Goodyear Dunlop crede fortemente nella qualità dei servizi e della professionalità degli operatori, per essere al top e continuare ad essere un riferimento per gli utenti finali. Per questo ha commissionato un'indagine "Mystery Client", con la certezza che investire sulla propria rete di professionisti SuperService sia la strategia vincente per veicolare i propri prodotti. Questa indagine ha avuto come obiettivo la definizione, la qualificazione e la certificazione della Rete SuperService.

L'attività di Mystery, svolta da Evolvere, società specializzata nel settore automotive e che opera nel rispetto delle norme deontologiche fissate dal Codice Internazionale Esomar, ha avuto luogo nel periodo più caldo di montaggio pneumatici invernali: fine ottobre, inizio novembre 2013. Mystery garantisce un'osservazione oggettiva e obiettiva della realtà così come viene vissuta dai clienti. I Mystery Client hanno interagito più volte per ogni punto vendita, sia telefonicamente (Mystery Call) sia fisicamente (Mystery Visit) con il personale della rete SuperService, come normali clienti potenziali interessati ad un cambio di pneumatici per la propria vettura.

L'indagine ha permesso di analizzare le performance di ciascun partner, in particolare riguardo a:

– l'applicazione di tutte le fasi del processo di vendita

– il consiglio dei rivenditori a potenziali clienti di un pneumatico

– gli stili di relazione con il cliente

– la messa in pratica degli standard del Gruppo Goodyear Dunlop

Molto interessanti le evidenze: buona la visibilità delle identificazioni sia esterne sia interne dei negozi, come degli addetti che si presentano agli utenti finali con abbigliamento SuperService.

Da sviluppare la presenza di un'area dedicata alla sala d'attesa, elemento condizionato dell'effettiva disponibilità in negozio di spazio ad essa dedicabile.

E' emersa con particolare evidenza la disponibilità, cordialità e pro-attività dei Rivenditori e la loro capacità di proporre in modo convincente e professionale il prodotto, descrivendone correttamente caratteristiche e benefici prima ancora di mostrarlo.

Una area di miglioramento – per i rivenditori di pneumatici – risulta essere la modalità del rilascio del preventivo scritto, prevalentemente ancora realizzato a mano, dell'opportunità

di raccolta dati degli utenti finali e dei servizi aggiuntivi da proporre in modo più strutturato ai consumatori.

L'attività di Mystery ha consentito di realizzare una fotografia puntuale dei Rivenditori SuperService, mettendo in evidenza i punti di forza della Rete e fornendo nuovi spunti strategici e operativi per porsi sempre di più come punto di riferimento verso gli utenti finali. Coerentemente con la volontà di GoodyearDunlop di investire sui Rivenditori SuperService e sulla qualità della Rete.

© riproduzione riservata
pubblicato il 7 / 05 / 2014