

# KVALITA ZÁKAZNICKÉ OBSLUHY V SERVISECH, STANDARDY SERVISNÍCH PROCESŮ A ZPŮSOBY JEJICH KONTROLY



**MARKET VISION s.r.o.**

Baarova 1405/3A, 140 00 Praha 4

+420 224 255 950

[www.marketvision.cz](http://www.marketvision.cz)

pro společnost  
CLUB 91, s.r.o.



))) market vision

# PŘEDSTAVENÍ SPOLEČNOSTI

))) market vision

## Měníme informace na business

„Pomáháme našim klientům lépe se orientovat na trhu, zlepšovat vztahy se zákazníky, a tím zvyšovat prodeje.“

CUSTOMER  
INTELLIGENCE

MYSTERY  
SHOPPING

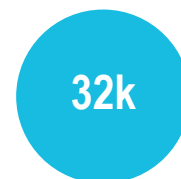
COMPETITIVE  
INTELLIGENCE



let  
na trhu



realizovaných  
projektů



MS testů  
za rok



zaměstnanců



Mystery  
Shopperů



mil. Kč  
tržby



Jsme historicky prvním členem MSPA v ČR.

**MSPA EUROPE**  
MYSTERY SHOPPING PROVIDERS ASSOCIATION



- spolupráce na mezinárodních projektech
- dodržování etického kodexu MSPA
- sdílení know-how v oblasti Mystery Shoppingu
- účast na konferencích MSPA
- členství je prestižní záležitostí

# Odvětвовá specializace

 AUTOMOTIVE

 BANKOVNICTVÍ

 STAVEBNICTVÍ

 UTILITY

 FARMACIE

 TELEKOMUNIKACE

 POJIŠŤOVNICTVÍ

 RETAIL

 GASTRO A ZÁBAVA

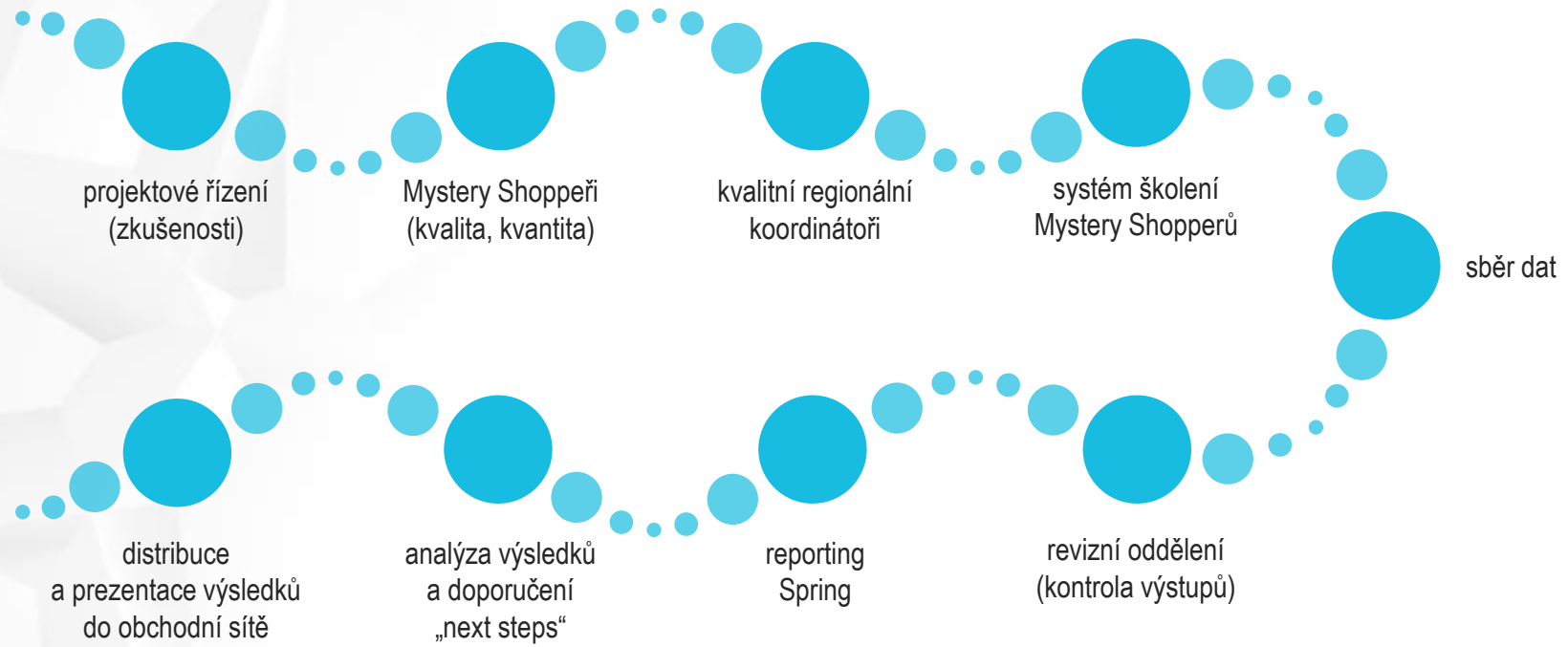
 LUXUSNÍ ZBOŽÍ

))) market vision

**MYSTERY SHOPPING –  
kontroly dodržování kvality  
standardů zákaznické obsluhy  
pomocí reálných či fingovaných  
zákazníků**

))) market vision

## Proces realizace mystery shopping projektu





## MYSTERY SHOPPEŘI

- výběr zajišťuje specializované oddělení
- 2.600 aktivních Mystery Shopperů
- zákazníci dle požadovaných profilů
- využíváme vždy lokální lidi
- dlouhodobá spolupráce
- systém hodnocení kvality práce
- omezení počtu návštěv



# SPRING ON-LINE REPORTING

vlastní aplikace  
s možností  
klientských úprav

výsledky do 24/48 hodin po návštěvě

výsledky podle zemí, regionů, vedoucích apod.

srovnání poboček, scénářů a vln v čase

spokojenostní grafy

možnost exportu, tisku formulářů

různé úrovně přístupových práv



# SPRING ON-LINE REPORTING

vlastní aplikace  
s možností  
klientských úprav  
a systémů třídění



**POBOČKY:**

#	Formulář	Region	CELKEM	Prodejna	Komunikační schopnosti	Uzavření rozhovoru
	CELKEM	počet: 10	74%	68%	80%	77%
	VYBRANÉ POBOČKY	počet: 4	70%	59%	79%	75%
4.	Břeclav_Tesco	Jihomoravský	84%	89%	100%	67%
5.	Praha_Zlín	Praha	80%	78%	100%	67%
8.	Brno_Olymnia	Jihomoravský	64%	56%	71%	67%
9.	Zlín_OC Centro	Jihomoravský	52%	11%	43%	100%

**Novo Prodej - vlna 3**

CELKOVÉ HODNOCENÍ	Počet	Hodnocení
Prodejna	10	68%
A1. Bylo snadné prodání náleží?	10	80%
A2. Byly výšky na prodání čisté?	10	90%
B1. Byl prodání dat?	10	60%
B2. Byl na prodání automatický systém front?	10	70%
B3. Spokojenost s mětem jednat	10	50%
Komunikační schopnosti		80%
Uzavření rozhovoru		77%

**C. KOMUNIKAČNÍ SCHOPNOSTI PRODEJE**

ano  ne  - C1. Pozdravil Vás prodejce? **3/3**

ano  ne  - C2. Mluvil srozumitelně (nepoužíval odborné výrazy bez vysvětlení)? **2/2**

ano  ne  - C3. Věnoval se poradce pouze Vám? **2/2**

**D. UZAVŘENÍ ROZHOVORU**

ano  ne  - D1. Poděkoval Vám prodejce za návštěvu? **3/3**

ano  ne  - D2. Rozloučil se prodávce pozdravem? **3/3**

ano  ne  - D3. Vzal si na Vás prodávce kontakt? **0/3**

**D4. Informoval Vás prodávce o možnostech získání dalších informací?**

ano  ne  - D5a. Kontaktováním prodávce

ano  ne  - D5b. Kontaktováním infolinky

ano  ne  - D5c. Vyhledáváním informací na internetových stránkách banky

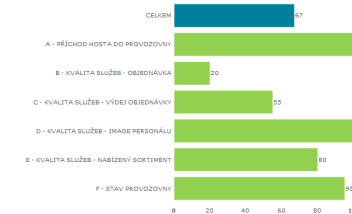
**Komentář:**

Jde o velmi elegantní a hezkou prodejnu. Pracovnice příjemná a kulturovaná, mohla by projev více analy. Zboží nemají přehledně uloženo - pracovníci dále trvají, než se zorientovala a nakonec se sčítá, že byly stejné v pořádkové bandě nemají. Ochránějí se sčítá vlastní zkušenost s obuví. To bylo fajn. S průběhem návštěvy jsem byla jinak celkem spokojena k čemuž přispěl hlavně atraktivní vzhled prodejny. Jde o velmi hezkou prodejnu.

**Hodnocení formátů**

CELKEM	Počet	Průměr	Hodnocení
CELKEM	28	81	80%
Prodejna	7	9	78%
A1. Bylo snadné prodání náleží?	2	2	100%
A2. Byly výšky na prodání čisté?	1	1	100%
B1. Byl prodání dat?	2	2	100%
B2. Byl na prodání automatický systém front?	1	1	0%
B3. Spokojenost s mětem jednat	2	2	100%
Komunikační schopnosti	7	7	100%
C1. Pozdravil Vás prodávce?	2	2	100%
C2. Mluvil srozumitelně (nepoužíval odborné výrazy bez vysvětlení)?	2	2	100%
C3. Věnoval se poradce pouze Vám?	2	2	100%
D. Uzavření rozhovoru	6	9	83%

Hodnocení	Index	Místo	Region	Název prodejny	Datum	Čas návštěvy
80%		Praha	Praha	BlueWing	2011-05-03	11:40
64%		Brno	Jihomoravský	MobileHome	2011-05-21	10:20
32%		Píseň	Píseňský	MobileHome	2011-05-01	14:10
72%		Hradec Králové	Královéhradecký	BlueWing	2011-05-13	11:20
100%		Pardubice	Pardubický	MobileHome	2011-05-06	10:15
84%		Břeclav	Jihomoravský	BlueWing	2011-05-24	15:50
92%		Liberec	Liberecký	BlueWing	2011-05-24	15:50
68%		Chomutov	Ústecký	MobileHome	2011-05-21	11:20
52%		Zlín	Jihomoravský	MobileHome	2011-05-29	15:10
100%		Ústí nad Labem	Ústecký	MobileHome	2011-05-22	10:30



# K čemu je MYSTERY SHOPPING



## obsluha na servisu

zjištění, jak funguje obsluha zákazníka, který přijel s reálným servisním požadavkem



## srovnání provozoven

porovnání jednotlivých provozoven, zobrazení vývoje výsledků v čase



## srovnání s konkurencí

benchmark kvality obsluhy v daném odvětví, srovnáme Vaši společnost s konkurenty na trhu



## reálné ceny

cenové analýzy a informace o aktuálních reálných "street" cenách a slevách

## SLEDOVANÉ OBLASTI

+ index kvality  
dle významu  
korporátních standardů a  
zaměření projektu.

SERVISNÍ INDEX

ZÁKAZNICKÝ INDEX

STATISTICKÉ HODNOCENÍ  
OTÁZEK ANO/NE

KO KRITÉRIA

### objektivní hodnocení

- telefonické objednání do servisu
- parkování na servisním místě
- přivítání
- vstupní prohlídka
- příjem vozu do servisu
- vyzvednutí vozu
- (předání zákazníka na prodej)
- průběh servisu
- vyzvednutí vozu
- nabídka následných služeb
- servisní doporučení
- následný (spokojenostní) kontakt

# KONSTRUKCE INDEXŮ

PRODEJNÍ INDEX

ZÁKAZNICKÝ INDEX

STATISTICKÉ HODNOCENÍ  
OTÁZEK ANO/NE

KO KRITÉRIA

## subjektivní hodnocení

- spokojenostní otázky
- doporučení prodejny
- kvalita opravy
- (emoce – velká diskuse  
– spíše nedoporučujeme)

# KONSTRUKCE INDEXŮ

Informativní otázky  
(nevstupují do indexu).

PRODEJNÍ INDEX

ZÁKAZNICKÝ INDEX

STATISTICKÉ HODNOCENÍ  
OTÁZEK ANO/NE

KO KRITÉRIA

## statistická data

- otázky nevstupují do celkového výsledku (indexu prodejny)
- vyjádření četnosti jednotlivých odpovědí (v %)

# KONSTRUKCE INDEXŮ

Kritéria pro bonusy/malusy autorizovaných opravců.

PRODEJNÍ INDEX

ZÁKAZNICKÝ INDEX

STATISTICKÉ HODNOCENÍ  
OTÁZEK ANO/NE

KO KRITÉRIA

## klíčové body servisního procesu

- podmínky, které musí splnit každý servis
- liší se dle značek (klíčové otázky, procentuální úspěšnost, kombinace)

A photograph of a modern office interior. In the foreground, there are several bright green chairs with white armrests. In the background, there is a long wooden conference table surrounded by black and red chairs. The room has a white wall with a geometric pattern, a white radiator, and a ceiling with recessed lighting.

## SILNÉ STRÁNKY SERVISŮ

### Identifikované silné stránky – co zákazníci oceňují

- Objednání přímo technikem, který se následně věnuje vozu.
- Prodiskutování závad na základě vstupní prohlídky – co a jak řešit či neřešit.
- Nabídka originálních i značkou doporučených neoriginálních dílů a vysvětlení výhod/nevýhod/zvážení priorit a porovnání ceny.
- Zákazníci oceňují ukázkou starých vyměněných dílů.
- Nabídka občerstvení.
- Zajištění mobility – odvozu domů/do zaměstnání nebo zapůjčení náhradního vozu za výhodných podmínek.



A photograph of a modern office interior. In the foreground, there are several bright green chairs with white armrests. In the background, there is a long wooden conference table surrounded by black chairs with red seats. The room has a white wall with a geometric pattern, a white radiator, and a ceiling with recessed lighting.

## SLABÉ STRÁNKY SERVISŮ

### Pravidelně identifikované nedostatky 1/2

- Chybějící ochranné prvky.
- Provádění dodatečných prací bez souhlasu zákazníka.
- Navyšování ceny servisu bez souhlasu zákazníka.
- Objednávání recepčním + jednání s více lidmi během návštěvy (různí zaměstnanci při telefonátu, návštěvě, předání).
- Nevysvětlení oprav a závad na vozidle.
- Absence doprovodu k vozidlu.



## SLABÉ STRÁNKY SERVISŮ

### Pravidelně identifikované nedostatky 2/2

- Neodhalená skrytá závada – elementární věc – nedělá dobrý dojem.
- Nerealizovaná vstupní prohlídka – riziko nedorozumění + právní riziko.

# Market Vision BENCHMARK - Automotive Servis - 2016

otázky ANO/NE	Celkem	Počet
B1. Dovolal/a jste se do servisu nebo Vám ze servisu zavolali neprodleně zpátky?	85%	1516
B2. Představil se Vám pracovník, se kterým jste řešil/a telefonickou objednávkou do servisu?	94%	1516
B3. Požádal Vás pracovník během úvodního telefonátu o Vaše kontaktní informace (telefonní číslo)?	53%	642
B4. Bylo snadné najít servisní místo?	86%	1485
B5. Bylo snadné u servisního místa zaparkovat?	93%	417
B6. Provedl pracovník příjmu prohlídku vozu při příjmu vozidla do servisu?	80%	1516
B7. Pokud prohlídka odhalila nedostatky, zaznamenal je pracovník příjmu do zakázkového listu?	77%	1148
B8. Byly na servisním místě viditelně umístěny informační/propagační materiály?	91%	240
B9. Nabídl Vám pracovník servisu nějaké servisní úkony, které je na voze potřeba provést na základě absolvované prohlídky?	83%	1490
B10. Předal Vám servisní technik písemný seznam všech servisních úkonů, které je na voze potřeba provést?	83%	1516
B11. Nabídl Vám pracovník servisu termín příští návštěvy?	32%	1378
<b>B12. Doporučil/a byste toto prodejní místo svým známým na základě této návštěvy?</b>	<b>Celkem</b>	
rozhodně ano	71%	
spíše ano	20%	
spíše ne	5%	
rozhodně ne	4%	
počet návštěv	1490	

## AUDITY -

kontrola plnění a dodržování stanovených interních servisních standardů v servisní síti pověřeným auditorem za součinnosti personálu provozovny.



## SLEDOVANÉ OBLASTI

- **Corporate Identity** (identifikace společnosti ve shodě se standardy dané značky): Vybavenost vnějších a vnitřních prostor, včetně orientace zákazníka ve vnitřním i vnějším prostředí provozovny.
- **Provozovna:** naváděcí systém; prostory pro zákazníky, prostory dílny; informační systém.
- **Personál** (lidé na provozovně) a rozvoj personálu: počet; kvalifikace; odbornosti; školení.
- **Komunikace/marketing:** Komunikace kampaní značky; lokální marketingové aktivity pobočky a jejich plán.
- **Náhradní vozidla** (vozidla k zapůjčení po dobu opravy).
- **Servisní procesy:** Zajištění kvality služeb; management řešení stížností; výsledky a informovanost o programu spokojenosti zákazníků.
- **Finanční stabilita a záruky** (hlídá importér).

## DALŠÍ VÝSTUPY

audio (video)  
a foto dokumentaci.



### AUDIO

- ✓ přesný průběh návštěvy
- ✓ objektivní vyhodnocení
- ⚠ nutný souhlas prodejce



### VIDEO

- ✓ neverbální komunikace
- ✓ zachycení prostředí
- ⚠ anonymizace tváří



### SCAN DOKUMENTŮ

- ✓ faktura ze servisu
- ✓ servisní protokoly, doporučení
- ✓ informační materiály



### FOTOGRAFIE (U AUDITŮ)

- ✓ nedostatky na dílně
- ✓ sklady, uskladnění pneu
- ✓ servisní recepce - POS materiály

# ANALÝZA VÝSLEDKŮ

Co se zjištěnými  
výsledky dělat dále...

grafy a tabulky za sledované oblasti ●

vyhodnocení a srovnání poboček ●

podrobné komentáře z návštěv ●

shrnutí výsledků ●

doporučení „next steps“ ●





A photograph of a modern office interior. In the foreground, there are several bright green chairs with white armrests. In the background, there is a long wooden conference table surrounded by black and red chairs. The room has a white wall with a geometric pattern, a white radiator, and a ceiling with recessed lighting.

# AUTORIZOVANÉ VERSUS NEAUTORIZOVANÉ SERVISY

## Autorizované servisy - atributy

- Zpravidla kvalitnější služby (občerstvení, pěkné prostředí) – dáno standardy značky, které musí servis dodržovat, (viz audit, mystery shopping).
- Možnost zajištění mobility zákazníka.
- Tlak na dodržení času opravy.
- Dily většinou na skladě – povinnost držet skladové zásoby.
- Disponují aktuálními servisními daty a informacemi od importéra.





# AUTORIZOVANÉ VERSUS NEAUTORIZOVANÉ SERVISY

## Neautorizované servisy – atributy

- Nižší ceny.
- Někdy familiárnější prostředí, ale méně příjemné.
- Vždy nabídka neoriginálních dílů.
- Protahování servisních zakázek – nedostatečné skladové zásoby, omezené personální kapacity.
- Nedodržování standardních postupů – typicky opomíjení vstupní prohlídky.
- Nedisponují aktuálními daty – problém při servisu nových vozů.

# DOPORUČENÍ PRO JEDNÁNÍ SE SERVISEM

Využijte již existujících  
možností, byť Vám  
nejsou aktivně  
komunikována.

1. Prostudujte si web importéra  
ohledně nabízených servisních akcí.
2. Máte-li vozy starší 4 let, zeptejte  
se přijímacího technika možnost  
slevy na materiál i na práci.
3. Domluvte se předem na nákladech  
„přípravy před STK“ (velký prostor pro kreativitu servisu).
4. **Hlídejte si množství, intenzitu a cenu  
výměn náplní a spotřebních součástí** – někdy je tendence provádět jejich výměny  
fleetovým zákazníkům při každé návštěvě (typicky stěrače a směs do ostřikovačů,  
žárovky, brzdové destičky a kotouče, nadužívání režijního materiálu, atp.).  
Nejde o vysoké částky, ale v součtu to dělá hodně!

# DOPORUČENÍ PRO SERVISOVÁNÍ VOZOVÉHO PARKU

Cenové rozdíly i základních úkonů mohou být až v řádech násobků.

1. Rozdíly v přístupu a obchodní politice vůči zákazníkům existují i mezi autorizovanými dealery!
2. Pro neautorizované servisy stále nejsou dostupné žádné nezávislé ukazatele kvality zákaznické obsluhy, ani po nich není poptávka. I pro business sféru je orientace v nich obtížná.
3. Např. rozdíl v ceně za výměnu oleje (práce + náplň) může být obecně napříč servisy více než dvojnásobný až trojnásobný!

## DOPORUČENÍ PRO SERVISOVÁNÍ VOZOVÉHO PARKU

Brzdy – kvalita práce  
rozhoduje o životnosti.  
Předplacené servisy.

4. Častá výměna brzdových destiček může být zapříčiněná jejich nestejným ojetím – může jít o trvalý problém nedbalé práce servisu - zkontrolovat a případně požadovat nápravu (vyčištění a „rozhýbání“). Může mít i vliv na spotřebu a bezpečnost. Častý problém velkých servisů.
5. Pokud využíváte některou z více variant předplaceného servisu, průběžně se ujišťujte, že stále využíváte/volíte optimální variantu vzhledem k reálnému nájezdu vozidel.
6. Personální problematika autorizované vs. neautorizované servisy - mzdové ohodnocení mechaniků.

## TREND POSLEDNÍCH LET:

Sítě pneuservisů  
rozšiřují své  
portfolio.

1. Pneuservisy, zejména největší síťové, rozšiřují své portfolio.
2. Mezi jednotlivými sítěmi však jsou nezanedbatelné rozdíly v ceně poskytovaných služeb – může být cenově výrazně výhodnější, ale není vždy pravidlem .

## SOUTĚŽNÍ OTÁZKA NA ZÁVĚR:

Která z těchto příhod  
se nám NESTALA?

Během auditu byla výloha tak vyleštěná,  
že si o ní přítomný zákazník rozbil hlavu.



Mystery shopperka byla pozvána  
příjímacím technikem na rande.



Na domnělého Mystery Shoppera byl  
vypuštěn pes.



Na auditora se v servisní dílně vylil sud s  
olejem.



CUSTOMER  
INTELLIGENCE

MYSTERY  
SHOPPING

COMPETITIVE  
INTELLIGENCE

Děkuji Vám za pozornost !



**Aleš Holakovský**

project manager

+420 602 705 066

[ales.holakovsky@marketvision.cz](mailto:ales.holakovsky@marketvision.cz)