителями и повышению уровня удовлетворенности клиентов.

# Основные итоги

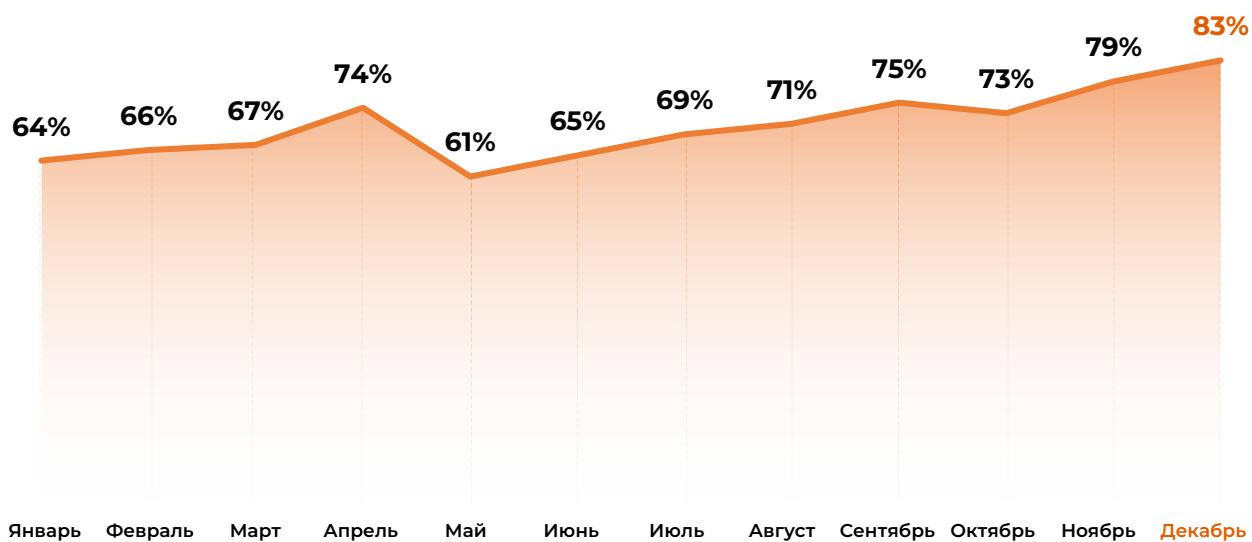


## 83%

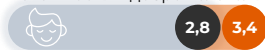
составил общий уровень качества обслуживания в текущем периоде.

Результат относится к уровню «хорошо».

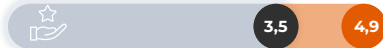
## Динамика результата



Вежливость и доброжелательность



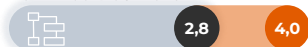
Готовность помочь



Заинтересованность

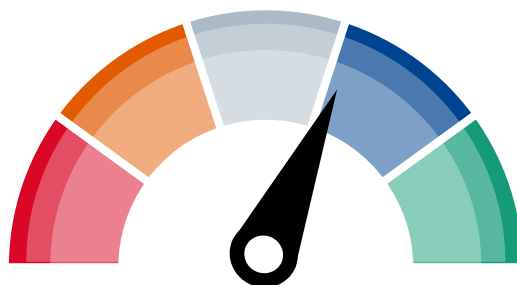


Понятность объяснений



## 27%

индекс NPS в текущем периоде



**Критик**

«Опыт обслуживания в этом банке оставил желать лучшего. Сотрудники были невнимательны, не проявляли интерес к моим вопросам и показались недружелюбными.»



**Нейтрал**

«Обслуживание было стандартным, без явных проблем, но и без каких-то выдающихся особенностей. Сотрудники были дружелюбными, но не особо инициативными.»



**Промоутер**

«Сотрудники помогли выбрать оптимальный вариант счета. Я остался доволен уровнем сервиса и рекомендую этот банк для всех, кто ценит качество.»

# Результаты офисов



## Топ-5 офисов

Москва, Columbus	100%
Краснодар, Oz Молл	100%
Екатеринбург, Veer Mall	99%
Москва, Vegas Каширское	98%
Москва, Vegas Крокус Сити	98%



## Боттом-5 офисов

Иркутск, Сильвер Молл	66%
Нижний Новгород, Фантастика	63%
Москва, Фестиваль	61%
Москва, Щелковский	59%
Ярославль, Ярославль Аурa	58%

## Лидер



### Внешний вид и состояние офиса

В офисе поддерживается высокий уровень чистоты, что способствует созданию приятного впечатления и повышению уровня доверия со стороны клиентов.



### Внешний вид и поведение сотрудников

Сотрудники выглядят опрятно и придерживаются дресс-кода, что создает положительное первое впечатление и повышает доверие клиентов.



### Обслуживание клиентов

Персонал оказывает квалифицированную помощь, объясняет сложные моменты доступным языком, что помогает клиентам лучше понять продукты и услуги.

## Замыкающий



### Внешний вид и состояние офиса

В офисе поддерживается высокий уровень чистоты, что способствует созданию приятного впечатления и повышению уровня доверия со стороны клиентов.



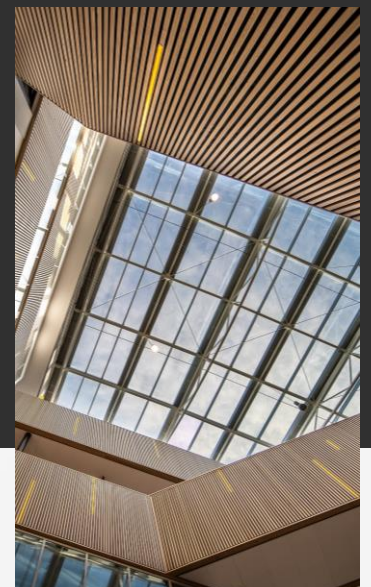
### Внешний вид и поведение сотрудников

Сотрудники выглядят опрятно и придерживаются дресс-кода, что создает положительное первое впечатление и повышает доверие клиентов.



### Обслуживание клиентов

Персонал оказывает квалифицированную помощь, объясняет сложные моменты доступным языком, что помогает клиентам лучше понять продукты и услуги.



# Рекомендации



## Нарушения чистоты

- Чистота и презентабельный вид офисов являются одними из ключевых факторов успеха в этой отрасли. Ведь первое впечатление - это то, что остается в памяти клиента на долгое время.
- Когда посетитель заходит в офис, он ожидает увидеть аккуратные рабочие места, чистые полы и приятную атмосферу. Если же он сталкивается с неопрятным и некомфортным интерьером, то это может отразиться на его решении о взаимодействии.

## Пути решения

- Метод «Тайный покупатель» не позволяет в полной мере оценить соответствие всех помещений стандартам чистоты и внешнего вида, поскольку ориентирован преимущественно на качество сервиса, **Brandmetrika** предлагает дополнительно ежеквартально проводить исследование методом «**открытый аудит**».
- Открытый аудит позволяет более глубоко оценить внешний вид офиса и выявить возможные проблемы, которые могут носить систематический характер, и выстроить план их устранения.

## Низкие оценки впечатлений

- Клиенты часто принимают решения на основе эмоций. Они хотят чувствовать себя комфортно и уютно в офисе. Если они не получают нужной атмосферы, то они могут не воспользоваться услугами или больше не посещать этот офис.
- Если клиенты чувствуют себя важными и ценными, они склонны к более крупным тратам и повторным посещениям.



## Пути решения

- Опрашивая Тайных покупателей об их впечатлениях, мы можем лишь дополнить картину, полученную благодаря оценке объективных стандартов, но эмоциональная оценка профессиональных проверяющих может отличаться от впечатления реальных клиентов.
- Выявить реальные потребительские предпочтения помогают **опросные методы**. **Brandmetrika** рекомендует телефонные, личные или онлайн-опросы, которые помогут опередить, что наиболее сильно беспокоит именно целевую аудиторию.

# Contact

Information

B R A N D M E T R I K A



8 (800) 350-11-36



info@brandmrtrika.ru



www.brandmetrika.ru