

WACHTTIJDEN RETAIL ONDERZOEK

JULI 2009



GESCHREVEN DOOR:
AQ SERVICES INTERNATIONAL
WWW.AQ-SERVICES.COM
GEPLUBLICEERD JULI 2009



Onderzoek

In de huidige tijd waarin consumenten aankopen uitstellen, omzetcijfers teruglopen en de consument gericht op zoek is naar een specifiek product, verlaat nog steeds een percentage klanten met koopintentie de winkel zonder ook maar te worden begroet door één enkele medewerker.

Voor een medewerker in de huidige periode is het dus nog belangrijker om een potentiële klant, met koopintentie, ook daadwerkelijk met een aankoop de winkel te laten verlaten. Hierbij is het eerste klantcontact van groot belang. Het opmerken, begroeten en aanspreken van de klant zijn de eerste belangrijke aspecten van de verkoop. Om te onderzoeken in hoeverre dit eerste klantencontact in de praktijk verloopt is een korte vragenlijst opgesteld. Aan de hand van deze vragenlijst zijn 174 winkels uit verschillende branches bezocht. Het resultaat van het onderzoek vindt u in deze rapportage.

Vragenlijst

De volgende vragen zijn opgenomen in de vragenlijst:

1. Hoeveel medewerkers waren er in de winkel aanwezig?
2. Hoeveel klanten waren er in de winkel aanwezig?
3. Hoe lang duurt het voordat de klant wordt opgemerkt in de winkel?
4. Hoe lang duurt het voordat de klant wordt begroet?
5. Hoe lang duurt het voordat de klant wordt aangesproken?

De mystery visits zijn uitgevoerd tussen 1 en 12 juli 2009.

Methodiek

Het onderzoek is uitgevoerd op doordeweekse dagen in de periode tussen 1 en 12 juli 2009.

Er zijn in totaal 174 winkels bezocht in de steden Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Den Haag en Zoetermeer. In onderstaande tabel staat weergegeven in welke branches de bezoeken hebben plaatsgevonden.

Branches	Aantal bezoeken
Meubels	45
Kleding	33
Schoenen	29
Keuken- en badkamer	28
Electronica	19
Uiterlijke verzorging	11
Huishoudelijk	9
Totaal	174

Tabel 1: Aantal bezochte winkels per branche

In het kader van het onderzoek hebben mystery shoppers de winkels bezocht en daarbij de tijd gemeten tot zij werden opgemerkt, begroet en aangesproken. Daarnaast is er gekeken naar het aantal klanten en medewerkers in de winkel om te kunnen onderzoeken of er een relatie bestaat tussen de drukte in de winkel en de tijd voordat de klant werd opgemerkt, begroet en/of aangesproken.

De mystery shoppers hebben volgens een scenario de winkel verlaten wanneer zij binnen 10 minuten niet zijn aangesproken of begroet.



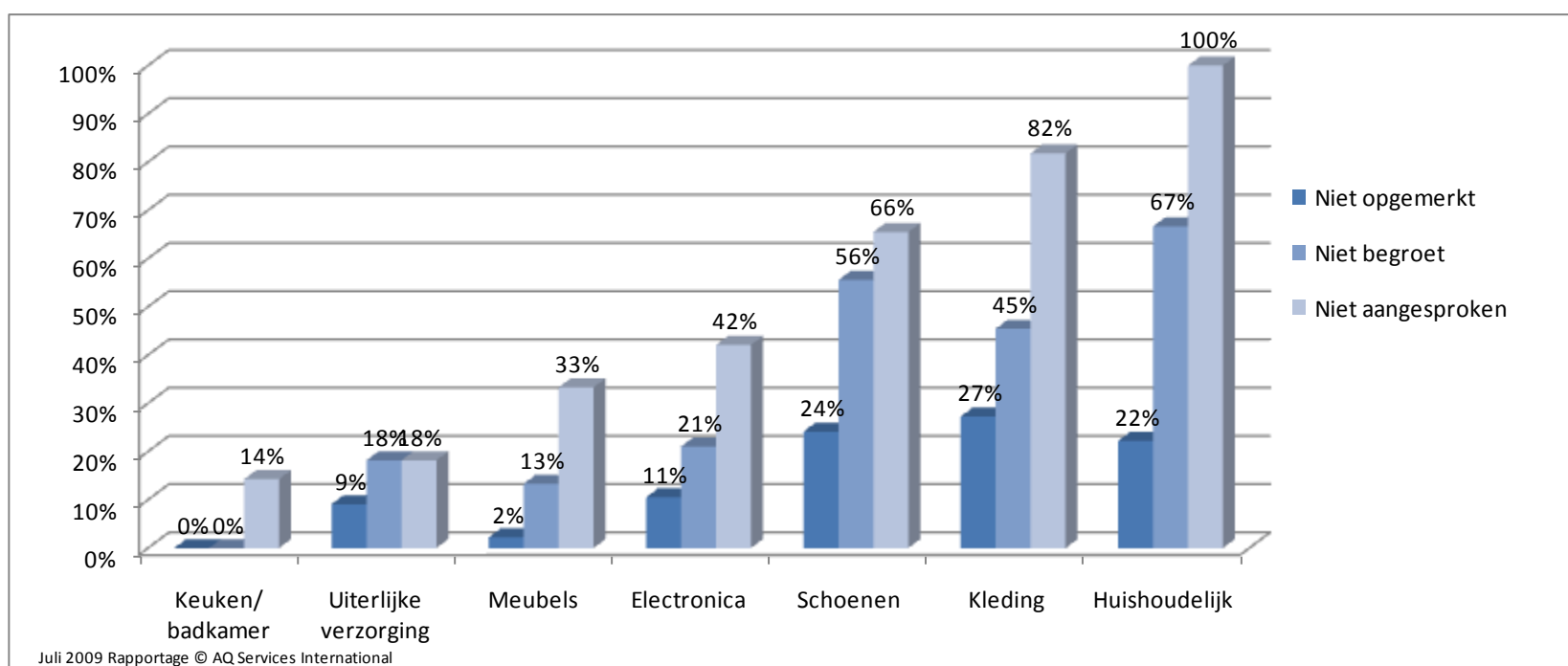
RESULTATEN



In 13% van de bezoeken is de mystery shopper niet binnen 10 minuten opmerkt. Bij 28% van de bezoeken is de mystery shopper niet begroet binnen 10 minuten. In 48% van de bezoeken is de mystery shopper binnen 10 minuten niet benaderd en heeft de winkel verlaten.

Opvallend is dat de mystery shopper bij de keuken/badkamerwinkels relatief gezien in de meeste bezoeken benaderd is. In slechts 14% winkels in deze branche is de mystery shopper niet aangesproken.

Voor kleding en schoenenwinkels geldt dat de mystery shopper in respectievelijk 18% en 34% van de bezoeken is aangesproken. De begroeting blijft bij zowel schoenen- als kleding- als winkels met huishoudelijke artikelen in minimaal 45% van de bezoeken uit.



Tabel 2: Percentages herkenning, begroeting en benadering van de mystery shopper per branche

Gedurende de bezoeken dat de mystery shopper wel is opgemerkt, begroet en/of benaderd, komen de volgende resultaten naar voren:

De herkenning heeft plaatsgevonden na gemiddeld 1 minuut en 18 seconden, de begroeting na 1 minuut en 19 seconden. Na gemiddeld 2 minuten en 46 seconden zijn de mystery shoppers aangesproken.

Op de volgende pagina volgt een overzicht per branche van het aantal seconden dat het duurde, voordat de mystery shopper is opgemerkt, begroet en aangesproken.



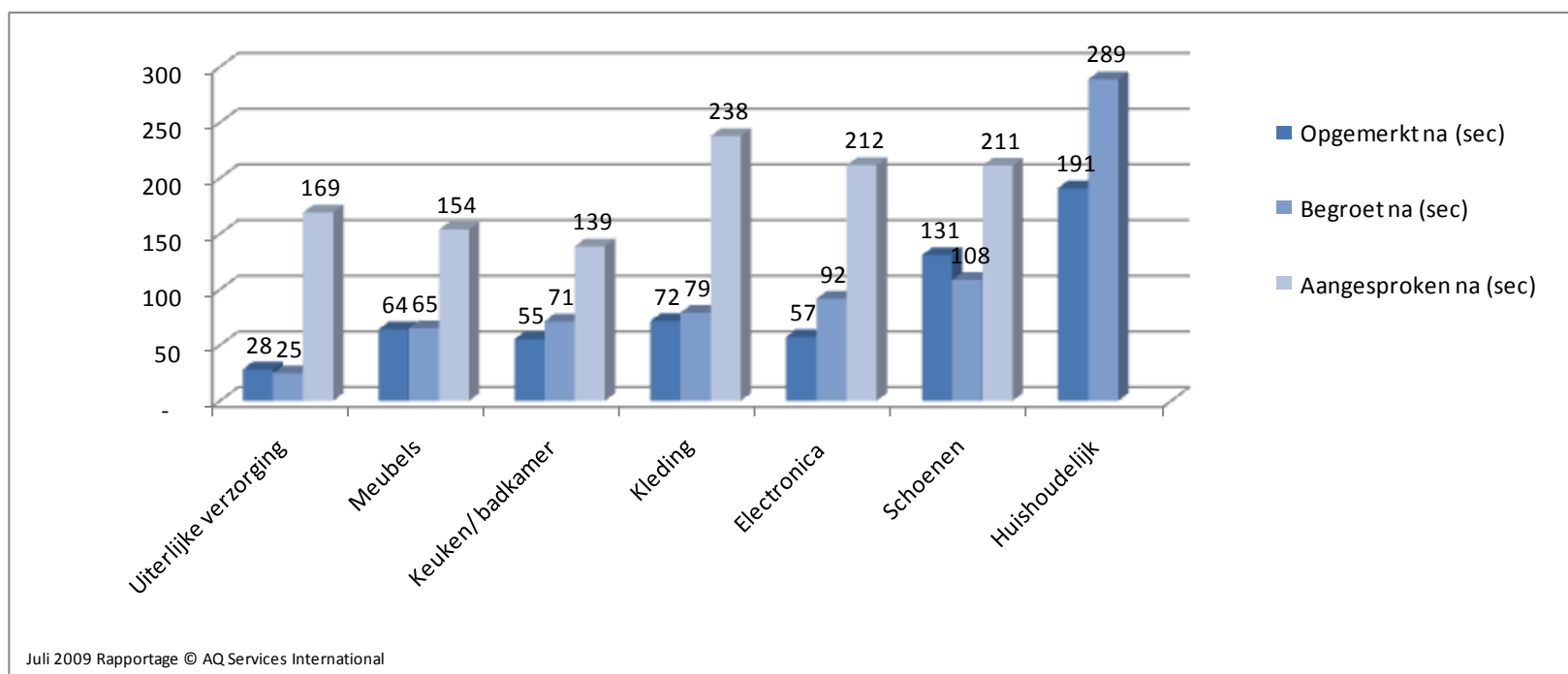
your partner in improvement®

RESULTATEN



De branche waar gemiddeld het eerst een begroeting plaatsvond is uiterlijke verzorging. Hier geldt dat de mystery shopper gemiddeld binnen 25 seconden is begroet. Bij de winkels met huishoudelijke producten duurde dit gemiddeld het langst: hier gold dat het gemiddeld 4 minuten en 29 seconden duurde voordat er een begroeting plaatsvond. In geen van de bezoeken is de mystery shopper aangesproken bij een winkel in deze branche.

Tabel 3: Herkenning, begroeting en benadering per branche in seconden



In 99 van de 174 winkels waren er op het moment van bezoek meer medewerkers dan klanten aanwezig. De medewerkers waren in de gelegenheid om de mystery shopper op te merken, te begroeten en aan te spreken.

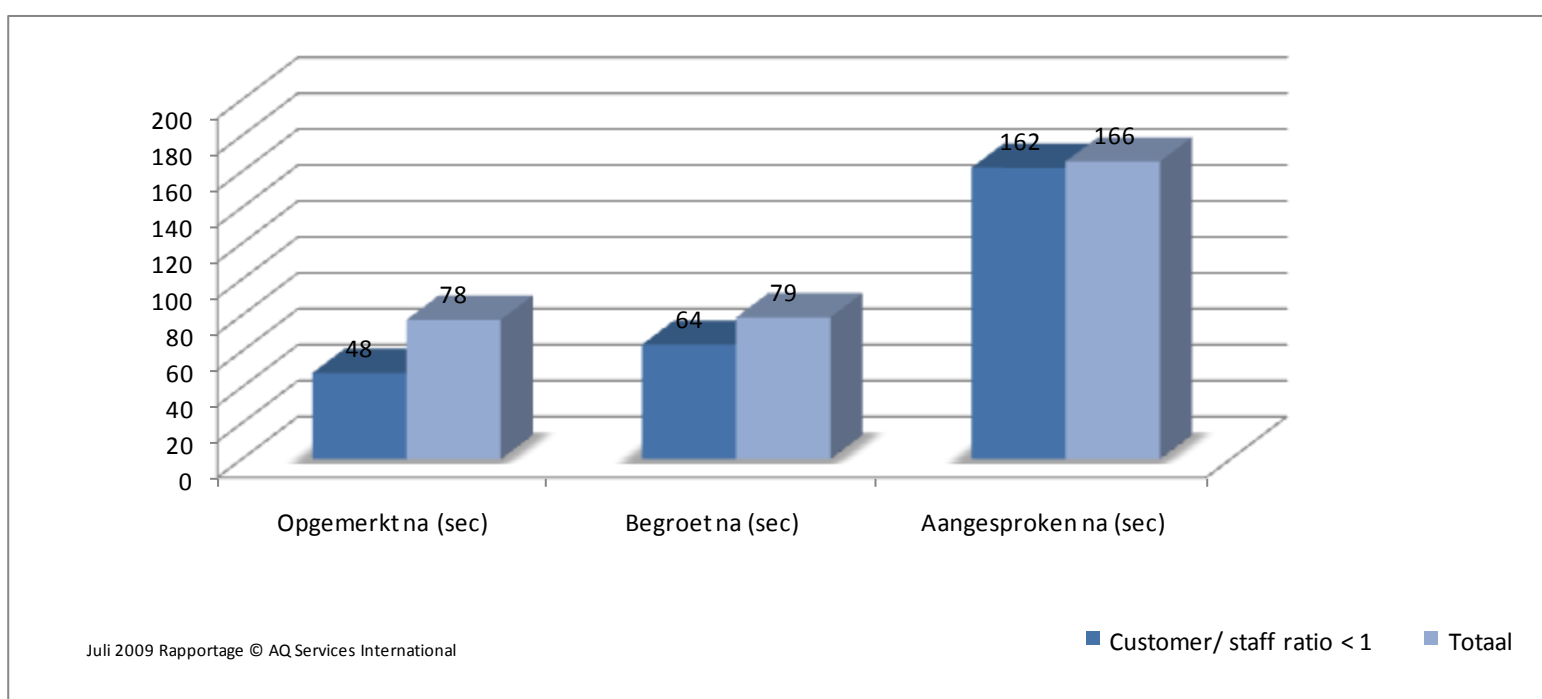


your partner in improvement®

RESULTATEN



In onderstaande tabel is het verschil zichtbaar tussen de tijd van opmerken, begroeten en benaderen in winkels waar er meer medewerkers dan klanten aanwezig waren, in verhouding tot het totaal aantal bezoeken.

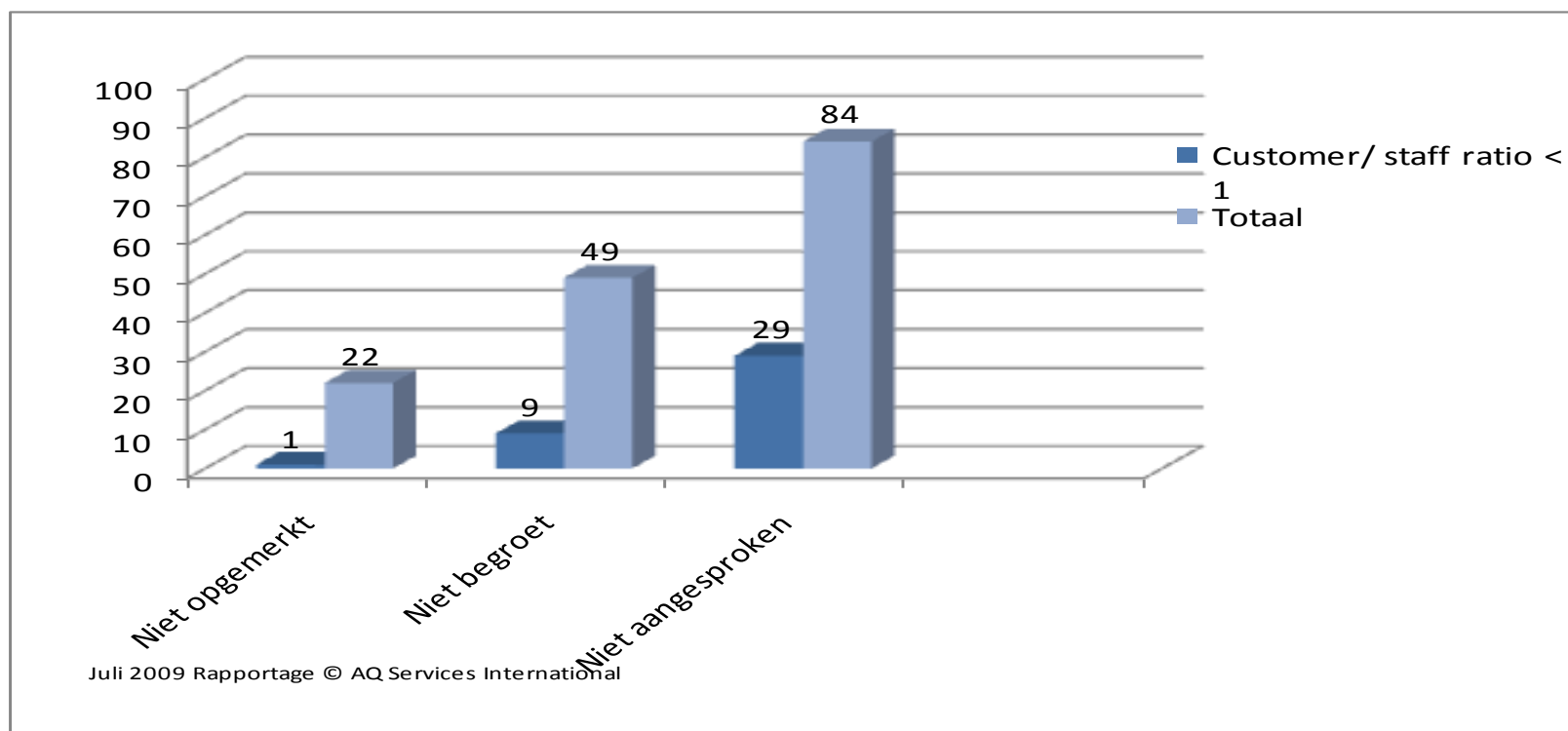


Tabel 4: Verschil benadering customer/ staff ratio meer dan 1 in vergelijking met totaal

Opvallend is dat de mystery shopper ondanks het feit dat er een medewerker beschikbaar was, nauwelijks eerder is aangesproken door een medewerker dan wanneer dit niet het geval was. Ook de begroeting vond niet veel eerder plaats.

Ondanks het feit dat er bij 99 bezoeken meer medewerkers dan klanten in de winkels aanwezig waren, zijn de mystery shoppers in veel bezoeken in totaliteit niet begroet of benaderd. In tabel 4 wordt een vergelijking gemaakt tussen de tijd tot een mystery shopper benaderd is in het algemeen en in de bezoeken dat er meer medewerkers dan klanten aanwezig waren.

Zichtbaar in tabel 5 is dat slechts in één geval de mystery shopper niet is opgemerkt terwijl er meer medewerkers dan klanten aanwezig waren. Opvallend is verder dat ondanks dat er meer medewerkers dan klanten in de winkels waren, in maar liefst 29 gevallen (35%) onze mystery shopper niet is aangesproken en in 18% van de bezoeken ook niet is begroet.



Tabel 5: Verschil benadering customer/ staff ratio meer dan 1 in vergelijking met totaal



your partner in improvement®