



**ОТЧЁТ**  
**по результатам проведения исследования**  
**«Тайный покупатель»**  
**в девелоперских компаниях**  
**в сентябре 2014 г.**



Москва – сентябрь 2014 г

## Наиболее значимые выводы исследования:

- 2/3 от общего числа проверяемых агентов производят впечатление незаинтересованности в сделке (по отзывам наших сотрудников, 16 консультантов из 29 оказались незаинтересованными в общении);
- менее 50% менеджеров смогли заинтересовать потенциального покупателя своим предложением (отсутствует грамотное выявление потребностей);
- грамотная презентация своих услуг также удалась только 45% агентов;
- несмотря на то, что в 15 компаниях специалисты поинтересовались именем потенциального клиента, в дальнейшем по имени к нему обращались представители только 4 из них;
- и наконец, представители 80% проверяемых агентств не позаботились о том, чтобы записать контактный телефон предполагаемого клиента для повторного предложения сотрудничества.

## Оглавление

1. Методика исследования	4
2. Общая характеристика результатов исследования качества обслуживания в девелоперских компаниях	7
3. Анализ и интерпретация результатов мониторинга	10
Анализ результатов по блоку «Технология продаж»	10
Анализ результатов по блоку «Качество сервисного обслуживания»	21
4. Выводы	28

## 1. Методика исследования

### Цель проекта:

Мониторинг качества первичного обслуживания клиентов в девелоперских компаниях.

### Основные задачи исследования:

Оценка качества работы сотрудников компаний при общении по телефону (с операторами и менеджерами).

### Компании, принявшие участие в исследовании:

- |                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| 1. Est-a-Tet            | 18. Capital Group    |
| 2. Granelle Group       | 19. КОНДР            |
| 3. MOS CITY GROUP       | 20. Концерн «КРОСТ»  |
| 4. MR Group             | 21. Лидер Групп      |
| 5. RDI                  | 22. Мортон           |
| 6. ROSE GROUP           | 23. НДВ-Недвижимость |
| 7. Абсолют Недвижимость | 24. ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ  |
| 8. Азбука Жилья         | 25. ГК Пионер        |
| 9. БЕСТ-Новострой       | 26. Сити-XXI век     |
| 10. Ведис Групп         | 27. Urban Group      |
| 11. Гарантия-Строй      | 28. ФИНВЕСТРОЙ       |
| 12. ГК ПИК              | 29. ФСК «Лидер»      |
| 13. ГК Домстрой         |                      |
| 14. ГК Домостроитель    |                      |
| 15. Донстрой            |                      |
| 16. Инвесттраст         |                      |
| 17. ИНКОМ-Недвижимость  |                      |

## Оценки следующих сотрудников:

- Операторов
- Менеджеров по продажам

## География проведения проекта:

Компания «Best Service» совершила звонки и оценила работу 29 компаний, офисы которых находятся в Москве и МО.

## Сроки проведения проекта:

Исследование проводилось с 24.09.2014 по 30.09.2014 г.

## Сценарии проведения проверок:

Звонок в компании по телефону с целью выявления качества обслуживания по телефону. Проверки проводились без раскрытия Тайного Покупателя с ведением аудиозаписи.

## Легенда:

Тайные покупатели совершали звонки в офисы продаж с целью получения консультации по предлагаемому продукту. В ходе звонков сотрудники компании «Best Service» оценивали компетентность операторов, менеджеров, степень выполнения стандартов обслуживания. Оценка качества обслуживания осуществлялась в соответствии с чек-листом.

## Структура и содержание параметров оценки

Перечисленные ниже блоки параметров составили структуру Чек-листа, который использовался в исследовании в качестве основного инструмента оценки:

- **Оценка технологии продаж:**

Содержит 12 параметров, характеризующих приветствие, вступление в контакт, уточнение информации

об источнике, знакомстве, выявлении потребностей, работу с возражениями, уточнение контактов покупателя, прощание.

- **Оценка блока качество сервисного обслуживания:**

Содержит 8 параметров, направленных на оценку сотрудника по выявлению потребностей, корректности при общении, доброжелательности, вежливости, приветливости, а также направленные на вероятность принятия решения о покупке у данного менеджера и общее впечатление о продукте компании.

### **Представление результатов проверок.**

Перечисленные в Чек-листе параметры оценки были выбраны и сформулированы таким образом, чтобы проверяющие могли однозначно определить их наличие (отсутствие) в поведении взаимодействующих с ними сотрудников компании.

Использовалась бинарная шкала оценки по каждому параметру в обязательно и дополнительно блоке («да» / «нет», что соответствовало «1» / «0» баллов).

Полное соблюдение всех перечисленных критериев оценки (т.е. набор максимально возможного количества баллов) было принято за максимальный уровень качества сервиса, т.е. соответствовало 100% соблюдению корпоративного Стандарта обслуживания.

Результаты оценок (данные из чек-листов) были «сведены» в файлы MS Excel: «Сводная таблица Недвижимость.xls». Результаты оценок обработаны, обобщены, проанализированы и представлены в графической и табличной форме ниже.

## 2. Общая характеристика результатов исследования качества обслуживания в девелоперских компаниях

Результаты проведенного исследования представлены в виде усредненных оценок по всем блокам и группам параметров, полученных в результате 29 звонков в девелоперские компании.

*При анализе результатов мы исходили из того, что на сегодняшний день удовлетворительным уровнем качества сервиса в данном сегменте рынка может быть признан уровень равный или превышающий **значение 80%**.*

*Если усредненные оценки по тем или иным группам параметров (или отдельным параметрам) находились ниже этого уровня, то они были отнесены к проблемным «зонам».*

Усредненные результаты по каждой компании представлены в **Таблице 1**.

**Таблица 1**

Название компании	Итог по группе Технология продаж	Итог по группе Качество сервисного обслуживания	Итог по анкете
Est-a-Tet	50,00%	71,43%	57,89%
Granelle Group	41,67%	57,14%	47,37%
MOS CITY GROUP	8,33%	28,57%	15,79%
MR Group	66,67%	28,57%	52,63%
RDI	41,67%	71,43%	52,63%
ROSE GROUP	66,67%	100,00%	78,95%
Абсолют Недвижимость	100,00%	100,00%	100,00%
Азбука Жилья	8,33%	28,57%	15,79%
БЕСТ-Новострой	25,00%	42,86%	31,58%
Ведис Групп	58,33%	100,00%	73,68%
Гарантия-Строй	33,33%	42,86%	36,84%
ГК ПИК	58,33%	42,86%	52,63%

ГК Домстрой	33,33%	42,86%	36,84%
ГК Домостроитель	33,33%	28,57%	31,58%
Донстрой	83,33%	100,00%	89,47%
Инвесттраст	0,00%	28,57%	10,53%
ИНКОМ-Недвижимость	33,33%	57,14%	42,11%
Capital Group	58,33%	100,00%	73,68%
КОНДР	75,00%	42,86%	63,16%
Концерн «КРОСТ»	58,33%	100,00%	73,68%
Лидер Групп	41,67%	14,29%	31,58%
Мортон	83,33%	85,71%	84,21%
НДВ-Недвижимость	58,33%	42,86%	52,63%
ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ	16,67%	42,86%	26,32%
ГК Пионер	75,00%	42,86%	63,16%
Сити-XXI век	75,00%	71,43%	73,68%
Urban Group	91,67%	85,71%	89,47%
ФИНВЕСТРОЙ	25,00%	28,57%	26,32%

В таблице красным цветом выделены оценки параметров, которые не преодолели удовлетворительный уровень качества обслуживания по тому или иному блоку.

Максимальную оценку по блоку «Технология продаж» набрала компания **Абсолют Недвижимость (100,00%)**.

Также среди лидеров можно выделить следующие компании:

- Urban Group (**91,67%**),
- Донстрой (**83,33%**),
- Мортон (**83,33%**).

Аутсайдером по блоку «Технология продаж» стала компания **Инвесттраст (0,00%)**.



По блоку «Качество сервисного обслуживания» максимальные оценки (100,00%) получили 6 компаний:

- Абсолют Недвижимость,
- ROSE GROUP,
- Ведис Групп,
- Донстрой,
- Capital Group,
- Концерн «КРОСТ».

Стоит отметить, что довольно высокие оценки по данному блоку набрали такие компании, как:

- Мортон (**85,71%**),
- Urban Group (**85,71%**).

Компания Лидер Групп стала аутсайдером по блоку «Качество сервисного обслуживания», набрав самое минимальное количество баллов из всех проверенных компаний – **14,29%**.

Остальные компании ни по одному блоку не преодолели рубеж минимального удовлетворительного значения. Из всех 29 компаний только компания Абсолют Недвижимость вырвалась вперед по всем блокам (**100%**).

Стоит выделить компанию **Инвесттраст**, которая по всем блокам набрала самые низкие оценки (итоговая оценка - **10,53%**) и в результате проверки 29 компаний стала явным аутсайдером.

***В следующих параграфах мы более подробно рассмотрим результаты нашего исследования по каждому блоку параметров.***

### 3. Анализ и интерпретация результатов мониторинга

Анализ результатов по блоку «Технология продаж».

Общая оценка по блоку «Технология продаж» по проверенным компаниям составила - **50,57%**, что **ниже удовлетворительного уровня (80%)** на **29,43%** и **ниже максимально возможной оценки (100%)** на **49,43%**.

В **таблице 2** можно увидеть значения по первой части блока «Технология продаж».

**Таблица 2. Первая часть блока «Технология продаж»**

	При телефонном звонке в компанию, Вам удалось дозвониться с первого раза	При телефонном звонке в компанию, телефонная трубка снята в течение 6-ти секунд	Специалист представилась в установленной форме: "Название компании, имя, приветствие"	Специалист выяснил источник информации о компании (1,0,н - если Вы сами его озвучили)	Специалист узнал Имя клиента	Специалист во время разговора обращался по имени к клиенту не менее 2-х раз
Est-a-Tet	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%
Granelle Group	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MOS CITY GROUP	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MR Group	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
RDI	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ROSE GROUP	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
Абсолют Недвижимость	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Азбука Жилья	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

БЕСТ-Новострой	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%
Ведис Групп	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Гарантия-Строй	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ГК ПИК	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
ГК Домстрой	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ГК Домостроитель	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Донстрой	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Инвесттраст	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ИНКОМ-Недвижимость	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Capital Group	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
КОНДР	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Концерн «КРОСТ»	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Лидер Групп	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
Мортон	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
НДВ-Недвижимость	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ГК Пионер	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
Сити-XXI век	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%
Urban Group	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%
ФИНВЕСТРОЙ	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ФСК «Лидер»	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%

На **графике 1** представлен рейтинг компаний по параметру «Количество попыток дозвона», который был основан на информации о том, с какого раза удалось дозвониться до сотрудника, который проводит первичный контакт с клиентом.

**График 1. График компаний «Попытка дозвона»**



Результаты представленного графика довольно утешительны: в 24 компании нам удалось дозвониться с 1 раза.

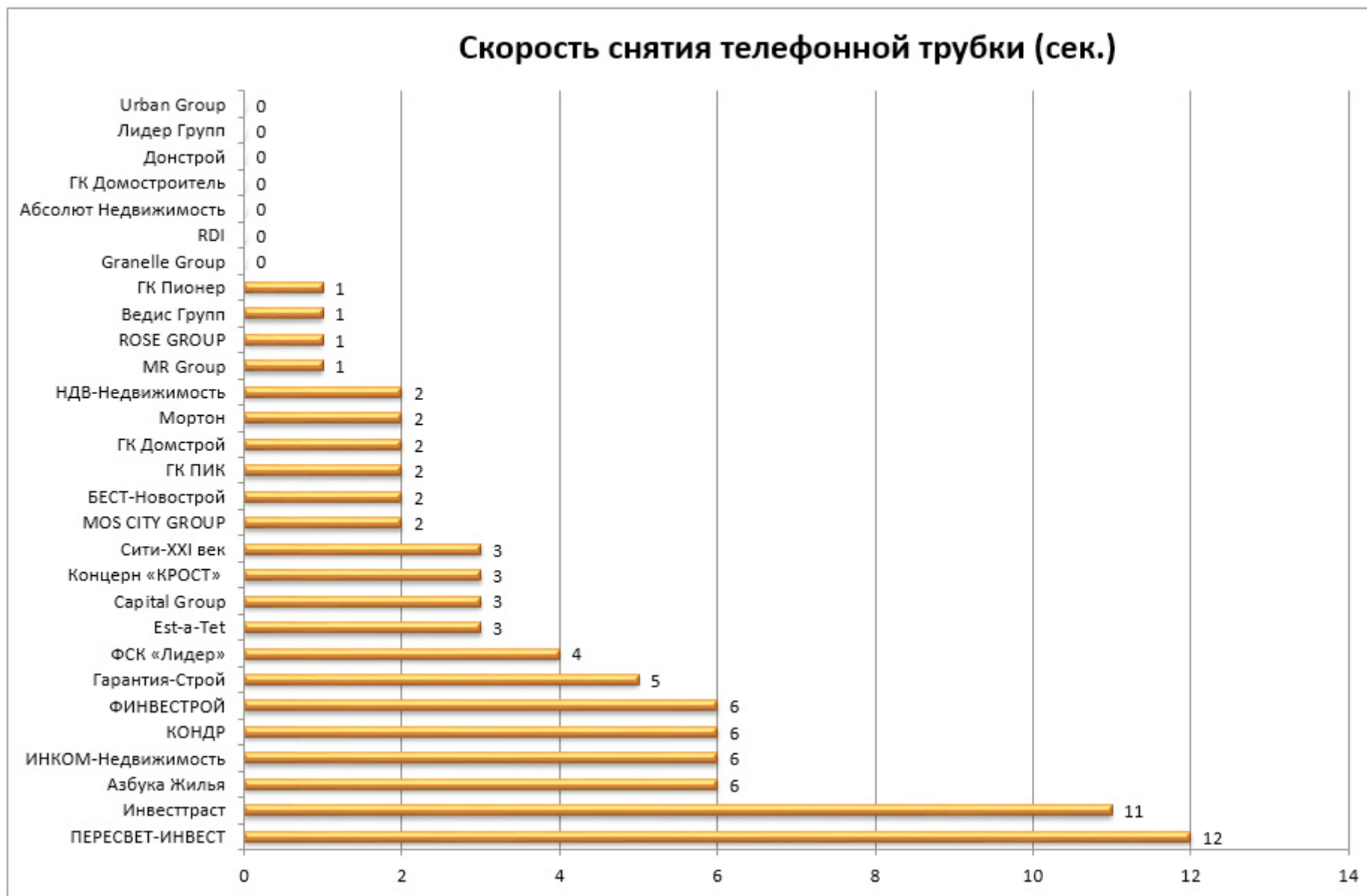
Выйти на отдел продаж Лидер Групп, Инвесттраст, БЕСТ-Новострой, ROSE GROUP, MOS CITY GROUP нам, к сожалению, удалось только со второго раза.

Причины в следующем:

- в компании Лидер Групп номер был занят;
- в компаниях Инвесттраст, БЕСТ-Новострой, ROSE GROUP, MOS CITY GROUP по телефонному номеру, указанному на сайте, нас попросили перезвонить по другому номеру, чтобы получить хоть какую-то информацию об интересующем нас объекте.

**Ниже на графике 2** представлен рейтинг компаний по параметру «Скорость снятия трубки», где можно проследить, сколько секунд клиент «висел» на проводе, чтобы услышать представителя проверяемой компании.

График 2. Рейтинг компаний по параметру «Скорость снятия телефонной трубки».



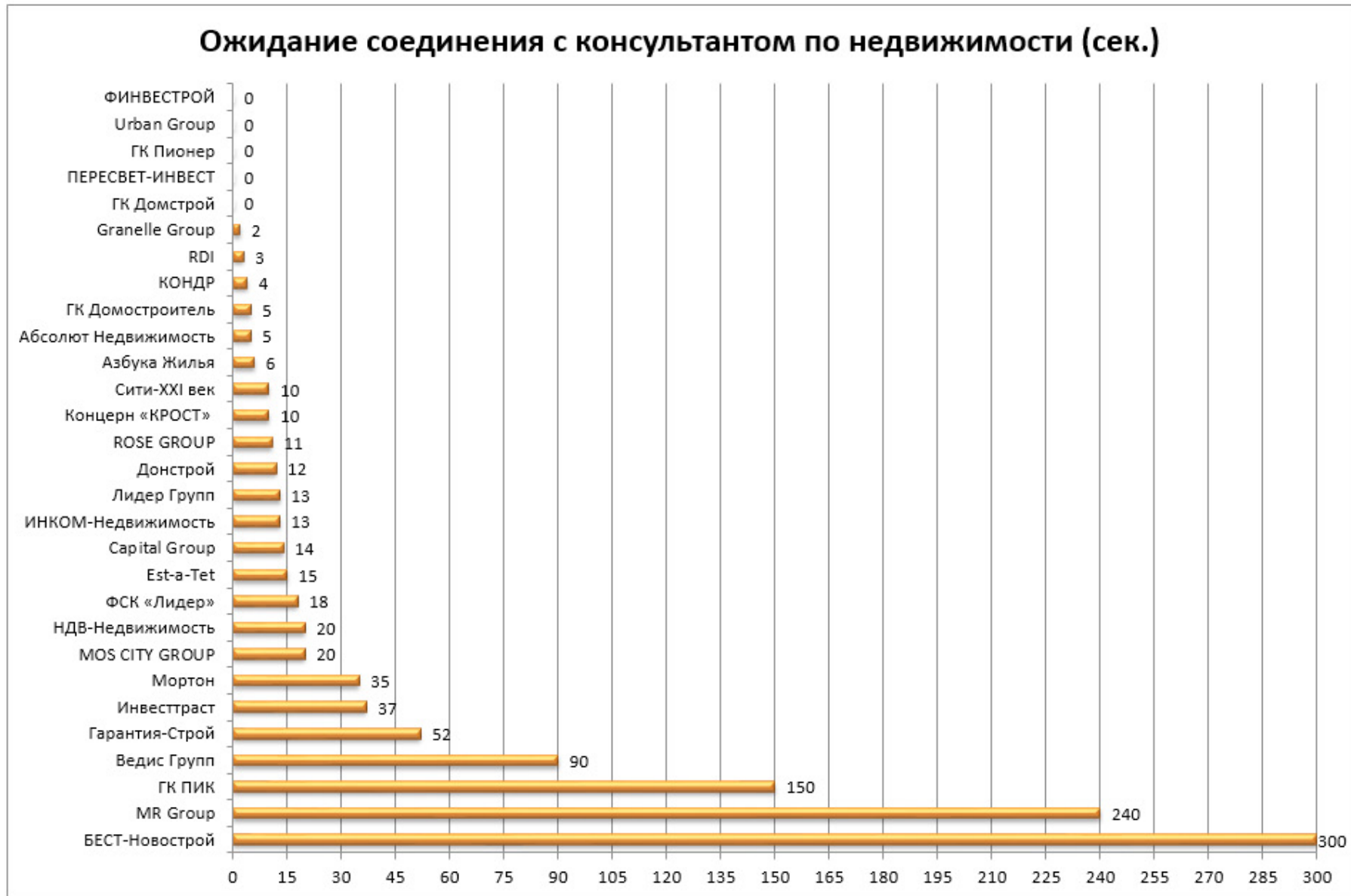
Судя по графику, можно смело сказать, что телефонную трубку сразу же (в течение 0 сек) снимают 7 компаний:

- Urban Group,
- Лидер Групп,
- Донстрой,
- ГК Домостроитель,
- Абсолют Недвижимость,
- RDI,
- Granelle Group.

В установленную норму (6 секунд) не уложились 2 компании: Инвесттраст (**11 секунд**) и ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ (**12 секунд**), - они снимают трубку позже всех.

Ниже на **графике 3** представлен рейтинг компаний по параметру «Ожидание соединения с консультантом по недвижимости», построенный на основе количества секунд, в течение которых клиентам пришлось второй раз ожидать переключения на консультирующего сотрудника.

График 3. Рейтинг компаний по параметру «Ожидание соединения с консультантом по недвижимости»





Из графика видно, что у 5 компаний сотрудник, на которого идет первичный звонок, может сразу без дополнительных переключений и ожиданий проконсультировать клиента. Это компании:

- ФИНВЕСТСТРОЙ,
- Urban Group,
- ГК Пионер,
- ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ,
- ГК Домстрой.

В остальных 24 компаниях первое контактное лицо оператор call-центра, который лишь переключает на нужный номер. На сегодняшний день удовлетворительным временем ожидания второго переключения в данном сегменте рынка можно считать 20 секунд.

В установленную норму **не вошли** компании, где время ожидания переключения на нужного сотрудника более 20 секунд:

- Мортон (35 секунд),
- Инвесттраст (37 секунд),
- Гарантия-Строй (52 секунды),
- Ведис Групп (1,5 минуты),
- ГК ПИК (2,5 минуты),
- MR Group (4 минуты)

На фоне всех компаний особо выделился **БЕСТ-Новострой**, его можно признать аутсайдером, так как соединения с менеджером по продажам клиент ждал 5 минут, после чего связь просто оборвалась, и ему так и не удалось проконсультироваться.

Из анализа первой части параметров, относящихся к блоку “Технология продаж” можно сделать выводы, что:

- в 18 компаниях специалисты представляются в установленной форме, произносятся название компании, имя и фразу приветствия;
- только в 11 компаниях уточняют источник информации, откуда узнали о компании;
- в 15 компаниях узнают имя потенциального клиента, а по имени к клиентам во время общения обращаются только в 4.

В **таблице 3** можно увидеть значения параметров по второй части блока «Технология продаж».

**Таблица 3. Вторая часть блока «Технология продаж»**

	Насколько полно были выявлены оператором Ваши потребности?	Насколько грамотно специалист провел презентацию комплекса с целью организовать визит в офис/на площадку	После высказанных возражений специалист не спорит, пытается найти компромисс	Специалист спросил контактные данные Клиента во время телефонного разговора	Специалист поблагодарил за звонок в компанию	Специалист попрощался
Est-a-Tet	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Granelle Group	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
MOS CITY GROUP	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MR Group	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
RDI	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
ROSE GROUP	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Абсолют Недвижимость	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Азбука Жилья	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
БЕСТ-Новострой	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Ведис Групп	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Гарантия-Строй	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
ГК ПИК	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%

ГК Домстрой	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
ГК Домостроитель	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
Донстрой	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%
Инвесттраст	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ИНКОМ-Недвижимость	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Capital Group	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
КОНДР	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%
Концерн «КРОСТ»	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Лидер Групп	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Мортон	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%
НДВ-Недвижимость	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ГК Пионер	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%
Сити-XXI век	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Urban Group	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
ФИНВЕСТРОЙ	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ФСК «Лидер»	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%

Анализируя **таблицу 3**, можно смело сказать, что не во всех компаниях умеют выявлять потребности: в 16 из 29 компаний смогли выявить потребности клиента; в 13 компаниях смогли грамотно провести презентацию по интересующему клиента объекту.

Около 72% представителей компаний смогли отработать возражения клиента и найти компромисс.

Стоит особое внимание уделить такому параметру, как “ Специалист спросил контактные данные Клиента во время телефонного разговора”. Данный параметр указывает на то, остался ли у компании телефон потенциального клиента. К сожалению, только 6 компаний из 29 уточнили контактные данные клиента, чтобы в дальнейшем все-таки закрыть сделку:

- Абсолют Недвижимость,
- ГК Домостроитель,
- Донстрой,
- КОНДР,
- Мортон,
- Urban Group;

Специалисты только 5 компаний поблагодарили клиентов за звонок:

- Абсолют Недвижимость,
- Ведис Групп,
- ГК Пионер,
- Сити-XXI век,
- Urban Group;

2/3 компаний прощаются доброжелательно, остальные настроены на прощание с клиентом равнодушно.

Ниже представлено несколько комментариев наших тайных агентов по вопросу о том, что следует изменить в компаниях, по их мнению, для согласия с их стороны посетить офис/площадку.

- *Нужно брать инициативу в свои руки, выявлять мои потребности, проявлять ко мне интерес, ярко описывать инфраструктуру, чтобы я заинтересовалась в объекте и захотела его посетить (Ведис Групп);*
- *Следует выявлять мои потребности, а не просто отвечать на мои вопросы. Так же не понравилось то, что меня не до конца дослушивали. Я уже не захотела бы подъезжать в офис для личного общения с менеджером (Инвесттраст);*
- *Следует более воодушевленно разговаривать, «зажигать» при презентации, тогда и квартиру захочется приобрести. Сложилось впечатление, что сотрудник хотел спать и разговор со мной был для него тягой (КОНДР).*
- *Хотелось бы услышать больше информации о разных объектах, несмотря на небольшое количество вариантов, всё-таки надо было попытаться найти альтернативу (ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ).*

- Следует, как минимум, общаться с клиентом в другом тоне, а не как с подружкой, и быть в клиенте более заинтересованным (Азбука Жилья).

Анализ результатов по блоку «Качество сервисного обслуживания».

Общая оценка по блоку «Качество сервисного обслуживания» для всех проверенных компаний в среднем составила **58,62%**, что ниже удовлетворительного уровня в **80%** на **21,38%** и ниже максимально возможной оценки в **100%** на **41,38%**.

В **таблице 4** можно увидеть значения по всем параметрам блока «Качество сервисного обслуживания».

**Таблица 4. Блок «Качество сервисного обслуживания»**

	Настроение специалиста было дружелюбное, располагающее к диалогу?	У специалиста была грамотная уверенная речь?	Слова-паразиты отсутствовали в речи специалиста?	Был ли специалист заинтересован в клиенте?	Специалист понял Ваши потребности в полной мере?	Совершили бы Вы покупку у данного специалиста?	Опишите Ваше впечатление о продукте компании. Купили бы Вы здесь квартиру?
Est-a-Tet	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%
Granelle Group	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MOS CITY GROUP	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MR Group	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
RDI	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%

ROSE GROUP	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Абсолют Недвижимость	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Азбука Жилья	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
БЕСТ- Новострой	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Ведис Групп	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Гарантия-Строй	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
ГК ПИК	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
ГК Домстрой	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ГК Домостроитель	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Донстрой	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Инвесттраст	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ИНКОМ- Недвижимость	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Capital Group	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
КОНДР	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Концерн «КРОСТ»	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Лидер Групп	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Мортон	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
НДВ- Недвижимость	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
ПЕРЕСВЕТ- ИНВЕСТ	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ГК Пионер	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Сити-XXI век	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Urban Group	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
ФИНВЕСТРОЙ	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ФСК «Лидер»	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%

Из таблицы можно сделать выводы, что большинство сотрудников проверенных компаний обладают грамотной и уверенной речью, однако в таких компаниях как:

- Est-a-Tet,
- ГК ПИК,
- Лидер Групп

сотрудники затрудняются ответить на некоторые вопросы или ищут на рабочем месте «подсказку», по которой они смогут найти ответ на интересующий вопрос клиента.

В свою очередь сотрудники всех 29 компаний общаются без слов-паразитов.

В таких компаниях как:

- ROSE GROUP,
- Абсолют Недвижимость,
- Ведис Групп,
- ГК ПИК,
- Донстрой,
- Capital Group,
- Концерн «КРОСТ» ,
- Мортон,
- НДВ-Недвижимость,
- Urban Group

специалисты смогли в полной мере понять потребности клиента по сравнению с другими компаниями.

Стоит обратить внимание на тот факт, что в 16 проверенных компаниях консультанты показались не заинтересованными в клиенте.

Параемтры «Совершили бы Вы покупку у данного специалиста?» и «Купили бы Вы здесь квартиру?» характеризуют сложившееся эмоциональное впечатление и отношение клиентов, как к самой компании, так и к работе его сотрудников. Именно эти впечатления и отношения являются неким результирующим фактором, обуславливающим принятие положительного или отрицательного решения о повторном обращении в компанию и о желании и готовности лично встретиться и совершить покупку жилой недвижимости в дальнейшем.

По итогам исследования, только в 10 компаниях захотелось купить недвижимость у того же специалиста, с которым и был первоначальный контакт. В 13 компаниях захотелось приобрести квартиру вне зависимости от контактного лица, что говорит о том, что специалисты все-таки сумели заинтересовать своими рассказами об объектах.

Ниже приведены некоторые впечатления от общения с компаниями:

- *Понравилось то, что менеджер несмотря на свою усталость, общалась со мной, искала подходящие варианты, в офис не предложила подъехать, но как альтернатива предложила посмотреть объекты на сайте. Следовало взять мой номер телефона, чтобы связаться со мной позже. (Est-a-Tet)*
- *Впечатления самые положительные. Понравилось все: от знакомства до прощания. Понравилось то, как менеджер работает с потенциальным клиентом, как ведет разговор, как умело предлагает объекты, как реагирует на возражения. Менеджер настойчиво предлагал подъехать на объект, 3 раза пытался уточнить контактные данные, при чем делал это ненавязчиво. Именно с такими сотрудниками хотелось работать.(Абсолют Недвижимость)*
- *Впечатления о компании положительные: сотрудники вежливо общаются, умеют работать с клиентами. Необходимо проявлять больше настойчивости, брать контактный номер к клиента.( ROSE GROUP)*
- *Понравилось культурное общение со мной, полные ответы на мои вопросы. Следовало бы пригласить меня на объект, потому что я задавала много вопросов, явно была заинтересована в приобретении квартиры, почему меня не позвали в офис или на объект непонятно.( Ведис Групп)*
- *Очень понравилось душевное отношение менеджера ко мне, понравилось, что рассказала об объекте «с любовью», выявила потребности, пригласила на выставку, ориентирована на меня по стоимости квартиры. Побольше бы таких менеджеров! (Донстрой)*
- *Понравилось то, что менеджер проявила ко мне интерес, подбирали квартиры, исходя из моих потребностей. Но можно было бы пригласить подъехать в офис, подробнее пообщаться. (Capital Group)*
- *В целом меня устроила консультация по телефону, менеджер умело выявила мои потребности, привела*



презентацию, пригласила посетить объект. Не было настойчивости со стороны менеджера, можно было хотя бы взять мой номер телефона. (Концерн «КРОСТ»)

- Понравилось то, что стали выявлять потребности, вежливо общались со мной, предложили подъехать на объект. Единственный момент, который смутил - это слишком быстрая речь менеджера, можно было говорить без спешки. (Мортон)
- Понравилось доброжелательное отношение ко мне, следует выявлять больше потребностей, рассказывать об инфраструктуре объекта (поликлиники, детские сады). Следует не давать номер менеджера, а узнавать номер клиента, чтобы ему перезванивать. (Сити-XXI век)
- Впечатления от разговора с сотрудниками компании приятное, общаются вежливо, все поясняют и рассказывают интересно. Однако следует переводить звонок на менеджера по продажам, чтобы он более подробно мог проконсультировать о приобретении квартир. (ФСК «Лидер»)
- Ничего не понравилось, дозвонилась только со 2 раза, имя моё не спросили, менеджер общался со мной в таком тоне, как будто я его отвлекала чем-то. Даже если он на самом деле был занят или было неудобно разговаривать, он мог бы взять мои контакты и связаться со мной. Следует проявлять интерес к клиенту, выявлять его потребности. (MOS CITY GROUP).
- Следует выявлять больше потребностей и перед тем, как отправлять в офис продаж, провести презентацию, чтобы я знала куда поеду. Так же можно было взять мои контактные данные. (Granelle Group)
- Понравилось то, что когда я ожидала соединения с отделом продаж, меня информировали сколько осталось ждать, это было приятно, я понимала, что про меня не забыли. Не понравилось то, что менеджер не был заинтересован во мне, разговаривал монотонно и даже не пригласил приехать на объект. (MR Group)
- Понравилось то, что менеджер говорит уверенно, отвечает на вопросы без запинаний, не понравилось то, что менеджер как будто куда-то спешит. Даже если он на самом деле был занят или было неудобно разговаривать, он мог бы взять мои контакты и связаться со мной. (RDI)
- Не понравилось то, что дозвонившись со второго раза, меня перевели на менеджера, но менеджер трубку так и не снял, хотя я ждала ответа более 5 минут. Вывод - покупать квартиру в данной компании не хочу, так как дозвониться до менеджера невозможно. (БЕСТ-Новострой)
- Ничего не понравилось, трубку сняли, а сами с кем-то ещё разговаривали. Потребности не выявили, про объект не рассказали, не пригласили в офис, вообще сложилось впечатление, как будто оператор поскорее хотела со мной попрощаться и идти домой. (Азбука Жилья)

- Не понравилось то, что менеджер сразу начала «тараторить», говорить то, что она знает об объекте, не выявив мои потребности. Следует изначально узнавать что интересует клиента, какие варианты ему подойдёт, затем уже проводить презентацию. И говорить чуть помедленней, так как не успеваю так быстро принимать информацию. (Гарантия-Строй)
- Мне не понравилось то, что пришлось ждать 3 минуты для соединения с менеджером, менеджер не всегда уверенно отвечала на вопросы. Голос менеджера был скорее спокойным, равнодушным, это не менеджер по продажам, который говорит громко и уверенно. Следует поработать над выявлением потребностей, над тембром голоса, и, если не оставлять свои прямые контакты, то хотя бы брать контакты клиента.( ГК ПИК)
- Следует проявлять большую активность, выявлять больше потребностей, приглашать на объект. Сложилось впечатление, что оператор просто ответил на мои вопросы и ждал, когда я сама попрошусь на встречу в офис, нужно было проявить инициативу пригласить меня в офис или на объект первой. (ГК Домстрой)
- Вообще не понравилось общение с менеджером. Менеджер даже не смог заинтересовать меня в покупке, не привел презентацию. В консультации я услышала только отрицательные стороны: квартиры без отделки, подозрительный вид оформления квартиры.( ГК Домостроитель)
- Мне не понравилось то, что менеджер пыталась якобы заранее предугадать мои вопросы и сразу на них ответить. В итоге получалось так, что она меня перебивала и давала ответы совсем не на те вопросы, которые я хотела задать. Впечатления от данной ситуации сложились негативные. Следует выслушивать клиентов до конца и давать и выявлять их потребности, чтобы много вопросов не возникало. (Инвесттраст)
- Понравилось вежливое общение. Не понравилось то, что не предложили приехать в офис, чтобы подобрать нужный вариант. У компании большой выбор новых квартир, при личной встрече можно подобрать нужный вариант. Видимо менеджер был не заинтересован в продаже, потому что даже не взял мои контакты, а надо.( ИНКОМ-Недвижимость)
- Понравилось вежливое общение. Сотрудникам следует выявлять больше потребностей и предлагать различные подходящие варианты квартир. (КОНДР)
- Следует поработать над кол-центром, чтобы операторы не боялись общаться с клиентами, устранить шумы на заднем плане, и менеджерам больше активности и приветливости.( Лидер Групп)
- Следует проводить презентацию объекта после выявления потребностей, приглашать на объект или в офис продаж. Даже если нет интереса к продаже, то стоит хотя бы вежливо пообщаться, а не кидать трубку. (НДВ-Недвижимость)
- Следует искать альтернативы неподходящим вариантам, а не говорить, что «только 2 предложения». Разговаривать в более заинтересованном тоне, можно было взять мой телефон для того, чтобы связаться со мной в случае, если

*появится подходящий для меня вариант. (ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ)*

- *Следует выявлять больше потребностей, больше описывать объект и если не переключать на менеджера, то хотя бы брать мои данные. (ГК Пионер)*
- *Понравилось настроение и уверенность в голосе сотрудника. Хотелось бы, чтобы у меня было больше вариантов в выборе, так как объект, который предлагали мне, сдается через 2 года, очень долго ждать, альтернативы мне не предложили. (Urban Group)*
- *Мне не понравилось то, в каком тоне со мной разговаривали. Сложилось впечатление, что оператор был не рад моему звонку, а разговаривал со мной так, как будто хотелось поскорее положить трубку. Ни имени, ни данных моих не уточнили, даже не попрощались. Покупать квартиру у данной компании нет никакого желания с таким отношением к клиентам. (ФИНВЕСТРОЙ)*

## 4. Выводы

По результатам проведенного исследования в сентябре 2014 года в Москве среди 29 девелоперских компаний можно сделать выводы о том, что при первичном обслуживании лучшей является компания Абсолют Недвижимость, набравшая максимальное количество баллов по всем параметрам – 100%. Худшая в обслуживании по телефону является компания Инвесттраст, набравшая - 10,53%.

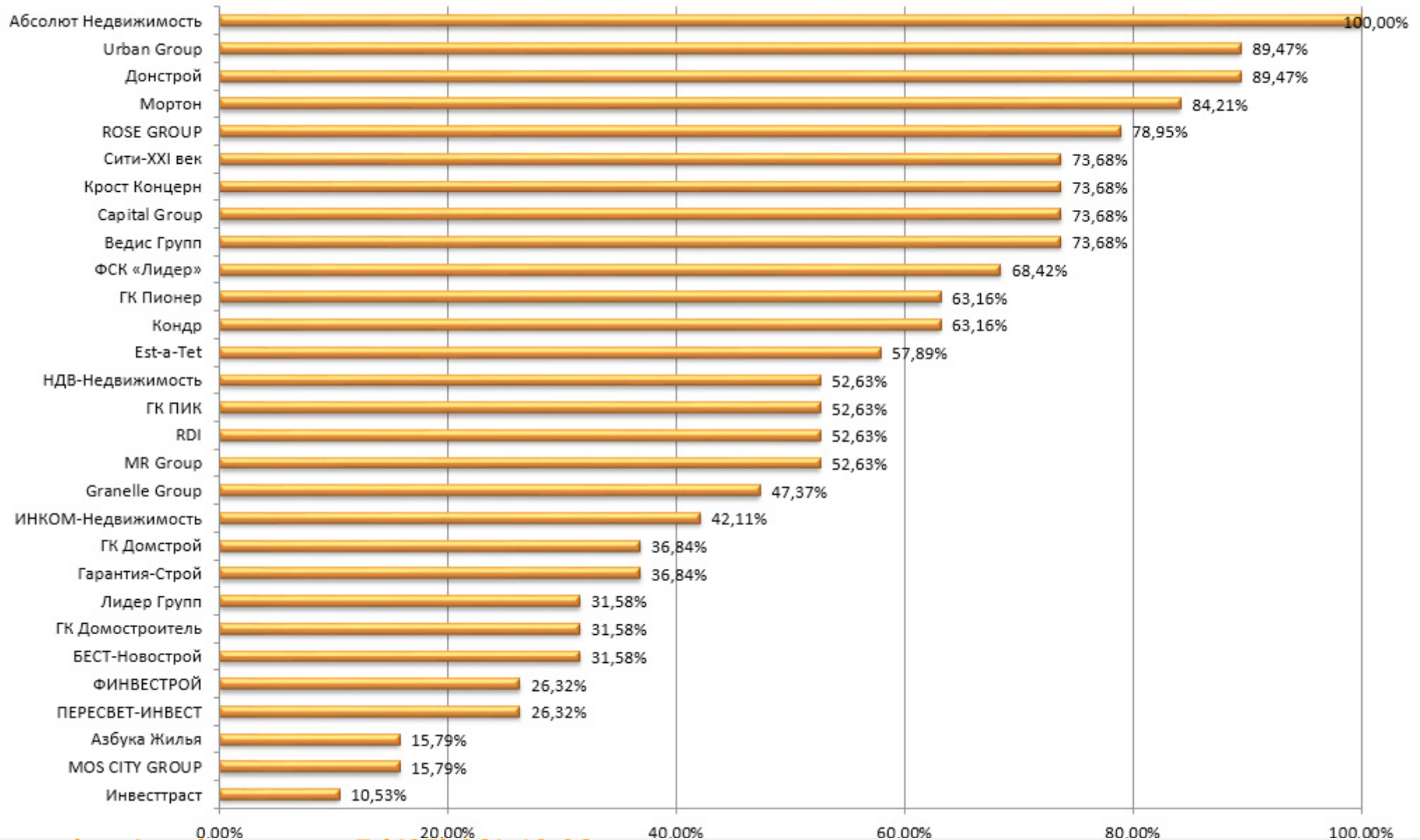
Следует так же отметить, что обслуживание в таких компаниях как:

- Донстрой,
- Мортон,
- Urban Group

так же находится на высоком уровне.

Ниже представлен рейтинг компаний по “Общему уровню качества обслуживания”.

### Рейтинг компаний по "Общему уровню качества обслуживания"



В список компаний, в которых консультанты не смогли получить удовлетворительные оценки ни по одному из блоков, вошли:

- MOS CITY GROUP
- Азбука Жилья
- ПЕРЕСВЕТ-ИНВЕСТ
- ФИНВЕСТРОЙ
- БЕСТ-Новострой
- ГК Домостроитель
- Лидер Групп
- Гарантия-Строй
- ГК Домстрой
- ИНКОМ-Недвижимость
- Granelle Group
- MR Group
- RDI
- ГК ПИК
- НДВ-Недвижимость
- Est-a-Tet
- Кондр
- ГК Пионер
- ФСК «Лидер»
- Ведис Групп
- Capital Group
- Крост Концерн
- Сити-XXI век
- ROSE GROUP

По результатам данного исследования, можно сделать выводы, что в большинстве компаний первичное обслуживание находится на низком уровне. Как следствие этому, продажа недвижимости происходит в замедленном темпе. Сотрудники, которые не умеют правильно и в полной мере выявлять потребности клиентов не смогут грамотно совершать продажи. Для этого персоналу необходимо пройти обучение по всем параметрам.

Агентствам недвижимости, средний показатель качества обслуживания в которых составил менее 80%, а также представителям компаний, которые хотели бы узнать о состоянии дел в их организации, мы рекомендуем провести мероприятия по повышению уровня сервиса. Для того чтобы получить рекомендации для улучшения качества обслуживания, необходимо пройти исследование методом тайного покупателя и получить объективную оценку по полному обслуживанию потенциального клиента в компании.

Специалисты Best Service будут рады помочь вам в этом вопросе. **Закажите услугу Mystery Shopping**, и вы получите:

- качественно разработанный сценарий, учитывающий все ваши пожелания;
- проведение проверки отлично подготовленными шопперами, кандидатуры которых прошли отбор по уникальной методике;
- аналитический отчет с подробными практическими рекомендациями, которые идеально подойдут именно вашей компании.

Сотрудничество с Best Service - главный шаг к росту качества сервиса.