

Date: 9.12.2011

Publication: Gazeta Finansowa

Title: Mystery client chose the best Polish developers' offices

Tajemniczy klient wyłonił najlepsze polskie biura deweloperskie

Kupujesz mieszkanie? Badanie jakości obsługi przeprowadzone przez INTERNATIONAL SERVICE CHECK pokazało, że o satysfakcję klienta najlepiej zadbają Ronson Development i Atal z Wrocławia, a także warszawski SGI Baltis.

Wśród Top 5 przebadanych biur deweloperskich w ujęciu krajowym znalazły się, obok wspomnianych, Ronson Development oraz SGI Baltis, także Grupa Inwestycyjna

Hossa S.A., Dom Development S.A. oraz Grupa Deweloperska Geo.

Kto został poddany próbie? Czy w trudnym wyścigu o klienta deweloperzy pamiętają o niezwykle ważnym czynniku, jakim jest obsługa klienta? Aby to sprawdzić, International Service Check przeprowadziło badanie w oparciu o metodę tajemniczego klienta (mystery shopping). Przebadano piętnaście największych firm deweloperskich. Wizyty testowe przeprowadzono pomiędzy 11 a 27 października 2011 r. w 45 biurach znajdujących się w dużych miastach na terenie całej Polski. Każda firma została przetestowana trzykrotnie:

- Atal
- BRE.locum
- Budimex Nieruchomości
- Dom Development
- Echo Investment
- Gant Development
- Grupa Deweloperska Geo
- Grupa Inwestycyjna Hossa
- J.W. Construction Holding
- Mak Dom
- POLNORD
- ROBYG
- Ronson Development
- SGI Baltis
- Wikana

Zadania oceniających

Zadanie klientów testowych składało się z trzech niezależnych od siebie części:

- wysyłki e-maila,
- telefonu do biura,
- wizyty bezpośredniej.

W każdym z etapów wizyty klienci wykazywali zainteresowanie wskazaną inwestycją oraz mieszkaniem o określonym metrażu. Ogólny wynik osiągnięty przez wszystkie biura, nie był imponujący – średnia uplasowała się na poziomie 72 proc.

Wyniki badania

Najslabszym ogniwem okazał się kontakt e-mailowy – średni wynik w tej części badania to jedynie 52,9 proc. Jest to bardzo negatywny sygnał, zważywszy na fakt, że strona internetowa stanowi obecnie istotne źródło wiedzy dla potencjalnych klientów, a kontakt e-mailowy – powszechną formę komunikacji. Ocena rozmowy telefonicznej wypadła nieco lepiej niż w przypadku kontaktu elektronicznego – średni wynik z tej części badania to 61 proc. Dość niskie oceny badania komunikacji e-mailowej i telefonicznej poprawiło, badanie kontaktu bezpośredniego. W tej części wizyty średni ogólny wynik osiągnięty przez badane placówki wyniósł 79,9 proc.

Czy klient poleci biuro znajomym?

Mimo wskazanych niedoskonałości, niemal 9 z 10 klientów poleciłoby odwiedzić biuro innym osobom:

„Pracownicy sympatyczni, kompetentni i otwarci na pełną informację wspartą pomocami w postaci kserokopii oraz broszur informacyjnych”.



„Z pewnością bym polecił – doradczynie była bardzo zaangażowana w konsultację, aktywnie słuchała i odpowiadała na pytania, udzieliła dużo interesujących i ważnych informacji”. Prawie tyle samo klientów uznało, że pracownikowi w biurze zależało na sprzedaży mieszkania: „Z zaangażowaniem pokazywał mi oferty, był zdecydowany, próbował szybko określić moje potrzeby”. „Pani opowiadała mi o inwestycji z pasją. Chciała mnie przekonać, że to miejsce właśnie dla mnie i udało jej się to, mimo że personalnie nie jestem w ogóle zainteresowana kupnem żadnego mieszkania”.

Klient radzi biurom deweloperskim
Na koniec International Service Check zapytało klientów,

które aspekty obsługi wymagają według nich poprawy. Oto, co napisali (m.in.): „Oczekiwałam jakichś informacji o możliwości kredytowania”. „Najmniej podobała mi się rozmowa telefoniczna. Pracownik zadawał zbyt mało pytań. Miałem wrażenie, że to ja prowadzę tę rozmowę, a nie pracownik”. „Mniej szablonowe odpowiedzi e-mailowe, pozyskiwanie danych oraz umawianie na wizytę podczas rozmowy telefonicznej, dostępność pracownika w biurze w godzinach otwarcia biura”. „Ogólnie rzecz biorąc, pracownik powinien bardziej starać się poznać preferencje klienta przez zadawanie większej ilości i bardziej szczegółowych pytań”. „Poprawy wymaga na pewno kwestia zaproszenia do biura

(we wszystkich formach kontaktu) oraz sposób przekazywania informacji dotyczących kredytowania”. „Rozmowa telefoniczna – więcej pytań i podtrzymywania rozmowy. Kontakt e-mail – dokładne czytanie maili i oprócz wklejania szablonu odnoszenie się także do innych pytań. Kontakt bezpośredni – zwrócenie uwagi na klienta, nawet jeśli wszyscy są zajęci, więcej uśmiechu”. „Odpowiedź na e-mail powinna być w ciągu max. 3 godzin roboczych. Telefon w godzinach pracy powinna odebrać chociażby automatyczna zapowiedź. Pani w biurze powinna chociaż odrobinę udawać zainteresowanie klientem”.

Źródło: INTERNATIONAL SERVICE CHECK

Ranking generalny

Najlepsze wyniki spośród badanych placówek osiągnęły:

1. Ronson Development Wrocław – 96,6 proc.
2. SGI Baltis Warszawa – 89,6 proc.
3. Atal Wrocław – 88 proc.

Ranking badanych deweloperów (Top 5):

1. Ronson Development – 86,5 proc.
2. SGI Baltis Sp. z o.o. – 85,3 proc.
3. Grupa Inwestycyjna Hossa S.A. – 80,5 proc.
4. Dom Development S.A. – 78,1 proc.
5. Grupa Deweloperska Geo – 75,6 proc.