

CUM VĂD CUMPĂRĂTORII RELAȚIA LOR CU VÂNZĂTORII

Un studiu realizat de ISRA Center Marketing Research, în exclusivitate pentru revista Piața, identifică percepția clienților asupra diferitelor aspecte ale activității personalului de vânzare din magazine



Foto: dreamstime

Maria Vaschi



Cercetarea, desfășurată în perioada 10 – 25 februarie 2011, a avut ca obiectiv principal investigarea relației dintre cumpărători – în viziunea acestora – și personalul de vânzări al magazinelor tradiționale și moderne.

O primă concluzie a sondajului este că cei mai mulți orășeni (77%) frecventează foarte des un anumit magazin tradițional. Preferința lor decurge din rațiuni concrete: apropierea de casă sau de serviciu (94%), prețuri rezonabile (35%), produse proaspete și de calitate (28%). Criteriile legate de relația cu vânzătorii nu sunt foarte importante atunci când se alege magazinul de proximitate. Astfel, doar 18% dintre

METODOLOGIA STUDIULUI

Obiective:

- Investigarea relației pe care o au cumpărătorii cu personalul magazinelor tradiționale.
- Importanța pe care cumpărătorii o acordă sfaturilor date de vânzătorii din magazinele tradiționale.
- Relația cumpărătorilor cu vânzătorii din magazinele moderne și satisfacția față de diferite aspecte ale activității acestora.

Universul cercetării:

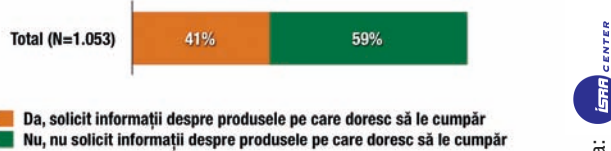
- 1.108 respondenți din mediul urban, cu vârste între 20 și 60 de ani, dintre care 1.053 vizitatori de magazine tradiționale și 1.093 vizitatori de magazine moderne.

Culegerea datelor:

- Interviu față-în-față pe baza unui chestionar proiectat de ISRA Center, în concordanță cu obiectivele și solicitările revistei Piața.

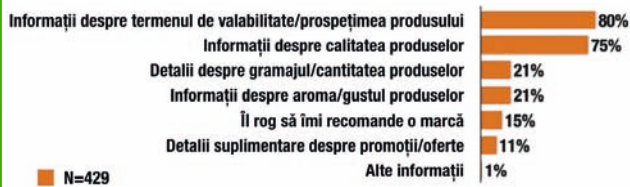
INFORMAȚII SOLICITATE DESPRE PRODUSE (MAGAZIN TRADIȚIONAL)

Atunci când mergeți într-un magazin tradițional cereți de obicei vânzătorului informații despre produsele pe care doriți să le cumpărați?



Da, solicit informații despre produsele pe care doresc să le cumpăr
Nu, nu solicit informații despre produsele pe care doresc să le cumpăr

Informații solicitate...



Baza: 1.053 respondenți care frecventează magazinele tradiționale

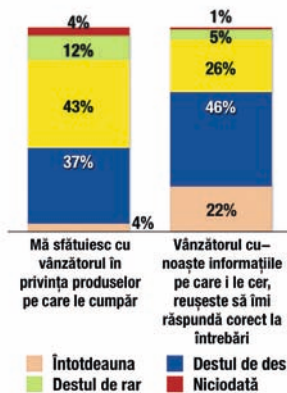
Cumpărătorii care solicită informații despre produsele pe care intenționează să le achiziționeze sunt, în cea mai mare parte, din Moldova și Oltenia. Bucureștenii sunt interesați într-o măsură mai mare decât media la nivel național de aroma/gustul produselor (29% vs. 21%) și de promoții (17% vs. 11%).

respondenți iau în calcul faptul că vânzătorii sunt politicoși și amabili, și 11% că aceștia îi ajută să aleagă produsele de care au nevoie.

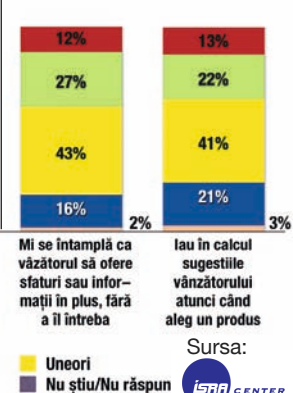
Doar patru din zece clienți obișnuiesc să solicite informații despre produsele cumpărate – îndeosebi despre termenul de valabilitate, calitate, gramaj, promoții. Cei mai interesați de aceste aspecte sunt moldovenii (90%), muntenii și oltenii (89%), persoanele cu venituri cuprinse între 1.201 și 2.100 lei

COMUNICAREA CUMPĂRĂTORILOR CU VÂNZĂTORUL (MAGAZIN TRADIȚIONAL)

Baza: 429 respondenți care solicită informații personalului



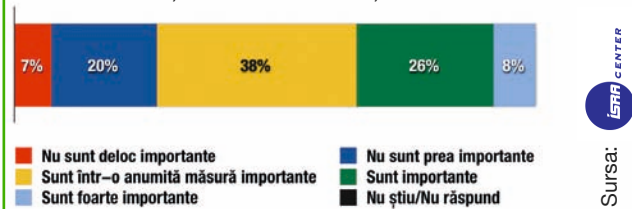
Baza: 1.053 respondenți care frecventează magazinele tradiționale



Calitatea informațiilor oferite de vânzătorii din magazinele tradiționale este considerată destul de bună, respondenții apreciind că cei mai mulți știu să răspundă corect la întrebările care le sunt adresate.

IMPORTANȚA RECOMANDĂRILOR VÂNZĂTORULUI (MAGAZIN TRADIȚIONAL)

Cât de importante sunt pentru dumneavoastră recomandările vânzătorului atunci când mergeți într-un magazin tradițional?



Baza: 1.053 respondenți care frecventează magazinele tradiționale

Media răspunsurilor referitoare la aprecierea recomandărilor vânzătorului, pe o scală de la 1 („nu sunt deloc importante”) la 5 („sunt foarte importante”) este 3,08. Aceasta crește la 3,24 în cazul persoanelor trecute de 50 de ani și scade la 2,9 în cel al tinerilor între 20 și 34 de ani. De asemenea, crește la 3,44 în Oltenia și scade la 2,92 în Transilvania.

(90%), precum și cele mai în vârstă (49%). În schimb, 76% dintre ardeleni sunt mai puțin deschiși în a pune întrebări și a solicita informații.

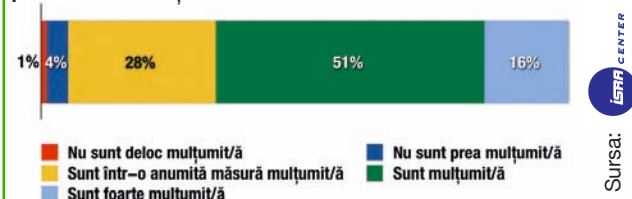
„Deși, în comparație cu magazinul modern, cel tradițional este locul unde interacțiunea dintre client și comerciant este mai puternică, și aici se identifică tendința cumpărătorilor de a limita comunicarea cu vânzătorii”, constată Alice Mihai, Business Development Director, ISRA Center Marketing Research. „Pe de altă parte, puțini vânzători fac efortul de a iniția o conversație cu clientul, prin oferirea în mod spontan de sfaturi”, adaugă Alice Mihai.

Aproape jumătate dintre cumpărătorii care primesc informații suplimentare de la personalul magazinului tradițional iau întotdeauna în calcul sugestiile acestuia atunci când aleg un produs.

Vânzătorul cunoaște informațiile care i se cer și reușește să răspundă corect la întrebări, „destul de des” sau „întotdeauna”, afirmă 68% dintre persoanele intervievate.

SATISFAȚIA CUMPĂRĂTORILOR FAȚĂ DE ATITUDINEA VÂNZĂTORILOR (MAGAZIN TRADIȚIONAL)

În general, cât de mulțumit/ă sunteți de vânzătorii din magazinul tradițional pe care îl frecvențați de obicei?

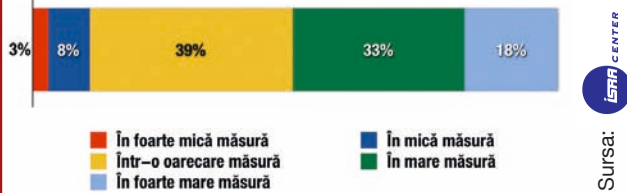


Baza: 1.053 respondenți care frecventează magazinele tradiționale

Media la nivel național, a răspunsurilor privind satisfacția clienților față de atitudinea personalului de vânzări, pe o scală de la 1 „nu sunt deloc mulțumit” la 5 „sunt foarte mulțumit” este 3,77. Și în acest caz, oltenii sunt mai generoși (4,05), iar ardelenii mai „cârcotași” (3,64).

ATENȚIA ACORDATĂ CLIENȚILOR DE CĂTRE PERSONALUL DE VÂNZĂRI (MAGAZIN MODERN)

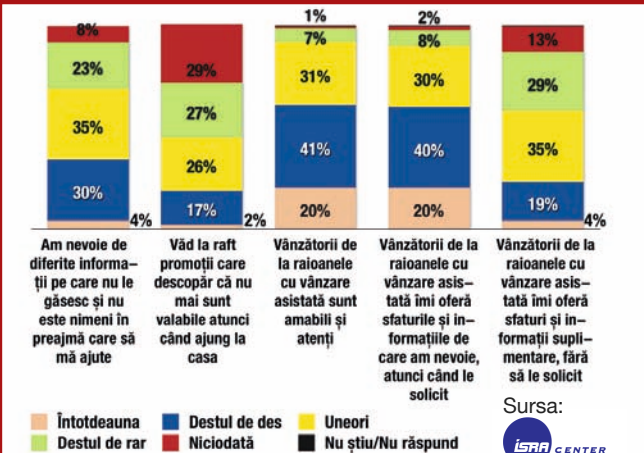
În ce măsură considerați că personalul din magazinele moderne este atent cu clienții și are grijă față de cumpărător?



Baza: 1.093 respondenți care frecventează magazinele moderne

Atenția pe care vânzătorii o acordă cumpărătorilor a înrunit, pe o scală de la 1 ("în foarte mică măsură") la 5 ("în foarte mare măsură") o medie de 3,55 la nivel național – ceva mai mare în Oltenia (3,8) și mai mică în București (3,49).

COMUNICAREA CUMPĂRĂTORILOR CU LUCRĂTORII COMERCIALI (MAGAZIN MODERN)



Baza: 1.093 respondenți care frecventează magazinele moderne

Cumpărătorii care merg în magazinele moderne au o părere mai bună despre angajații de la raioanele cu vânzare asistată, în comparație cu restul personalului din magazin.

În comerțul modern, relația cu clientul este mult mai impersonală. Mulți cumpărători susțin că personalul de vânzări din aceste magazine nu este de găsit atunci când este nevoie de el. Alte nemulțumiri se leagă de faptul că angajații nu le acordă suficientă atenție sau că nu sunt destul de bine informați în legătură cu produsele din magazin. Totuși, părerile sunt împărțite în mod egal: jumătate dintre vizitatori afirmă că vânzătorii din retailul modern sunt atenți cu ei „în mare” sau „în foarte mare măsură”, iar cealaltă jumătate, că grija față de cumpărător este prezentă „în mică și foarte mică” sau „într-o oarecare măsură”. Cei mai îngăduitori din acest punct de vedere sunt oltenii, iar cei mai critici, bucureștenii.

„Cei mai mulți cumpărători nu pun întrebări și nu cer informații suplimentare de la vânzătorii din magazinele tradiționale. Pe de altă parte, puțini comercianți fac efortul de a iniția o conversație cu clientul prin oferirea de sfaturi în mod spontan.”



Alice Mihai, Business Development Director, ISRA Center Marketing Research

O situație diferită se întâlnește în cazul raioanelor cu vânzare asistată, care își păstrează ceva din caracteristicile magazinului tradițional. Totuși, și aici, inițiativa de a comunica vine de cele mai multe ori din partea clientului, și mai puțin a vânzătorilor. Cu toate acestea, cumpărătorii îi consideră atenți și foarte amabili atunci când li se solicită ajutorul.

NEMULȚUMIRILE CUMPĂRĂTORILOR FAȚĂ DE LUCRĂTORII COMERCIALI (MAGAZIN MODERN)

Lipsa personalului de la raion	12%
Neinformați/Nu cunosc produsele	10%
Nu sunt atenți cu clientul/Sunt indiferenți	6%
Nu sunt suficient de amabili/politicoși	6%
Număr mic al angajaților	5%
Aglomerarea de la case/timp de așteptare îndelungat	3%
Neimplicarea personalului de vânzări/grăbiți	2%
Lipsa de comunicare/organizare	2%
Irascibili/recalcitranți/impertinenți	2%
Comportamentul/atitudinea personalului	2%
Lipsa promptitudinii în magazin și la casele de marcat	1%
Sunt insistenți	1%
Răspund greu la cererile clienților	1%
Case de marcat închise	1%
Prețuri greșite/neafișate	1%
Lipsa de profesionalism	1%
Lipsa produselor/promoțiilor de la rafturi	1%
Alte nemulțumiri	3%
Nu am nicio nemulțumire	39%
Nu interacționez cu personalul	0,3%
Nu știu/Nu răspund	7%

Sursa: ISRA CENTER

Baza: 1.093 respondenți care frecventează magazinele moderne

Cei mai nemulțumiți de faptul că vânzătorii nu sunt de găsit atunci când au nevoie de ei sunt bucureștenii și moldovenii (15%, vs. 11% media la nivel național). Ardelenii le reproșează, cel mai des, că sunt indiferenți (10%, vs. 12% media).

Studiul integral poate fi vizualizat pe site-ul www.revista-piata.ro