Przez trzy miesiące tajemniczy klienci firmy ISC odwiedzali biura podróży zlokalizowane w 6 krajach Europy Środkowej. Ocenie poddano 44 polskich, bułgarskich, rumuńskich, czeskich, słowackich i węgierskich tour operatorów. Potrzeba było 194 badań, aby wyłonić zwycięzcę - niestety nie Polskę, która w klasyfikacji generalnej uplasowała się na czwartym miejscu.

Często wygodniej i – wbrew pozorom – taniej organizację wakacji powierzyć profesjonalnej firmie, która zadba o wszystkie niezbędne szczegóły naszej podróży. Tylko, którego z tour operatorów wybrać? Na to pytanie odpowiedzieli klienci testowi firmy ISC - INTERNATIONAL SERVICE CHECK, którzy w październiku 2009 oraz lutym i marcu 2010 roku przeprowadzili badania w 44 największych i najbardziej znanych sieciowych biurach podróży (w tym 4 w ujęciu międzynarodowym – Exim Tours, Hydrotour, Neckermann, Kartago Tours) w 6 krajach Europy Środkowej, tj.:

- Polsce - 56 badań w 14 biurach podróży: Almatur, Ecco Holiday, Exim Tours, Gromada, Itaka, Juventur, Neckermann, Orbis, Rainbow Tours, Scan Holiday, Sun Club, Triada, TUI i Wagabunda,
- Bułgarii - 26 badań w 7 biurach: Astral Holidays, Bohemia, Compas, Olymptour, On Travel Eood, Posoka.com, Usit Colours,
- Czechach - 36 badań w 9 biurach: Alexandria, Čedok, Cestovní Kancelář Fischer, Exim Tours, Firo-Tour, Hydrotour, Invia.Cz, Neckermann, Student Agency,
- Rumunii: 24 badania w 6 biurach: Christian Tour, Eurolines, Exim Tours, Filadelfia Turism, Paralela 45, Perfect Tour,
- Słowacji - 24 badania w 6 biurach: Hydrotour, Kartago Tours, Koala, Ruefa Reisen, Satur, Seneca,
- Węgrzech - 28 badań w 7 biurach: Ibusz Utazási Irodák, Kartago Tours, Magyar Autóklub-Autoclub Travel, Neckermann, Otp Travel, Quaestor Utazásszervező, Vista Utazási Irodák.

W badaniu oceniana była wiedza pracowników na temat oferty, sposób jej przekazania (czy w przystępny sposób zachęcono do zakupienia wycieczki, czy po prostu sucho przeczytano informacje z katalogu czy ekranu monitora) oraz poziom uprzejmości w stosunku do obsługiwanych.

Pod uwagę wzięto również wygląd, czystość oraz porządek odwiedzanego miejsca, a także sposób prezencji pracowników. Na koniec ocenie poddano budowanie lojalności, czyli sposób w jaki klienci zostali zachęceni do powrotu do biura – czy otrzymali katalogi, ulotki, broszury, wizytówkę.

Ranking polskich biur podróży

Analizując wygląd, najlepsze noty w Polsce otrzymało biuro podróży Ecco Holiday - 92,7% pozytywnych opinii. Na drugim miejscu znalazło się Rainbow Tours (92,1%), a trzecim Itaka (90,8%).

Polacy docenili Rainbow Tours za obsługę - to biuro zdobyło 91% poparcie. Na drugim miejscu w tej kategorii znalazło się Neckermann z wynikiem 88,4%, a trzecim Sun Club - 84%.

Najlepsze w budowaniu lojalności w Polsce jest Scan Holiday - rację tę przyznało 96% respondentów. Drugie miejsce przypadło Sun Club (87%), a trzecie biuru Gromada (85%).

To gdzie warto się udać po ofertę? Najwięcej pozytywnych not zdobyło TUI w CH Hetmańska w Białymstoku - 100% zaufanie konsumentów! 98,4% ex aequo zdobyły Neckermann w łódzkiej Manufakturze oraz Orbis w Poznaniu.

A oto, co podobało się polskim klientom najbardziej:

- Bardzo otwarte podejście do klienta, sposób rozmowy i aktywne słuchanie.

- Miła i rzeczowa obsługa oraz propozycja pomocy w wybraniu korzystnej oferty.

Polscy klienci najbardziej ganili biura za następujące niedociągnięcia:

- Powitanie - pierwszy kontakt może wiele popsuć, nawet gdy po chwili pracownik jest już nadzwyczaj serdeczny, niesmak może pozostać.

- Wyeliminować prywatne rozmowy, wprowadzić identyfikatory i zadbać o to, aby na stolikach był porządek.

Klasyfikacja generalna

Podsumowując wyniki Polska znalazła się na czwartym miejscu z wynikiem 77,5%. Pierwsza pozycja przypadła Słowacji (84% możliwych do uzyskania punktów), druga Węgrom - 81,8%, trzecia Czechom - 80%, a piąta i szósta odpowiednio Bułgarii (72,1%) oraz Rumunii (67,5%). Średnia wyniosła 77,4%.

W kategorii wygląd zwyciężyły Węgry z wynikiem 89,6%, drugie miejsce przypadło Czechom (87,7%), a trzecie Słowacji (87,4%). Polska uplasowała się na pozycji czwartej, zdobywając aprobatę 83,1% klientów. Rumunia (79,2%) i Bułgaria (75,4%) zostały ocenione najsłabiej. Średni wynik w tej kategorii wyniósł 83,9%.

Zgodnie z ocenami tajemniczych klientów na najlepszą obsługę można liczyć w Słowacji (84,1%) i na Węgrzech (79,7%). Polska w tej kategorii zajęła trzecią pozycję z wynikiem 76%, czwarte miejsce przypadło Czechom (75,8%), piąte Bułgarii (73,3%), a szóste, ostatnie Rumunii (65%). Średnia w kategorii obsługa wyniosła 75,8%.

W budowaniu lojalności najlepiej poszło czeskim biurom podróży (80%), nieco gorzej, bo 79% poparcie zdobyli Słowacy. Trzecie miejsce przypadło Węgrom (76%), a dopiero czwarte Polsce (73,2%). Na ostatnich pozycjach znalazły się Bułgaria z wynikiem 64,8% oraz Rumunia - 56,5%. Średni wynik wyniósł 72,4%.

INTERNATIONAL SERVICE CHECK wykorzystując metodę mystery shopping kilka razy w roku przeprowadza bezpłatne, niekomercyjne badania mierzące poziom jakości obsługi w najpopularniejszych, konsumenckich branżach. Oby przedstawione wyniki stały się pierwszym krokiem na drodze do zwiększenia jakości obsługi nie tylko w tej, ale każdej innej branży konsumenckiej.

BEST image PR