

Management Consulting
Mystery Research
Retail Consulting
Employee Surveys
Customer Feedback



Projektstudie Schuhe und Sport

Smart Concept AG

Management Consulting – Mystery Research
Bankstrasse 6
8610 Uster

Uster, 9. November 2007



Eckwerte der Studie Schuhe und Sport

Zeitraum der Datenerhebung

- 2. – 11. November 2007

Dabei wurden 30 Geschäfte in den Regionen Zürich, Luzern und Basel besucht und bewertet. Die Daten basieren auf insgesamt 30 Testbesuchen.

Die Geschäfte wurden nach den Kriterien Fremdbedienung sowie Vorwahl/Fremdbedienung eingeteilt und bewertet:

Fremdbedienung

Schuhe: Pasito, Tiefenbacher, Walder

Sport: 3 Intersport Filialen

Vorwahl/Fremdbedienung

Schuhe: Voegele Shoes, Bata, Reno

Sport: Athleticum, Ochnser Sport, SportXX





Eckwerte der Studie Schuhe und Sport

Szenario Schuhe

Die Tester mussten sich für einen wasserfesten Winterschuh interessieren und darüber beraten lassen. Zudem mussten sie noch nach einem Alternativmodell fragen.

Szenario Sport

Die Tester mussten sich für einen Skischuh interessieren und darüber beraten lassen. Zudem mussten sie noch nach einem Alternativmodell fragen.



Was wurde genau getestet?

- Aussenbereich und Verkaufsräume
- Orientierung (nur bei Vorwahl/Fremdbedienung)
- Begrüssung (andere Fragen für Fremdbedienung und Vorwahl/Fremdbedienung)
- Bedarfsabklärung/Beratung
- Abschluss
- Eindruck Verkäufer
- Gesamteindruck

Wie wurde getestet?

- Gezielte Auftragsvergabe an Tester aus unserem Testerpanel
- Besuche werden gemäss definiertem Kundenszenario durchgeführt
- Verfassen der Online-Reports durch die Tester mit geschlossenen Fragen und einem abschliessenden Erlebnisbericht



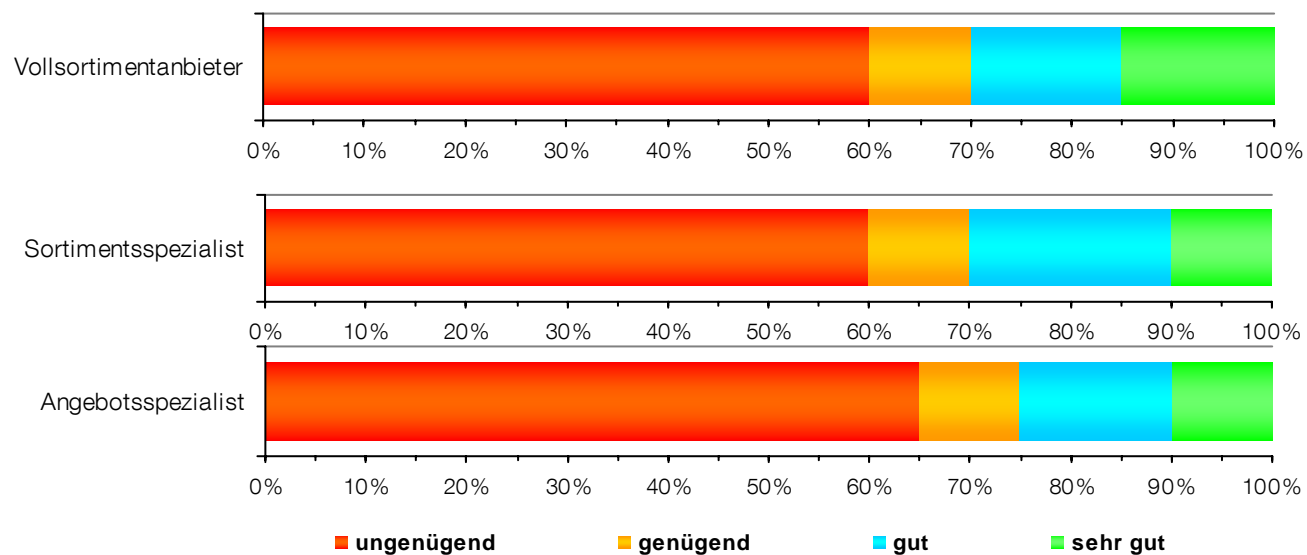
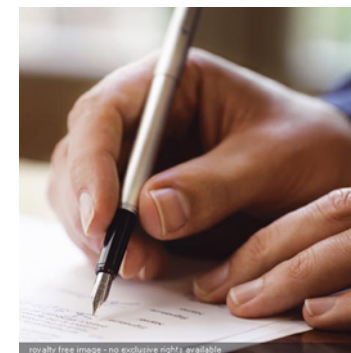
Bewertungsraster / Score Modell

Informationen zur Deutung der Bewertungen

Aus Kundensicht nimmt der Beratungsanspruch parallel mit dem Spezialisierungs-Grad des Anbieters zu.

Aufgrund unserer Erfahrung hat sich das folgende Bewertungsschema bewährt:

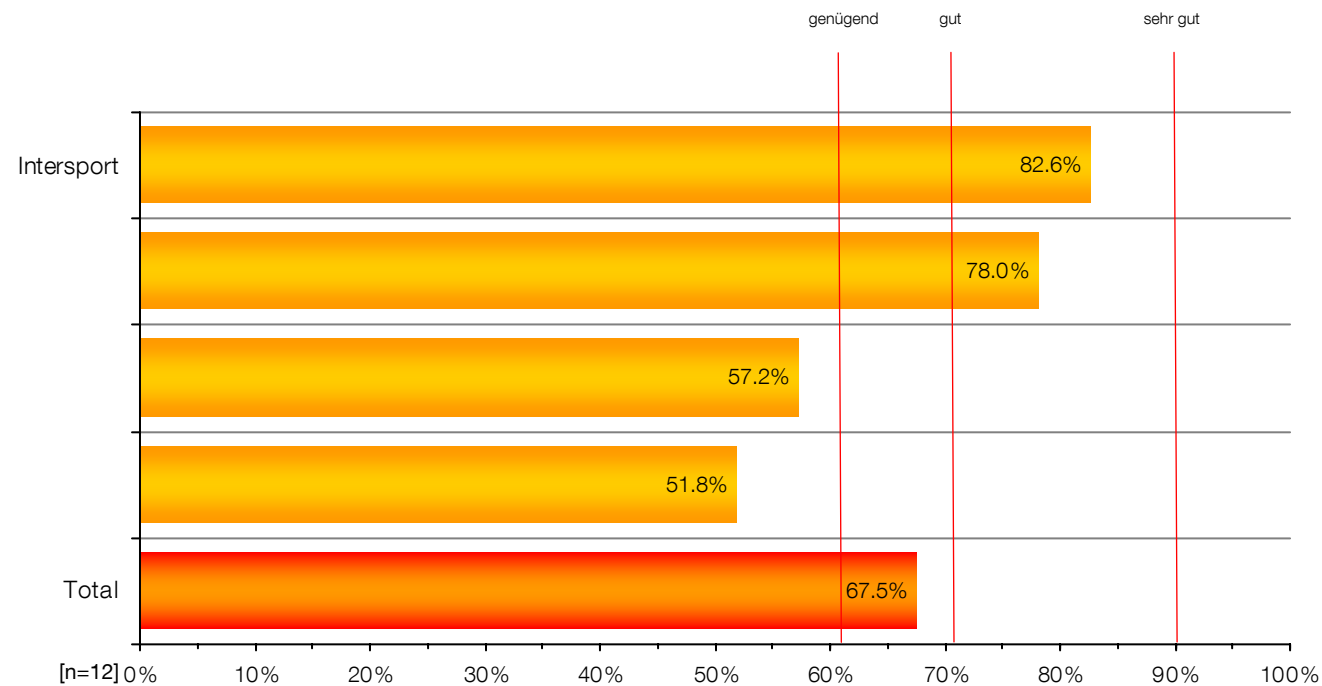
Die nachfolgenden Auswertungen basieren auf der Skala des Sortimentsspezialisten.





Rangliste nach Marken (Fremdbedienung)

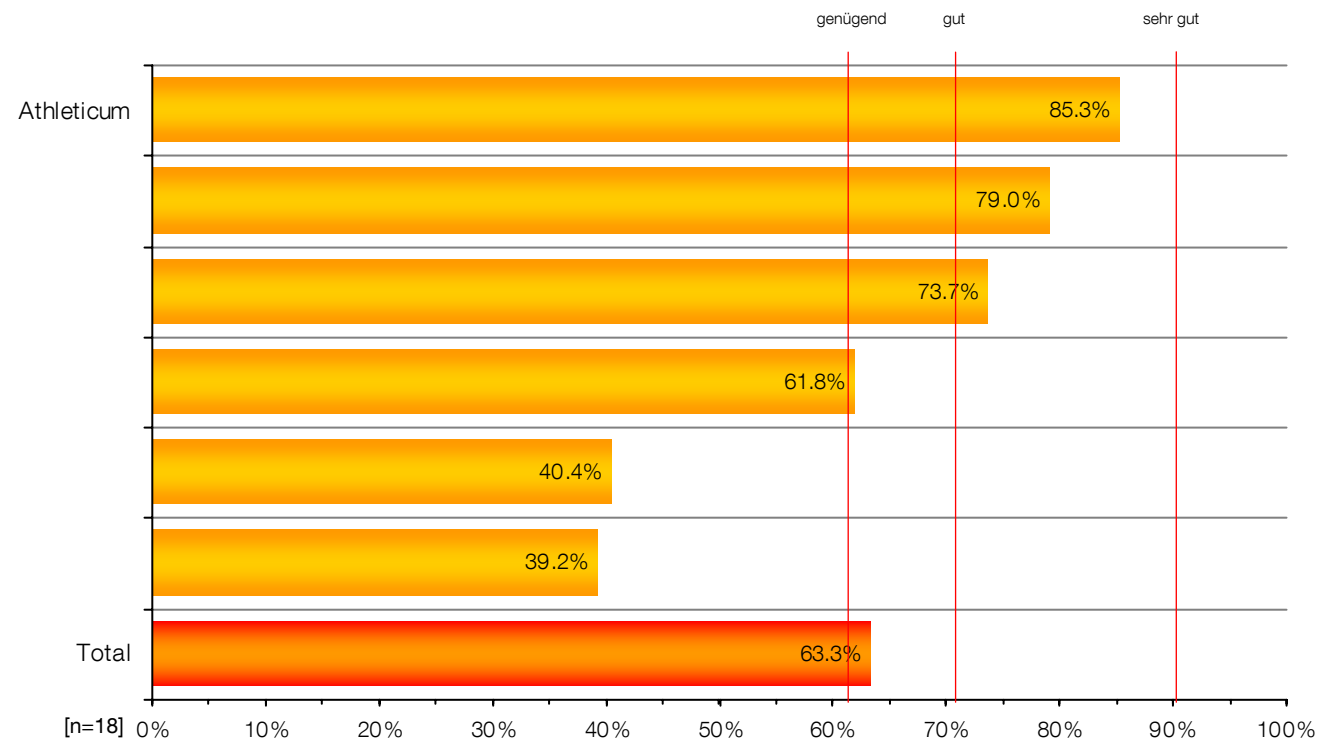
- Im Bereich der Fremdbedienung hat Intersport das insgesamt beste Ergebnis erzielt, herzliche Gratulation!
- Zwei der beurteilten Marken haben mit dem Prädikat „gut“ abgeschlossen, hingegen konnte keine Marke mit der Bewertung „sehr gut“ ausgezeichnet werden.
- Zwei der Marken wurden als „ungenügend“ bewertet.





Rangliste nach Marken (Vorwahl/Fremdbedienung)

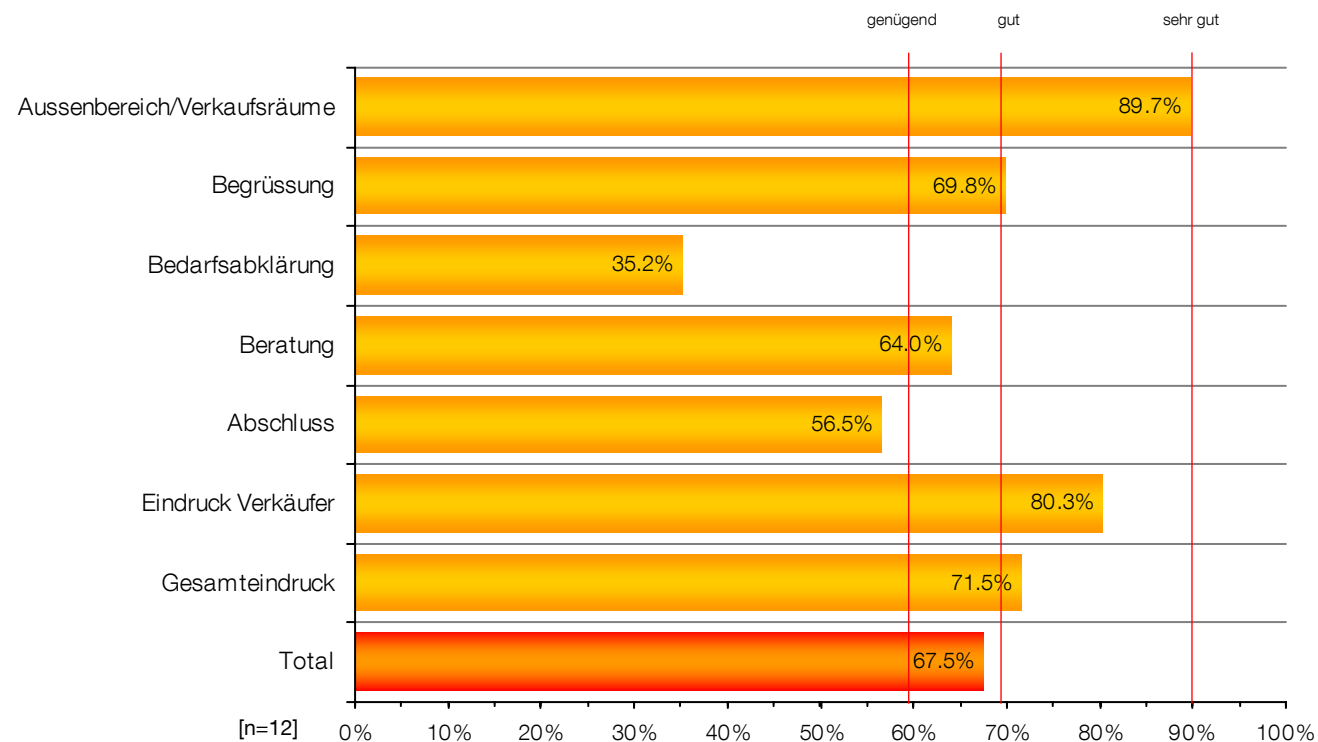
- Athleticum hat in der Kategorie Vorwahl/Fremdbedienung das insgesamt beste Ergebnis erzielt, herzliche Gratulation!
- Zwei der beurteilten Marken haben mit dem Prädikat „gut“ abgeschlossen, hingegen konnte keine Marke mit der Bewertung „sehr gut“ ausgezeichnet werden.
- Auch hier wurden zwei der getesteten Marken wurden als „ungenügend“ bewertet.





Dimensionen (Fremdbedienung)

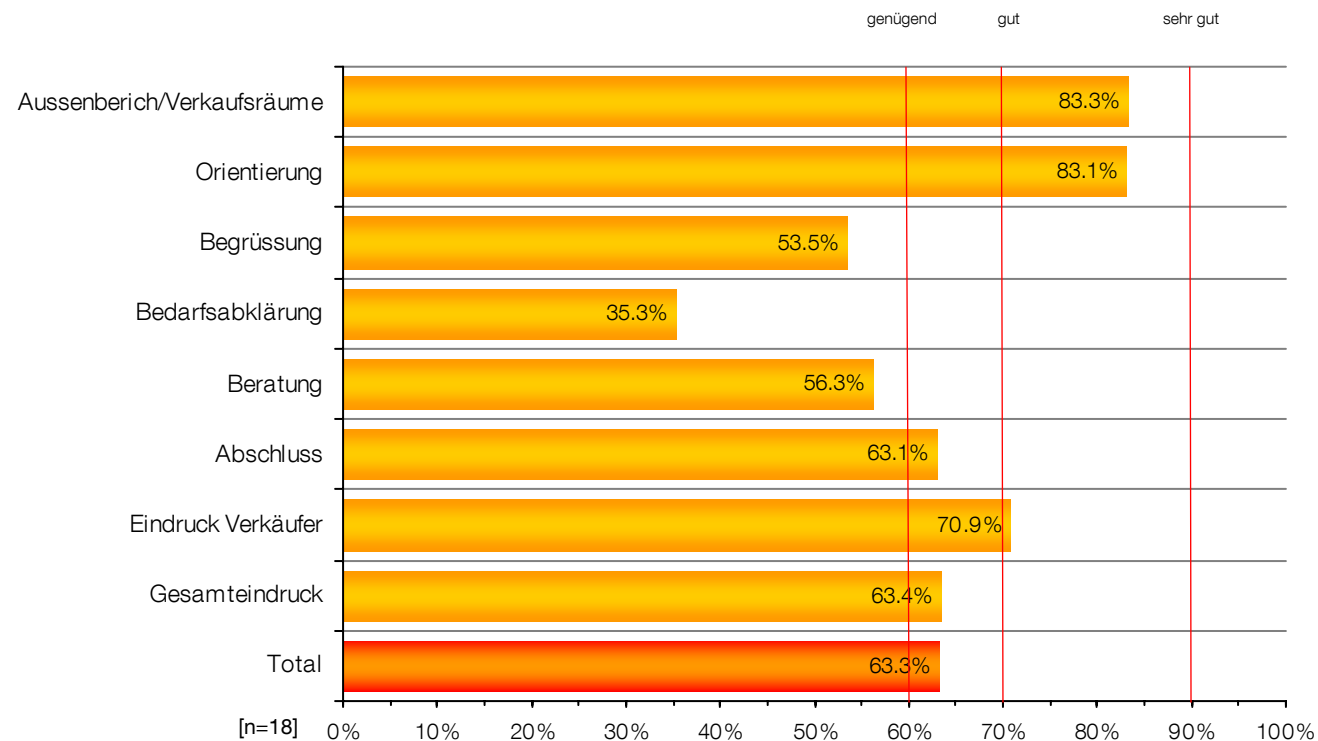
- Der Aussenbereich und die Verkaufsräume wurden über alle Dimensionen am besten beurteilt.
- Die Dimensionen Abschluss und Bedarfsabklärung wurden beide mit „ungenügend“ und die Beratung mit „genügend“ bewertet.
- Trotz dieser Ergebnisse wurde der Eindruck der Verkäufer als „gut“ empfunden





Dimensionen (Vorwahl/Fremdbedienung)

- Der Aussenbereich und die Verkaufsräume wurden mit 83.3% über alle Dimensionen am besten beurteilt.
- Die Orientierung/Beschriftung in den Geschäften wird als „gut“ empfunden
- Drei der geprüften Dimensionen wurden als „ungenügend“ bewertet.
- Auffallend ist, dass auch die Begrüssung mit 53.5% als negativ bewertet wurde.

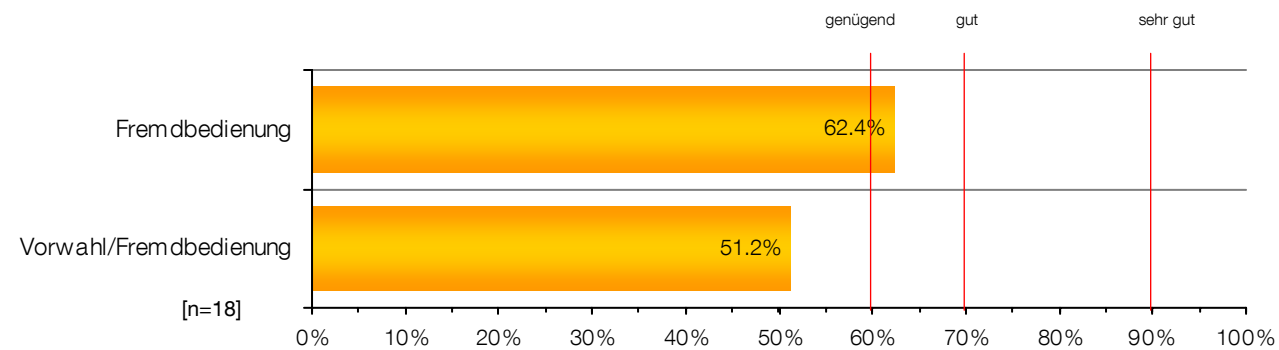




Vergleich Fremdbedienung zu Vorwahl/Fremdbedienung

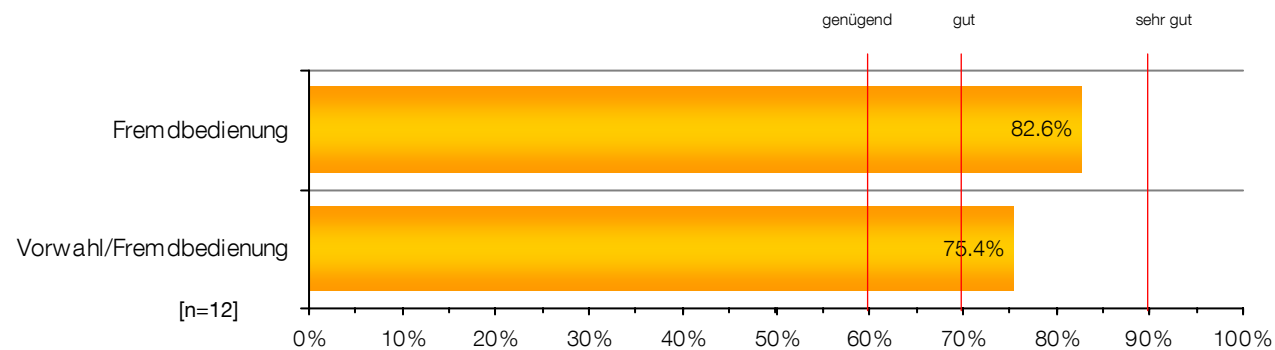
Schuhe

- Die Fremdbedienung hat bei den Schuhe besser abgeschlossen, was kein überraschendes Resultat ist.



Sport

- Im Gegensatz zu den Schuhen, liegen hier beide Beratungsformen im guten Bereich.

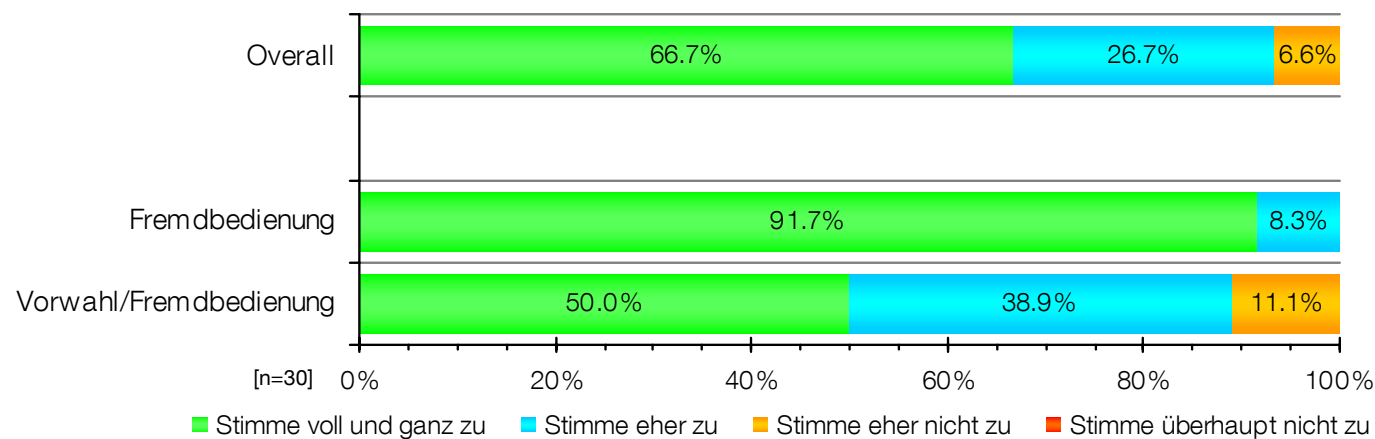
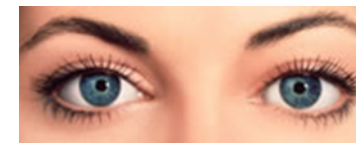




Aussenbereich und Verkaufsräume

Der Eingangsbereich war ordentlich und lud zum Besuch ein

- Bei den Geschäften der Fremdbedienung wurden der Aussenbereich und die Verkaufsräume durchwegs positiv bewertet.

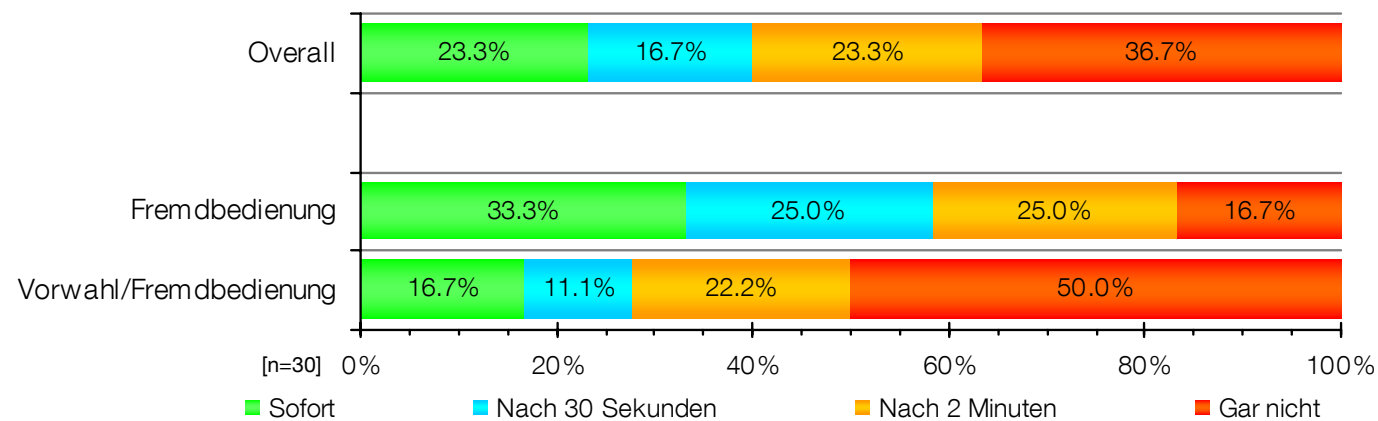
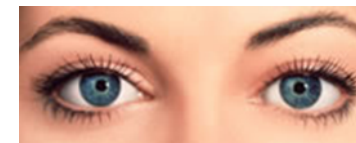




Begrüssung

Innerhalb welcher Zeit wurden Sie begrüsst?

- Bei den Geschäften der Vorwahl/Fremdbedienung wurde die Hälfte der Tester überhaupt nicht begrüsst.
- In den Geschäften der Fremdbedienung waren es 16.7% die nicht begrüsst wurden.

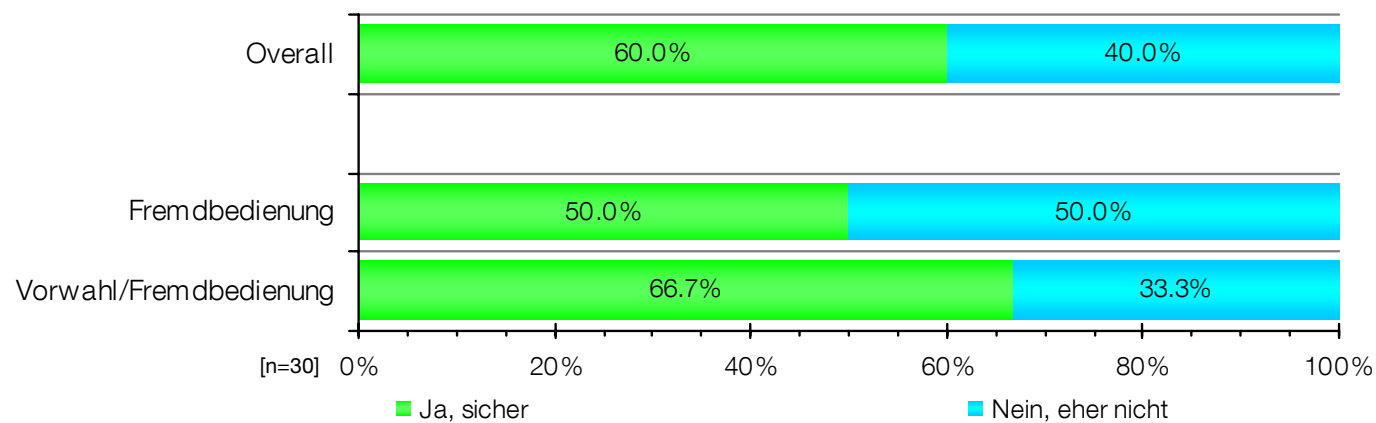
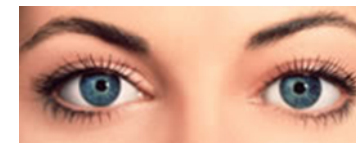




Begrüßung

Aufgrund der Anzahl anwesender Kunden wäre eine raschere Begrüßung möglich gewesen?

- Anhand der Resultate ist zu erkennen, dass in den meisten Fällen die Begrüßung schneller, oder überhaupt möglich gewesen wären.

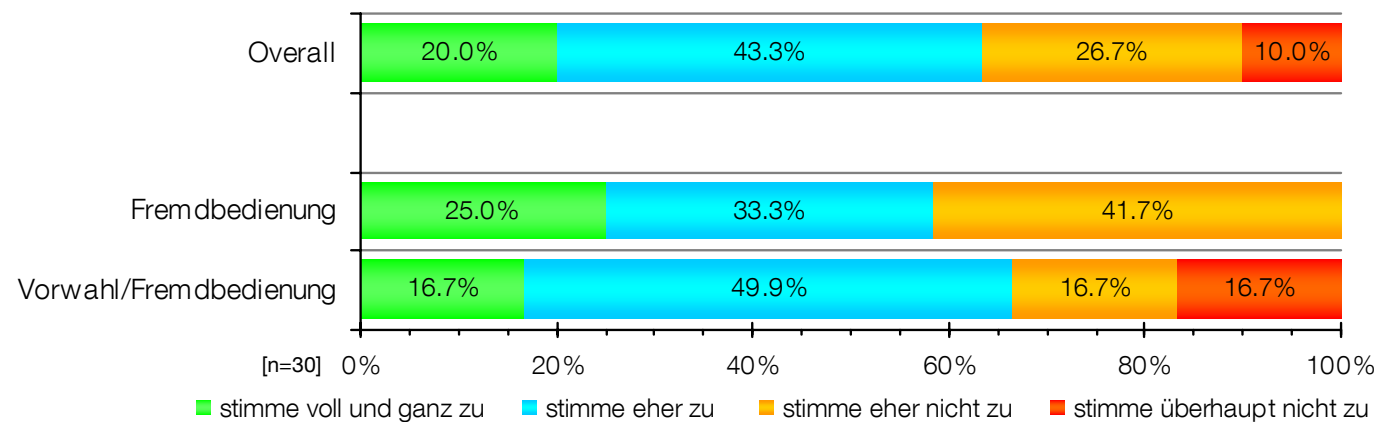
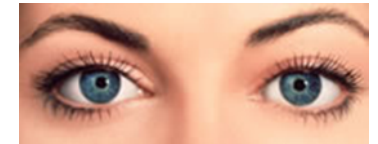




Bedarfsabklärung

Sie empfanden die Bedarfsabklärung als abschliessend/umfassend.

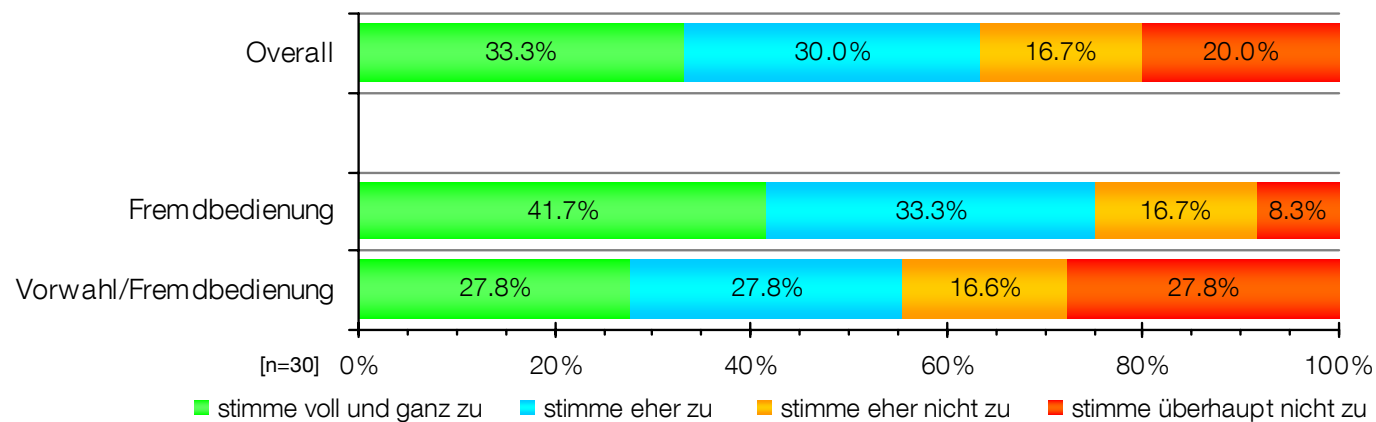
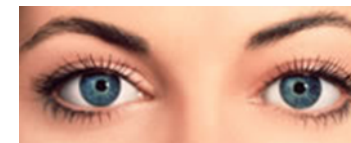
- Bei der Bedarfsabklärung ist noch sehr viel Potential vorhanden.
- Auffallend ist, dass hier bei der Vorwahl/Fremdbedienung die Bedarfsabklärung durchschnittlich als umfassender angesehen wurde als bei der Fremdbedienung.





Der Verkäufer hat Ihnen die Vor- und Nachteile der verschiedenen Modelle aufgezeigt.

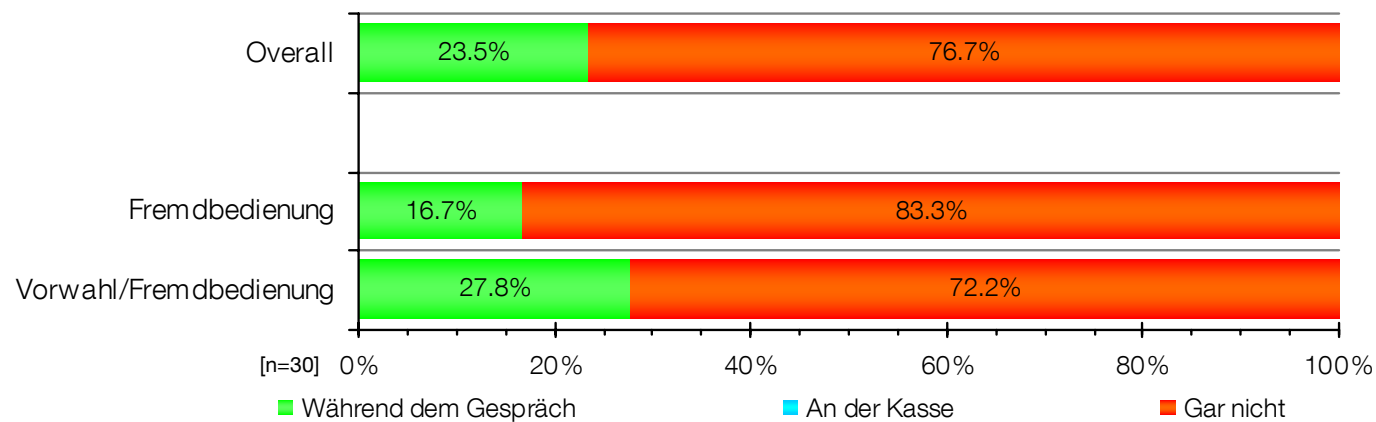
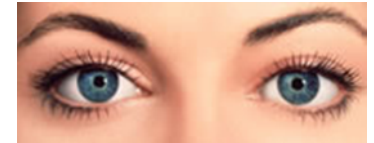
- In 36.7% aller Tests wurden die Vor- und Nachteile der diversen Modelle nicht, respektive ungenügend aufgezeigt.
- Bei der Erklärung der Vor- und Nachteil hat die Fremdbedienung gegenüber der Vorwahl/Fremdbedienung deutlich besser abgeschnitten.





Wann hat Ihnen der Verkäufer ergänzende Produkte vorgeschlagen?

- In nur 23.5% aller Tests wurden ergänzende Produkte angeboten.
- Bei den Zusatzverkäufen schliesst die Vorwahl/Fremdbedienung gegenüber der Fremdbedienung um 11.1% besser ab.
- Bei den Zusatzverkäufen ist noch riesiges Potential vorhanden.

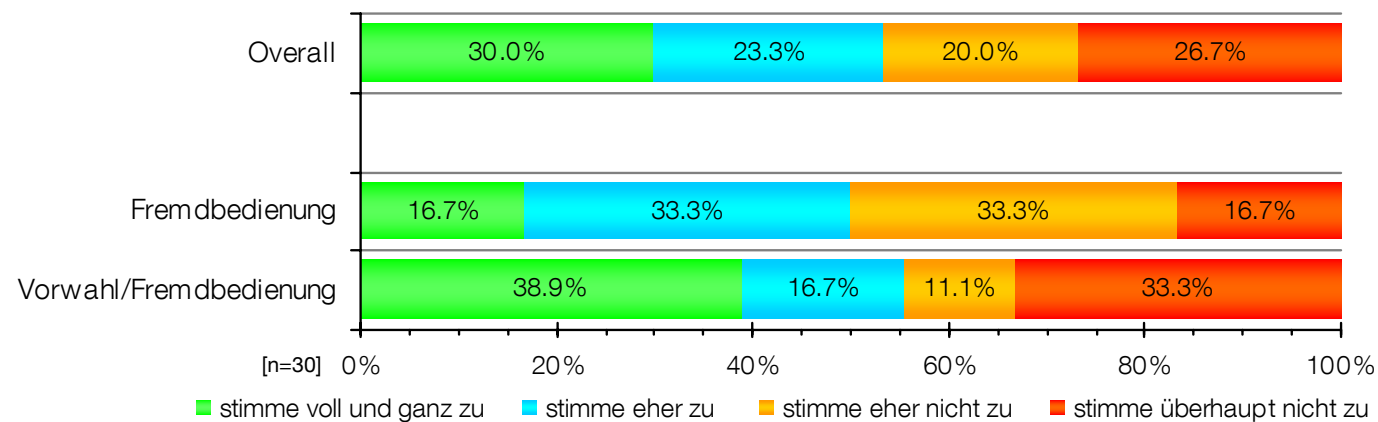
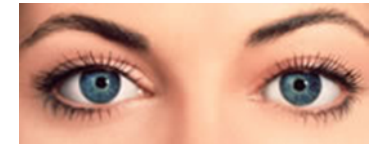




Abschluss

Dem Verkäufer gelang es gut, Sie mit Argumenten zu einem Kauf zu motivieren.

- Nur etwa bei der Hälfte aller Testkäufe, vermochte der Verkäufer den Kunden mit seinen Argumenten voll oder teilweise zu überzeugen.

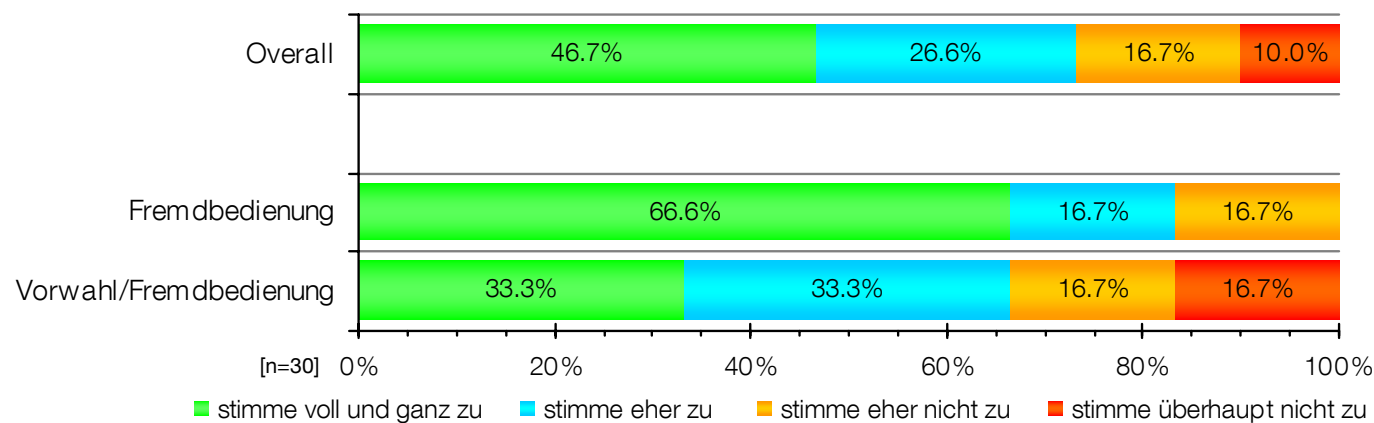
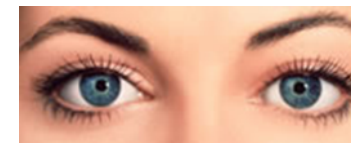




Gesamteindruck

Sie würden dieses Geschäft, aufgrund Ihres Besuches, jederzeit einem guten Freund weiterempfehlen.

- Die Geschäfte der Fremdbedienung hinterlassen mit 83.3% positiven Bewertungen klar den besseren Gesamteindruck als die Geschäfte mit Vorwahl/Fremdbedienung.
- Bei der Fremdbedienung würden 66% der Kunden aus voller Überzeugung das Geschäft einem guten Freund weiterempfehlen.
- Bei den Geschäften mit Vorwahl/Fremdbedienung stehen nur 33% der Kunden voll und ganz hinter dem getesteten Geschäft.





Wie Kunden die Zusammenarbeit mit uns beurteilen



„Kundenfeedback ist wichtig und spornt uns zu Höchstleistungen an“

Andreas S. Wetter



Orange ist einer der führenden Telekommunikationsanbieter in der Schweiz. Transparenter Service, einfache, zuverlässige und innovative Dienstleistungen ohne versteckte Kosten, bester Kundendienst, hervorragende Abdeckung und eine erstklassige Distribution sind zentrale Werte von Orange.

„Die Dynamik und die sich verschiebenden Rahmenbedingungen des Marktes verlangen nach einer laufenden Überprüfung unserer Absatzstrategien und Beurteilung der verschiedenen Absatzkanäle“ sagt Andreas S. Wetter, CEO Orange Communications SA.

„Dabei hat sich Smart Concept als Beratungspartner erwiesen, der es versteht, sehr praxisorientiert und pragmatisch vorzugehen und insbesondere die Menschen in der Organisation zu Beteiligten für Veränderungsprozesse zu gewinnen.

Die Zusammenarbeit ist sehr professionell und konstruktiv-kritisch auf die Sache bezogen. Smart Concept schreibt nicht nur Rezeptbücher und Empfehlungen, sondern engagiert sich bis zur schlüsselfertigen Umsetzung eines Projektes. Bereits nach kurzer Zeit konnten wir so signifikante Optimierungen und Produktivitätssteigerungen erzielen“ meint Andreas S. Wetter weiter.

Orange nutzt die Instrumente von Smart Concept zur objektiven Messung der Kontakt-Qualität in ihrer gesamten Distribution. Smart Concept bewertet dabei den Kauf-, Beratungs- und Dienstleistungsprozess in den Verkaufsstellen und erfasst die relevanten Treiber für Kundenzufriedenheit und Loyalität. Die Auswertungen und Methoden ergeben ein umfassendes, qualitatives Führung Cockpit.

Die Resultate bilden die solide Grundlage für Handlungsbedarf in der Führung, Schulung und den qualitativen Zielvereinbarungen.



Andreas S. Wetter
CEO
Orange Communications SA

Smart Concept AG
Bankstrasse 6
CH-8610 Uster

Ihr Ansprechpartner

David Meloni

Phone +41 (0) 44-980 43 43

Fax +41 (0) 44-980 43 46

david.meloni@smartconcept.ch

smart
concept

TAKING THE LEAD



www.smartconcept.ch

www.mystery-research.ch

Ihr Beratungs- und Dienstleistungspartner
für erfolgreiche Kundenbeziehungen
im Handel und Dienstleistungssektor

smart
concept

TAKING THE LEAD

Management Consulting



Mystery Calling



Consumer Feedback



Mystery Shopping

