

**Mystery Shopping in Service Check -
orodji za kontinuirano izboljšanje
prodaje in krepitev zvestobe strank –
Primer FIAT / ALFA ROMEO / LANCIA**

Predstavitev, pripravljena posebej za 18. Marketinški Fokus, Ljubljana, 13. april 2006

Božidar Zupan (Avto Triglav) in **Branko Žunec** (BM Consulting International)



Ugotovitev

Stranke postajajo vedno bolj:

- **zahtevne,**
- **izbirčne in**
- **osveščene o svojih možnostih.**



Ključna vprašanja

- Kakšno **pozicijo in ugled** ima Avto Triglav in blagovne znamke FLAR pri posameznih strankah / vseh skupaj?
- Investicija v reklamo – DA! Kakšna “reklama” pa so prodajalci in koliko dejansko stanejo = kakšen je njihov **ROI**?
- Kako prodajalci “prodajajo” koristi strankam?
- Kako se lahko Avto Triglav še približa pričakovanjem strank?
- Koliko in kam se splača **investirati** za zagotavljanje kontinuiranega izboljšanja prodajnih rezultatov in **krepitev zvestobe** strank?
- Kako doseči dolgoročno **ohranitev in rast prihodkov**?
- Kako zagotoviti in ohraniti konkurenčne prednosti celotne / prodajne ekipe = **osebni profili**?



Ključno vprašanje za “elito”:

Kako **zadržati** obstoječe stranke
in **pridobiti** nove?



5 ključnih trendov v prodaji in CRM aktivnostih (domači in tuji strokovnjaki):

1. “Gas”, namesto jamranja = _____
2. Veselje do prodaje, veselje do življenja, veselje do uspeha =

3. Standardi v prodaji = profesionalna prijaznost do strank =

4. Poznavanje strank in zavedanje koristi rešitev, ki jih ponujam =

5. Ugovori in pomisleki dobrodošli = _____





Zakaj MS / SC?

Ugotoviti, kako prodajalci v praksi obvladajo:

- profesionalnost in prijaznost v komuniciranju s strankami
- tehnične lastnosti in prednosti izdelkov / storitev
- pozicioniranje lastne blagovne znamke napram konkurenci
- ponujanje rešitev strankam (cena / vrednost)

- ODKRIVANJE PRILOŽNOSTI ZA **VEČ** PRODAJE IN
KREPITEV ZAUPANJA STRANK





FIAT





“Tipične” lastnosti uspešnih prodajnih in servisnih svetovalcev - kriteriji za samoocenjevanje

ZAVEDANJE VIZIJE podjetja – v besedah in dejanjih

PRILAGODLJIVOST - vsaki situaciji in stranki

HITROST - na pravem mestu ob pravem času s pravo ponudbo

USMERJENOST - doseganje 100% zastavljenih ciljev

PRIJAZNOST - do vsakega in vseh v življenju

POŠTENOST - do vseh in v vsaki situaciji

FIT - za premagovanje naporov in stresnih situacij

FUN - sproščenost, pozitivna naravnost, smeh

FREE - kreativnost in uresničevanje idej

USPEH
USPEH
USPEH

Preverite kompetentnost prodajne ekipe z **9F checklisto** vsak mesec



Kaj obsega in prinaša MS / SC?

OCENA (PRODAJNEGA) NASTOPA
PO KLJUČNIH KRITERIJIH

UREJENOST IZGLEDA
SALONA / OSEBJA

OSEBNI PROFIL PRODAJALCA/SS
KVALITATIVNO OCENJEVANJE

KLJUČNE PRILOŽNOSTI ZA
DVIG USPEHA V PRODAJI/SERVISU

PREDSTAVITEV REZULTATOV S
PREDLOGI ZA IZBOLJŠANJE

1. UKREPI ZA IZBOLJŠANJE

2. KRITERIJI OCENJEVANJA IN
NAGRAJEVANJA

3. PROGRAM IZOBRAŽEVANJA

4. KONTINUIRANI DVIG NA VIŠJO
RAVEN USPEŠNOSTI = TRŽNI
DELEŽ / RAST PRIHODKOV



POVEČANJE PRIHODKOV IN ZADOVOLJSTVA (ZVESTOBE) STRANK

(3) OCENJEVANJE KAKOVOSTI SERVISA / PRODAJE
*PREVERJANJE NARAVNANOSTI NA STRANKE, PROFESIONALNOSTI IN
PRIJAZNOSTI / NAGRAJEVANJE NAJBOLJŠIH*

**SPREJEMANJE STANDARDOV IN DOKAZOVANJE
PROFESIONALNE PRIJAZNOSTI V PRAKSI**

(2) IZOBRAŽEVANJE VODIJ
*DA POSTANEJO **USPEŠNI**
LEADERJI*

IZOBRAŽEVANJE PRODAJALCEV
*DA POSTANEJO **PRODAJNI**
SVETOVALCI*

IZOBRAŽEVANJE SPREJEMNIKOV
*DA POSTANEJO **SERVISNI**
SVETOVALCI*

INFORMIRANJE IN OSVEŠČANJE O POMENU STANDARDOV

(1) POSTAVITEV STANDARDOV

*PRAVILA IGRE ZA USPEŠNO
PRODAJO / IZVAJANJE SERVISA IN
USTVARJANJE CILJNIH PRIHODKOV / STROŠKOV*



Za razmislek in uporabo v praksi:

Katere **priložnosti** ponuja Mystery Shopping za vas?

Kako se pravilno **lotite** priprave in izvedbe = kaj lahko naredite **sami**?



Veliko zadovoljnih strank v prihodnosti vam želim.

Hvala za vašo pozornost!



**BM CONSULTING
INTERNATIONAL**