



Михаил ПОЗДНЯКОВ,
директор по персоналу
торговой сети «Дом Злата»

ЯВНАЯ ПОЛЬЗА «ТАЙНОГО ПОКУПАТЕЛЯ»

Несколько лет назад, после успешного ребрендинга из объединения разноплановых торговых предприятий в сеть магазинов «Дом Злата», был поднят вопрос о стандартизации внешнего вида и качества обслуживания покупателей во всех магазинах. Следствием этого стала разработка стандартов внешнего вида и качества обслуживания. Департаментом по работе с персоналом была также реализована комплексная программа обучения торгового персонала «Продажи ювелирных изделий», которая включала в себя мастер-классы по психологии продаж, элементам ювелирных изделий, драгоценным камням. Важной частью программы стала экскурсия торговых работников на донецкий ювелирный завод «Багет», где опытные мастера-ювелиры демонстрировали искусство создания ювелирных изделий.

На следующем этапе подготовки персонала потребовалось наладить контроль знаний торговых работников и выполнения ими стандартов обслуживания и внешнего вида. И если контроль профессиональных знаний организовать относительно просто путём периодической аттестации продавцов, то с качеством обслуживания всё обстоит сложнее. Проанализировав возможные варианты, мы пришли к технологии «Тайный покупатель».

ЗАДАЧИ И ЦЕЛИ

Программа «Тайный покупатель» является эффективным рычагом управления коллективом магазина. Основная её задача – постоянный контроль и повышение качества обслуживания покупателей. Поэтому в магазинах торговой сети «Дом Злата» программа работает постоянно: проверки проходят ежемесячно, а итоги подводятся ежеквартально.

Программа не предназначена для каких-либо карательных мероприятий в отношении нерадивых работников. Её цель – получение объективной информации о «пробелах» в качестве обслуживания покупателей. Анализ такой информации позволяет эффективно устранять выявленные недостатки и служит основой для разработки программ развития торгового персонала.

КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Мы периодически проводим подбор внештатных сотрудников для работы агентами программы «Тайный покупатель». Кандидаты проходят строгий конкурсный отбор на коммуникабельность, культуру общения, сообразительность, после чего лучших из них учат по специальной программе. Она включает в себя знакомство с базовыми стандартами (Стандарт обслуживания, Стандарт внешнего вида, учебный фильм «Психо-

логия продаж ювелирных изделий») и курсы, аналогичные тренингам для продавцов сети. Также агенты изучают методику оценки торговых работников с помощью специального чек-листа.

Прошедшие обучение агенты посещают магазины, где контактируют с торговыми работниками под видом обычных покупателей. Затем они заполняют оценочные чек-листы на каждого продавца и передают их в отдел управления персоналом торговой сети. В ряде случаев агенты используют специальные средства фиксации информации.

ОБРАБОТКА АНКЕТ И РАНКИНГ

Как правило, если не возникает дополнительных вопросов, мы получаем 2 чек-листа в месяц на каждого торгового работника. Для получения наибольшей объективности оценки и исключения фактора возможной личной неприязни рассматриваются чек-листы от двух агентов. В том случае, если баллы в анкетах различны, то для статистического отчёта мы выбираем более высокий балл. Однако все замечания, внесённые агентами в анкету, подлежат проработке с директором филиала и продавцом на собраниях, посвящённых качеству обслуживания. Таким образом, мы получаем индивидуальный балл продавца, который используем в ежеквартальном рейтинге продавцов торговой сети по критерию качества обслуживания покупателей.

Для магазинов средний балл качества обслуживания считается просто: суммируются баллы всех продавцов магазина, и полученный результат делится на количество этих продавцов. Данный средний балл используется и в ежеквартальном отчёте для составления рейтинга всех магазинов торговой сети по показателю качества обслуживания клиентов. Мы используем пятибалльную систему, где 1 – наиболее низкий балл, а 5 – наиболее высокий.

В настоящее время проводится тендер с целью передачи части программы «Тайный покупатель» (либо программы целиком) той консалтинговой компании, которая сможет наиболее профессионально и объективно проводить оценку персонала торговой сети.



СТАНДАРТ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

«Встречать и провожать каждого покупателя как дорогого гостя у себя дома. Доброжелательность, уважение и внимание к каждому покупателю во взгляде, улыбке, жесте, голосе – вот залог нашей успешной работы!»

Продавец-консультант торговой сети:

1. Постоянно визуально контролирует обслуживаемую территорию, чтобы в случае необходимости незамедлительно прийти на помощь покупателю.

2. Следит глазами за действиями покупателя.

3. Если покупатель открыт к общению, то продавец смотрит на клиента и доброжелательно говорит: «Доброе утро!» («Добрый день!», «Добрый вечер!», «Здравствуйте!»).

4. Говорит доброжелательно, глядя в лицо покупателю: «Если у вас возникнут вопросы, обращайтесь, пожалуйста, ко мне».

5. Если покупатель сомневается или нуждается в консультации, то продавец выясняет потребность с помощью вопросов.

6. Предлагает товар под потребность покупателя, не навязывая своё мнение.

7. Показывает товар клиенту.

8. Объясняет свойства товара.

9. После продажи основного товара пробует осуществить «двойную продажу» (т. е. предлагает клиенту купить еще одно изделие; к примеру, если куплен крест, можно предложить цепочку для него).

10. Если покупатель готов к покупке, то продавец упаковывает товар и подает покупателю со словами: «Пожалуйста, ваша покупка!», «Пожалуйста, ваш товар!» (называя приобретаемый покупателем товар).

11. Говорит: «Спасибо за покупку!», «Приходите к нам ещё!».

12. В предпраздничные и праздничные дни говорит: «С наступающим вас праздником!», «С наступающим вас!», «С праздником вас!», «Поздравляем вас с праздником!» и при этом доброжелательно смотрит покупателю в лицо.

13. При обслуживании покупателей продавец сохраняет хорошее настроение и доброжелательное отношение к покупателям в течение дня.

14. При спаде клиентской активности занимается выкладкой товара на витрину, следит за санитарным состоянием отдела и при этом постоянно визуально контролирует обслуживаемую территорию, чтобы в случае необходимости незамедлительно прийти на помощь покупателю.

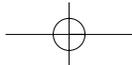
Примечание: В п. 14 намеренно оставлен повтор п. 1, поскольку данный стандарт рассчитан на рядовых продавцов, а им лишний раз повторить основы не помешает.

Зарегистрированная торговая марка

ЮВЕЛИРНАЯ СТУДИЯ

**Приглашаем Вас посетить наш стенд
на выставке Ювелир-3 (КВЦ Сокольники, Москва)
павильон №4
с 7 по 17 декабря**

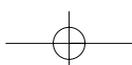
Россия, 156019 г. Кострома ул. П. Щербины, 6.
Тел/факс отдела продаж: (4942) 32-73-91
тел/факс: (4942) 32-61-90, 34-21-49.
E-mail: arti.sh@mail.ru
Фирменный салон в Костроме:
ул. 2-я Волжская, "Мега Мир" пав. 26,
тел. 8-910-956-0807.



ПЕРСОНАЛ

СТАНДАРТ ВНЕШНЕГО ВИДА ПРОДАВЦОВ-КОНСУЛЬТАНТОВ

	ЖЕНЩИНЫ	МУЖЧИНЫ
Элементы корпоративной формы	Обязателен бейдж установленной	Обязателен бейдж установленной формы
ОДЕЖДА	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • чистая и выглаженная форменная одежда классического фасона • блузка – однотонная, белого цвета или пастельных тонов <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • глубокие декольте и разрезы 	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • чистая и выглаженная одежда классического фасона • цвет пиджака, жилета, брюк – чёрный либо тёмных тонов • длина брюк – до каблука ботинка • длина брюк – до каблука ботинка • рубашка – однотонная • галстук – однотонный либо с традиционным геометрическим рисунком <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • галстуки с вызывающим рисунком
ОБУВЬ	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • чистая вычищенная обувь • зимой – сменная обувь: классические туфли без украшений с закрытым носком и пяткой • летом – летние туфли либо босоножки с закрытым носком, без ярких украшений <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обувь яркой расцветки 	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • чистая вычищенная обувь • зимой – чёрные или тёмные туфли без пряжек и украшений • летом – чёрные, тёмные, либо однотонные светлые туфли без пряжек и украшений <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • босоножки
ЧУЛКИ / НОСКИ	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • чулки/носки однотонные, телесного или чёрного цвета <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • гольфы, носки при юбке 	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • носки однотонные, в тон брюкам или обуви, либо на тон светлее брюк или обуви <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • носки со спортивной символикой
ВОЛОСЫ	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • чистые волосы с аккуратной классической причёской, цвет естественных оттенков <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • контрастная окраска прядей 	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • чистые, коротко подстриженные волосы с аккуратной классической причёской <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • волосы длиннее ворота рубашки, контрастная окраска прядей
ЛИЦО	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • естественные тона макияжа <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • яркие цвета в макияже, пирсинг, татуаж 	<p>Требуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> • чисто выбритое, либо с ухоженными усами и бородой <p>Не допускается:</p> <ul style="list-style-type: none"> • экстравагантный стайлинг, пирсинг, татуаж





Торговая сеть «Дом Злата» (28 ювелирных магазинов) занимает лидирующие позиции на рынке ювелирных изделий Украины. В магазинах сети большой выбор изделий из золота и серебра с драгоценными, полудрагоценными камнями и жемчугом, бытовых изделий из драгметаллов следующих отечественных и зарубежных производителей.

Хотите поделиться опытом – пишите главному редактору: glavred@njt.ru

РУКИ

Требуется:

- чистые руки с маникюром, лак пастельных тонов

Не допускается:

- слишком длинные накладные ногти

Требуется:

- чистые руки с коротко остриженными ногтями

Не допускается:

- длинные ногти

УКРАШЕНИЯ

Требуется:

- обручальное кольцо, скромные ювелирные украшения либо отсутствие таковых
- отсутствие украшений

Не допускается:

- яркая крупная бижутерия

Требуется:

- обручальное кольцо, перстень с печаткой либо

Не допускается:

- браслеты, броские кольца

ПАРФЮМЕРИЯ

Требуется:

- нейтральный запах либо лёгкий аромат парфюмерии

Не допускается:

- слишком сильные запахи

Требуется:

- нейтральный запах либо лёгкий аромат парфюмерии

Не допускается:

- слишком сильные запахи



ПЕРСОНАЛ

Чек-лист № _____

Город:
Дата и время визита:
Магазин:
ФИО проверяемого:

Перечень оцениваемых показателей	баллы					специальные пометки
	1	2	3	4	5	
ОБЩАЯ АТМОСФЕРА В МАГАЗИНЕ						
1. Приветствие покупателя: приветствуют сидя или стоя; поза продавца; ведутся ли беседы личного характера между продавцами; приветливый или суровый вид продавца в целом (наличие улыбки, обаяние)						
2. Внешний вид и манеры: аккуратность прически, макияжа, маникюра, употребление жевательной резинки						
3. Реакция на покупателя: предлагается ли помощь со стороны продавца (как скоро и в какой форме)						
4. Результат первой стадии общения с продавцом: есть ли желание общаться с ним дальше?						
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЗНАНИЯ И НАВЫКИ ПРОВЕРЯЕМОГО						
1. Грамотные ответы на все поставленные вопросы: умение продавца объяснить клиенту преимущества того или иного товара; провести сравнительный анализ (драгоценные камни, комиссионные и заводские изделия и т. д.); правильное видение ценовой политики магазина						
КОММУНИКАТИВНЫЕ СПОСОБНОСТИ И НАВЫКИ ПРОВЕРЯЕМОГО						
1. Готовность и умение вести с покупателем эстетически красивый диалог (корректный, выдержанный, вежливый)						
2. Наличие навыков бесконфликтного общения (в условиях провокации конфликта. Способность не допустить конфликта благодаря умению владеть собой)						
3. Степень заинтересованности продавца-консультанта в удачной покупке для клиента независимо от стоимости такового (можно сразу указать весьма низкую цену изделия)						
ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ТРУДА						
1. Умение продавца правильно провести заключительный этап общения с клиентом (убедить в необходимости данной покупки, подарив ему при этом хорошее настроение)						
2. Как результат всего процесса общения (и предыдущего пункта в частности) – наличие у клиента желания купить изделие						
1 балл – зона очень слабого (неудовлетворительного) продавца 2 балла – зона слабого продавца 3 балла – зона среднего продавца 4 балла – зона хорошего продавца 5 баллов – зона лучшего продавца						



При заполнении привлекаемый эксперт ставит знак «+» в соответствующем уровне оценок

Средняя оценка:

Подпись агента: _____

Социальное положение агента
(род деятельности) _____

Пол

муж.

жен.

Возраст

ПРИМЕР РАСЧЁТА БАЛЛОВ

Магазин _____

Имена продавцов-консультантов				Средний балл магазина
Общая атмосфера магазина				
Коммуникативные навыки				
Профессиональные знания и навыки				
Оценка результатов труда				
Средний балл				