

## Kako izmjeriti zadovoljstvo klijenata?

Osnovna svrha mjerenja (praćenja) zadovoljstva klijenta je dobivanje informacija i upoznavanje klijenata. Na taj način poduzeće može doći do smjernica o tome što treba poboljšati, što je dobro i kamo trebaju usmjeriti svoje aktivnosti, kako bi mogli pružiti vrijednost koja je u skladu s očekivanjima klijenta ili čak veća od toga.

O zadovoljstvu korisnika i kvaliteti se ne može odlučivati “iz fotelje” (zaposlenici i menadžment ocjenjuju kvalitetu i zadovoljstvo drugačije od korisnika). Potrebna je stalna komunikacija s klijentima, ali i sa zaposlenicima, i konkurencijom.

Do povratne informacije može se doći putem upitnika, knjiga žalbi, kartica prijedloga, promatranja, tajnih kupaca (*mystery shoppers*), razgovora s korisnicima.

### Kako prikupiti potrebne informacije?

Najčešće se potrebne informacije prikupljaju pomoću upitnika. Kvaliteta prikupljenih informacija između ostalog ovisi o pravilno postavljenim pitanjima.

#### Stoga kod osmišljavanja upitnika treba voditi računa o sljedećem:

- Obuhvatiti cijeli spektar proizvoda i usluga koji su važni klijentima,
- Uključiti pitanja o trenutnoj ponudi,
- Omogućiti utvrđivanje očekivanja o pojedinom proizvodu ili usluzi,
- Omogućiti iskazivanje važnosti koju klijenti pridaju pojedinom proizvodu ili usluzi,
- Potaknuti komentare i prijedloge za poboljšanje,
- Obuhvatiti osnovne demografske podatke (dob, spol, mjesto boravka, zanimanje, kupovne navike,...),
- Većina pitanja zatvorenog tipa (zaokruživanje, nadopunjavanje),
- Postaviti jednostavna i precizna pitanja,
- Postaviti najviše 10 do 15 pitanja,
- Napisati uvodnu i završnu rečenicu; zahvaliti za uloženi trud i vrijeme.

### Kako dobiti pouzdane rezultate?

Usprkos kvalitetno sastavljenim upitnicima često se dobivaju nepouzdana informacija. Razlozi mogu biti različiti. Upitnike najčešće ispunjavaju iznimno zadovoljni ili iznimno nezadovoljni klijenti. Često su klijenti ravnodušni i ne žele sudjelovati u takvim ispitivanjima. Ponekada nije osigurana anonimnost, zbog čega klijenti „uljepšavaju“ svoje mišljenje i prilagođavaju ga situaciji.

## **Postoji nekoliko načina kojima se mogu izbjeći navedeni problemi i osigurati pouzdani rezultati:**

- Staviti upitnike na vidljivo mjesto,
- Omogućiti jednostavan povrat upitnika,
- Omogućiti ispitaniku u miru ispuniti upitnik tj. odgovoriti na pitanja,
- Osigurati slučajan odabir ispitanika (npr. svaki treći klijent),
- Uputiti dodatnu zamolbu (usmeno ili pismeno) od strane menadžmenta, kao znak važnosti i zahvalnosti,
- Ponuditi posebne nagrade kao poticaj za sudjelovanje (npr. darovi u obliku boce vina, bombonjere, košare s voćem, određeni iznos popusta na uslugu i sl.).

Kvaliteta ponuđenih nagrada treba biti u skladu s imidžom wellness centra (npr. jeftina nagrada nije primjerena wellness centru u hotelu s 5 zvjezdica). Također mora biti lako dostupna. S takvim se nagradama ne želi „kupiti“ potencijalne ispitanike. Bit je motivirati ih i pokazati zahvalnost.

## **Kreiranje upitnika (sastavljanje pitanja)**

Upitnik bi bilo dobro kreirati prema sljedećim pravilima:

- Izbjegavati postavljanje složenih, dvoznačnih pitanja: to su pitanja u kojima se ispituje o više stvari odjednom. Na primjer: „osoblje je ljubazno i učinkovito.“ Ovdje klijent treba ocijeniti dvije različite stvari – ljubaznost i učinkovitost zaposlenika. Moguće je naime, da osoba bude ljubazna, ali neučinkovita u obavljanju nekog zadatka, isto kao što netko drugi može biti učinkovit i istovremeno neljubazan. Bez obzira što klijent odgovori, ne može se sa sigurnošću reći što taj odgovor zaista znači. Rješenje je dakle postaviti dva odvojena pitanja.
- Koristiti odgovor „ne mogu ocijeniti“: tako klijent može na jednostavan način odgovoriti na pitanje koje se ne odnosi na njega. Na primjer u slučaju kada klijent nije koristio određenu uslugu.
- Paziti na redoslijed pitanja: na početku upitnika postaviti specifična pitanja (pitanja o pojedinim uslugama, o osoblju i sl.), a na kraju upitnika općenito pitanje (ukupno zadovoljstvo dobivenom uslugom).
- Paziti na jezik, pravopis.
- Odrediti pravo vrijeme ispitivanja: najčešće se upitnici ispunjavaju neposredno nakon korištene usluge. U protivnom ispitanici mogu pomiješati dojmove, te odgovori neće odražavati stvarno stanje.

Uspješnost mjerenja zadovoljstva putem upitnika ne ovisi samo o klijentima, već i o

metodologiji ispitivanja. Upitnik se neće ispuniti sam od sebe. Klijenti moraju biti dodatno motivirani, a upitnici sastavljeni tako da omogućavaju brzo i jednostavno ispunjavanje, te pružaju dovoljno kvalitetnih informacija za donošenje važnih menadžerskih odluka.

“Ako želite saznati što ljudi žele, pitajte ih.”

“Moramo razumjeti i poznavati stavove i želje klijenata, da bi mogli pružiti kvalitetnu uslugu.”

Karl Albrecht i Ron Zenke