



Foto: Reklamation

Der Kassierer bei Bauhaus machte zwar einen kompetenten Eindruck, schenkte dem Kunden allerdings selbst keine Aufmerksamkeit.

Nur noch schnell bezahlen...

Mystery Shopping Die Agentur Step Up testet im Mystery-Shopping-Test für **Baumarkt**Manager regelmäßig die großen Baumarktketten auf bestimmte Kriterien wie Erscheinungsbild, Warenpräsentation, Verkaufsgespräch, gastronomisches Angebot und Reklamation, dies mittlerweile in der zweiten Runde. Diesmal steht der Kassiervorgang im Fokus.

Der Klassiker: Es ist Donnerstagabend. Für morgen haben wir Gäste zu uns nach Hause eingeladen, aber die neue Esszimmerlampe hängt noch nicht. Also schnell in den Baumarkt, um Dübel und passende Schrauben zu kaufen. Beim Betreten des Markts fällt uns auf, wie ordentlich und sauber er ist. Ein Mitarbeiter bemerkt unseren suchenden Blick, kommt auf uns zu und zeigt die gesuchte Ware. Er berät uns freundlich hinsichtlich der richtigen Produkte für unsere Altbau-Zimmerdecke und bleibt dabei stets aufmerksam. Dieser

Baumarktbesuch scheint perfekt – bis wir uns in Richtung Kassenbereich bewegen und von einer Situation erwartet werden, die unser bis dato wunderbares Einkaufserlebnis ins Gegenteil verkehrt: überfüllte Kassen, an denen schlecht gelaunte Kassierer sitzen. Beim Kassiervorgang befindet sich der Kunde auf der letzten Etappe seiner „Einkaufsreise“ durch den Baumarkt, womit sich dem Unternehmen die letzte Gelegenheit bietet, abschließend noch einen guten Eindruck zu hinterlassen. Unsere professionellen Tester haben auch dieses Mal einen Testkauf

getätigt, um den Erstkontakt an der Kasse, die Kassierkompetenz und das Auftreten des Mitarbeiters insgesamt zu bewerten.

Erstkontakt

Einen guten ersten Eindruck zu machen, ist manchmal ganz einfach und doch für viele Kassierer sehr schwer. Ein nettes Lächeln, Blickkontakt und eine freundliche Begrüßung berühren den Kunden emotional und schaffen ein gutes Käuferlebnis. Um diesen entscheidenden Punkt zu testen, achten unsere Tester nicht nur auf die verbal



Vorbildlich begrüßten die Kassierer bei Hagebau, Toom und Globus die Kunden beim Betreten des Marktes.

getätigten Aussagen, sondern auch auf die Körpersprache der einzelnen Kassierer. Obi, Bauhaus und Hornbach grüßten den Kunden freundlich, hielten aber keinen Blickkontakt zu der Person. Wie eine überzeugende Begrüßung aussehen kann, zeigten uns Hagebau, Toom und Globus. Alle Kassierer dieser Filialen grüßten beim Betreten des Marktes freundlich und hielten Blickkontakt zum Kunden.

Kassierkompetenz

Die Kassierkompetenz kann als gut bewertet werden, wenn der Kassierer in der Lage ist, die Ware routiniert und zügig zu erfassen. In dieser Kategorie konnten fünf der sechs Filialen überzeugen.



Obi punktete im Test mit kurzen Wartezeiten.

Bei Obi, Hagebau, Globus und Hornbach lief alles zur vollsten Zufriedenheit ab. Die Ware wurde zügig erfasst, und der Kassierer verwendete Höflichkeitsfloskeln wie „bitte“ und „danke“. Auch bei Bauhaus überzeugte der Mitarbeiter mit seiner zügigen und routinierten Art, doch leider wurde dem Testkunden keine Aufmerksamkeit geschenkt. Professionelles und kompetentes Auftreten sieht anders aus.

Verabschiedung

Zu einem vollkommenen Kassiervorgang gehört auch eine freundliche Verabschiedung. Leider begegneten dem Tester an dieser Stelle gravierende Unterschiede. Bauhaus, Hornbach und Globus schnitten bei der Verabschiedung am schlechtesten ab, da keine verbale Verabschiedung erfolgt ist. Auch Toom konnte unseren Testkunden mit einer flüchtigen und unverständlichen Verabschiedung nicht überzeugen.

Obi und Hagebau zeigten dagegen, wie eine freundliche Verabschiedung aussehen kann. Bei Hagebau wurde zudem auf den Packtisch mit dem Papier hingewiesen. Wie immer sind es die kleinen Dinge und Aufmerksamkeiten, die den Gesamteindruck eines Kunden maßgeblich beeinflussen.

Auftreten des Kassierers

Das Auftreten des Kassierers wurde während des gesamten Kassiervorgangs beobachtet und die Bewertung in zwei Bereiche unterteilt. Der eine Bereich betrifft die durchgängige Freundlichkeit während des gesamten Prozesses und der andere Bereich das äußere Erscheinungsbild des Kassierers beziehungsweise der Kassiererin. Auch in dieser Kategorie gab es erhebliche Unterschiede. Die Kassierer von Obi und Hagebau überzeugten mit ihrer freundlichen und engagierten Art. Hornbach, Globus und Toom bilden das Mittelfeld.

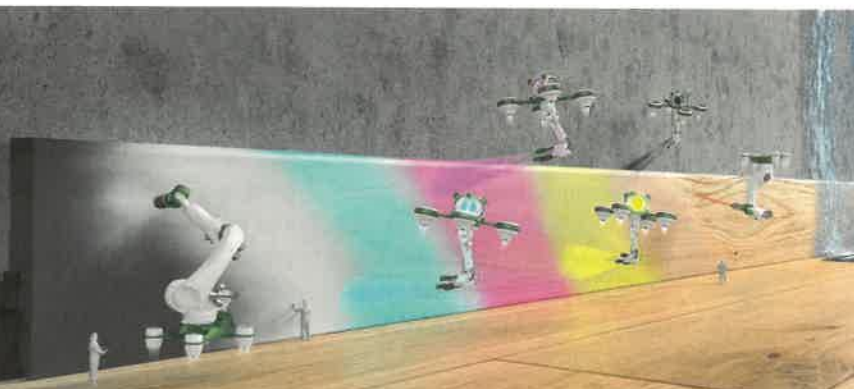
Anzeige



Direkt beeindruckend! FN digi-direct

- Absolute Dekorgleichheit
- 3D-Haptik an der gesamten Sichtseite möglich
- Geringste Losgrößen möglich
- Digitaler Direktdruck auf vielen Materialien
- Bei Kunststoff individuelle Längen möglich

Weitere Infos unter: www.fnprofile.com



WE. KNOW. WOW! NEUHOFFER



Ihr Partner
für erfolgreiches
Mystery Shopping



Quelle: Step up

Kassiervorgang	Note 2018 (2017)	Note 2018 (2017)	Note 2018 (2017)	Note 2018 (2017)	Note 2018 (2017)	Note 2018 (2017)
Erstkontakt (20 %)	3,0 (3,0)	3,0 (3,0)	3,0 (3,0)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)
Retouren- bearbeitung (20 %)	1,0 (1,0)	2,0 (4,0)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)
Verabschiedung (20 %)	1,0 (1,0)	6,0 (6,0)	6,0 (6,0)	1,0 (1,0)	5,0 (5,0)	5,0 (6,0)
Auftreten des Kassierers (30 %)	1,0 (1,0)	4,0 (4,0)	2,2 (2,2)	1,0 (1,0)	2,8 (2,8)	2,2 (2,2)
Gesamte Bearbeitungsdauer (10 %)	1,0 (1,4)	1,0 (1,0)	2,2 (2,2)	1,0 (2,6)	2,2 (4,0)	2,4 (2,6)
Gesamt	1,4 (1,48)	3,2 (3,6)	2,88 (2,88)	1,0 (1,32)	2,36 (2,76)	2,52 (2,56)
Platzierung	2. (2.)	6. (6.)	5. (5.)	1. (1.)	3. (4.)	4. (3.)

So sieht das Ranking der getesteten Baumärkte zum Kassiervorgang aus.

Wie schon im vergangenen Jahr bildet Bauhaus das Schlusslicht bei diesem Kriterium. Der Kassierer zeigte keinerlei Freundlichkeit gegenüber unserem Testkunden.

Hinsichtlich ihres Erscheinungsbildes überzeugten die Kassierer aller Filialen positiv. Einzig das Namensschild des Kassierers von Hagebau wurde erneut kritisiert, da der Name aufgrund der kleinen Schrift nicht gut lesbar war.

Im Rahmen unseres Tests betrachteten wir abschließend die Wartezeit. Hier fußte die Bewertung auf zwei Faktoren. Wie lange musste der Testkäufer in der Kassenschlange warten? Und wie viele Kassen waren zu dem Zeitpunkt des Kassiervorgangs zeitgleich geöffnet? In diesem Punkt überzeugten vor allem Bauhaus, Obi und Hagebau. In allen drei Baumärkten ist dem Tester keinerlei Wartezeit begegnet. Auch Hornbach und Toom konnten mit Wartezeiten von zwei bis fünf Minuten überzeugen. Hornbach fiel besonders positiv auf, da nicht nur drei „bedienende“ Kassen, sondern zusätzlich sechs SB-Kassen geöffnet waren.

Fazit

In diesem Test ist festzustellen, dass bei der Gesamtbetrachtung der Kassiervorgänge Bauhaus am schlechtesten abgeschnitten hat. Unserem Testkunden wurde kaum Beachtung geschenkt, und die Freundlichkeit fehlte gänzlich. Das Mittelfeld in der Gesamtwertung bilden Hornbach, Globus und Toom. Bei diesen Märkten war das Kriterium der Wartezeit und der Freundlichkeit bei der Verabschiedung noch optimierbar. Am besten schnitt Hagebau ab, dicht gefolgt von Obi, hier fiel einzig der Erstkontakt etwas negativ aus.

In Bezug auf den Kassier-Test im letzten Jahr haben sich fast alle Baumarktketten verbessert. Nur Hornbach hat in allen Bereichen dieselben Noten, verglichen zum Vorjahr, erreicht. Es besteht aber in fünf von den sechs getesteten Baumarktketten weiterhin enormes Verbesserungspotenzial. Lediglich Hagebau lieferte Glanznoten, die sich kaum noch verbessern lassen. ■

Step up

Ziel der Step up AG ist der nachhaltige Erfolg sämtlicher Marketing- und Vertriebsaktivitäten ihrer Kunden. Von individuellen Strategien bis hin zur Projektrealisierung bietet Step up ein ganzheitliches Lösungsportfolio.

Mit dem Mystery-Shopping-System „good-Fil“ generiert Step up eine Verbesserung der Verkaufs- und Kundenorientierung. Die nötigen Analysedaten werden von professionellen Testkäufern erhoben und mithilfe einer eigens entwickelten App zielgruppengerecht ausgewertet. Das Programm misst die Filialzustände und bietet dem Management über die Cockpit-Funktion des Auswertungssystems absolute Transparenz und eine belastbare Entscheidungsgrundlage. Ableitend entwickelt Step up ein zielorientiertes Maßnahmenpaket und bietet optional Schulungen der Servicemitarbeiter an. Erwiesenes Ziel des Systems ist es, durch eine Verbesserung der Service- und Beratungsqualität eine unmittelbare Umsatzsteigerung zu bewirken.