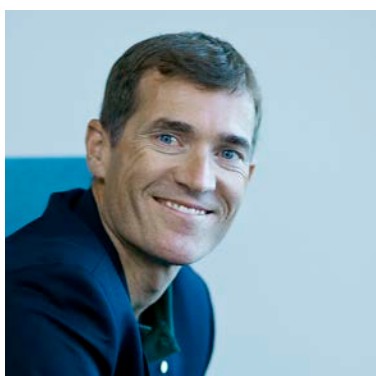




Bensin, bullar och ett utomordentligt bemötande



Enligt mig finns inget bättre verktyg för att bekräfta de utbildningsinsatser vi genomför

Christer Nilsson, Distriktschef på Preem

Oavsett om kunden är ute efter spolarvätska, drivmedel eller kanelbullar, är bemötandet på de bemannade stationerna alltid i fokus för Preem. Utomordentlig service ger eko hela vägen ner till sista raden och vägen dit går via Mystery shoppers och konkreta action plans.

Hos Preem är man fullt medveten om att kundens förtroende är något man aktivt behöver jobba med för att behålla – varje dag, vid varje kundmöte. Kundupplevelsen är avgörande för framtida affärer och relation, både i det stora och i detaljerna.

Christer Nilsson är distriktschef på Preem och är väl bekant med de olika insatserna som krävs för att säkerställa att de behåller sin framåtlutade säljorganisation.

– Vi måste bekräfta de utbildningsinsatser vi genomför, säger Christer. Och enligt mig finns det inget bättre sätt att göra det på än med hjälp av oberoende "shoppers".

Preem har sedan 2014 samarbetat med Better Business och låtit Mystery Shoppers göra besök hos deras bemannade stationer för att mäta

av fokuspunkterna. Resultatet är en kvalitativ rapport som ger värdefull insikt och konkreta förbättringspunkter.

– Genom kontinuitet har vi dessutom fått ett resultat över tid. Det ger oss ett extremt viktigt verktyg i de säljsamtal vi har med säljare och partners, förklarar Christer.

För Christer och hans kollegor blir metoden en ytterst viktig pusselbit i att säkerställa deras koncept.



Mystery Shoppers besöker, utvärderar och rapporterar

Better Business har ett stort antal Mystery Shoppers fördelade över hela landet. Där finns en spridning av kundprofiler som representerar hela Sverige och alla grupper i samhället. Tillsammans med Better Business identifierar Preem hur typiska kunder ser ut. Bland Better Business cirka 20 000 shoppers väljs ett antal ut som passar profilen för att utvärderingen ska vara så relevant som möjligt. De får sedan en genomgång inför sitt besök om vad de ska hålla utkik efter och vad de ska utvärdera. Tack vare denna introduktion kommer shoppers att aktivt bedöma rätt saker under besöket, istället för att få frågorna i efterhand och försöka minnas hur deras upplevelse var.

En Mystery shopper provocerar aldrig fram avvikande situationer utan agerar precis som en helt vanlig kund som till exempel behöver tanka eller fylla på spolarvätska. Under besöket avslöjar de aldrig sin agenda, men mäter hela tiden av kundbemötandet enligt fokuspunkterna: första intrycket, mekanisk försäljning, personlig försäljning och sista intrycket.

Action plans för konkreta förbättringsmöjligheter

När en mätning har genomförts mynnar den ut i en rad konkreta Action plans. Det är en viktig del av metoden eftersom en rapport i sig är en intressant insikt, men det är först när du omvandlar insikterna till handling som du kan dra fördel av dem.

Resultaten från mätningarna talar sitt tydliga språk om var det finns förbättringsmöjligheter och vilka insatser som krävs för att uppnå uppsatta mål gällande till exempel kundbemötande och merförsäljning.

Genom att ta del av rapporterna över stationernas kundbemötande, får distriktscheferna på Preem en klar bild över vilka områden som fungerar bra, samt vilka förbättringsområden som finns. Genom Action plans får varje stationschef/partner en lista på lokala åtgärder som behövs på just deras station.

På Preem värdesätter de kvaliteten som en kontinuitet erbjuder. Genom att planera in och genomföra flera insatser med Mystery Shopping över tid, kan förändring och förbättring följas.

Fokuspunkter under besöket

Första intrycket. Är butiken ren, hur blir jag bemött när jag kommer in eller hur är ljudvolymen i butiken? Kanske en doft av kaffe och kanelbulle slår emot mig?

Mekanisk försäljning. Hittar jag det jag letar efter, är det tydligt skylttat, är utbudet bra?

Personlig försäljning. Är det någon som frågar om jag behöver spolarvätska, om jag hittar det jag söker, om jag vill ha en bulle till kaffet nu när det verkar vara köer i trafiken?

Sista intrycket. Är det någon som säger "tack för idag", "hejdå!" eller ger mig ett stort leende när jag får mitt kvitto?





Suverän Service som övertygar

När en Mystery Shopper ger omdömet Suverän Service, blir motiveringen kvalitetsgranskad av Better Business för att säkerställa att kundbemötandet var utöver det vanliga. När motiveringen har validerats utdelas utmärkelsen i form av ett diplom som kan visas upp på företaget.

Preem har som företag tilldelats hela 26 Suverän Service under 2021 och har varit föregångare när det kommer till att uppmärksamma medarbetarna individuellt för dessa insatser i vardagen.

Skillnad över tid

Ökad merförsäljning kan låta som ett mål som monetärt enbart gynnar stationen och företaget, men i verkligheten handlar det om en vinst för alla inblandade parter. Kunden har ett behov som den blir hjälpt med, som tex: Har kunden kommit ihåg att fylla på spolarvätska när ruskvädret bjuder på lerstänk? Vill kunden ha en kanelbulle till kaffet nu när det börjar bli köer i fredagstrafiken? Har kunden sett att det är "tre för två" på varan hen just ska köpa? I det personliga bemötandet ligger omtanken i att leva upp till kundens förväntan och erbjuda mer – och samtidigt öka försäljningen. Små insatser som ger stor skillnad över tid.

Christer Nilsson kan intyga att detta är en verklighet som hans stationer verkar i. Nyligen fick han ytterligare ett bevis på att personalen ute på stationerna verkligen gör sitt yttersta för att kunden ska känna sig omhändertagen. Han blev inte särskilt

förvånad, men ändå stolt, när Better Business tilldelade en av stationerna utmärkelsen Suverän Service. Ett omdöme som inte utdelas lättvindigt. När en Mystery shopper har utfört ett besök och upplevt något utöver det vanliga – något man bara måste berätta om när man kommer hem till familjen eller träffar sina vänner – då kan hen rekommendera till Better Business att dela ut detta intyg på extraordinär service och omtanke.



Kundmötet är alltid i fokus

Rapporterna från de olika mätningarna som sker, sammanställs i det digitala verktyget som Better Business tillhandahåller. Här kan Christer följa utvecklingen och se hur hans olika insatser får eko genom hela kedjan ned på sista raden.

Oavsett om du vill mäta kundnöjdheten i en butik, restaurang, träningsanläggning eller verkstad – via shopen, supporten, chatten, telefon eller Social media – kan Better Business genomföra kvalitativa undersökningar. Kundmötet är alltid i fokus oavsett var det sker.

Vill du veta mer om Suverän Service, Better Business, eller hur ditt företag kan nå sina mål med hjälp av Mystery Shopping och Action Plans är du välkommen att kontakta Lina Schölin på lina.scholin@betterbusiness.se eller 08-5118 5119