



Отчет «Тайного покупателя»

Магазин (название, адрес, ТЦ): Тайм Авеню, Москва пр. Мира, 211 к. 2, ТЦ Золотой Вавилон
<https://www.timeavenue.ru/magaziny/tc-zolotoi-vavilon/>

Дата и время посещения: 16 сентября 2017, 14-40

Консультант: Анна Чикурова

Легенда: Я и моя супруга ищем подарок для неё на день рождения, хотим подобрать часы стоимостью в районе 30 000 руб. Критерии выбора покупки – аккуратные, не большие и красивые часы.

ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ И АТМОСФЕРА В САЛОНЕ	
Магазин снаружи: вывеска, окна, витрина магазина;	Магазин привлекает внимание своим внешним видом, в том числе вывеской в форме больших часов. Большие витринные окна дают понять о широком ассортименте.
Визуальный комфорт (чистота в салоне, отсутствие посторонних предметов);	Всё выполнено в едином стиле, салон просторный, светлый. Видимых недочетов в чистоте салона не обнаружено.
Витрины (чистота, отсутствие пыли и раздражающих факторов, выкладка, оформление, оформление ценников);	Витрина оформлена в большей части аккуратно и можно рассмотреть все модели часов. На 20% изделий ценники отсутствуют или читаются с трудом.
Звуковой комфорт (отсутствие шума, музыка);	В салоне играет музыка, которая создает приятный фон.
УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА	
Встреча и приветствие;	Сотрудница поприветствовала нас через 1 минуту после нашего появления в салоне. Не представлялась. На сотруднице был надет бейджик, на котором легко читались имя и фамилия.
Внимание персонала;	К нам отнеслись с должным вниманием, предоставив возможность сначала осмотреться, а потом завязали с нами разговор.
Контакт с Покупателем;	Сотрудница установила контакт с нами, была доброжелательно настроена, улыбалась, была вежлива, старалась удовлетворить потребности супруги.

ПРОЦЕСС ПРОДАЖИ	
Выяснение потребностей, внимание к потребностям Покупателя, умение слушать;	Сотрудница после приветствия начала с вопросов выявляющих наши потребности, спросила про критерии выбора, для каких целей. Не уточнила наши ожидания по стоимости, поэтому первую модель предложила стоимостью порядка 100 000 руб. В данном этапе не хватило вопроса обоснования.
Презентация товара;	Презентации моделей не было, были лишь презентации брендов. Во время презентации сотрудница использовала понятный язык, не использовала сложных и профессиональных терминов. В основном все презентации были сделаны по запросу Покупателя.
Работа с возражениями;	При работе с возражениями использовала технику присоединения, активно задавала вопросы и предлагала альтернативные решения. Не хватило техник активного слушания.
КОНСУЛЬТАНТ	
Внешний вид и общение;	Внешний вид классический, белый верх, темный низ. Рубашка и брюки. Общение на простом понятном для Покупателя языке.
Компетентность, знание товара;	Сотрудница показала высокий уровень компетентности, рассказывая про отличия фирм изготовителей, разницу в часовых стеклах и другие характеристики моделей, которые мы рассматривали.
Нацеленность на дальнейшую работу с Покупателем;	Можно отметить, что инициатива исходила в первую очередь от сотрудника, она была заинтересована в работе с Покупателем. Старалась подобрать часы под выявленные критерии. Не хватило активного завершения сделки.
ЛИЧНОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ	
Уровень доверия к консультанту;	Уровень доверия был достаточно высокий, чувствовалось желание помочь.
Уровень доверия к магазину;	Уровень доверия к магазину высокий, так как данные магазины являются сетевыми и мультибрендовыми, а ценовая политика магазина рассчитана на разный контингент Покупателей.
Общий уровень обслуживания;	Общий уровень достаточно высокий, отдельно отметить можно, что сотрудники работают в перчатках, есть стол и два стула для примерки, а так же удобное зеркало.
Желание вернуться в магазин еще раз	Есть желание вернуться в данный салон,

	так как и ассортимент, и цены, и качество обслуживания на высоком уровне.
--	---