

Dotazování zákazníků

Metody šetření v případě dotazování zákazníků		
Metoda	Popis	Naše výhoda
Náhodná metoda (princip random)	Každý má stejnou šanci patřit k dílčímu množství.	Dotazován je každý zákazník, který opouští obchod. To znamená rychlé a nekomplikované provedení.
Metoda kvót	Dílčí množství vykazuje stejné procentuelní rozdělení různých relevantních parametrů jako v základním souboru.	Pokud se dotážeme např. 250 kupujících a 250 ne-kupujících, neponecháváme na náhodě, abychom se dotázali také zákazníků, kteří neučinili žádný obrat.
Metoda koncentrace (metoda Cut-off)	Do dílčího množství jsou zahrnutí pouze zákazníci, kteří splňují předem stanovené signifikantní parametry.	Pokud se soustředíme výlučně např. na ne-kupující, dozvíme se možná důvody nekoupení a můžeme z toho vyvodit příčiny snížení obratu.

Pozorování konkurence, měření frekvence a dotazování zákazníků

Další vzdělávání k postupu na Testovaného obchodního asistenta/na Testovanou obchodní asistentku – maloobchod, na Testovaného obchodního odborníka/na Testovanou obchodní odbornici