

DIAGNOZA PODSTAWOWYCH PROBLEMÓW PRZEDSIĘBIORCÓW POR CENTRUM

NARZĘDZIA BADAWCZE



Spis treści

BADANIE – INFORMACJE WSTĘPNE	1
WSTĘP	1
METODY I TECHNIKI BADAWCZE.....	1
PRÓBA BADAWCZA	1
CZĘŚĆ A	2
SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient Dorabianie kluczy	2
KWESTIONARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient Dorabianie kluczy	4
SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient Kwaciarnia „FREZJA”	14
KWESTIONARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient Kwaciarnia „FREZJA”	16
SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient CAFE KAMIENICA/Kawiarnio-lodziarnia WERA-VITA.....	26
KWESTIONARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient CAFE KAMIENICA/KAWIARNIO-LODZIARNIA WERA-VITA	28
SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient LADY’S MAKE UP i ATELIER URODY	38
KWESTIONARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient LADY’S MAKE UP i ATELIER URODY	40
SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient VERONIQUE – KONFEKCJA DAMSKA/SKLEP ODZIEŻOWY ‘MADAM’	49
KWESTIONARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient VERONIQUE – KONFEKCJA DAMSKA/SKLEP ODZIEŻOWY ‘MADAM’	51
SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient WARZYWNIAK „NOWALIJKA”	61
KWESTIONARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient WARZYWNIAK „NOWALIJKA”	63
SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient ZAKŁAD OPTYCZNY IZABELA GIL	73
KWESTIONARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient ZAKŁAD OPTYCZNY IZABELA GIL	75
CZĘŚĆ B.....	84
ARKUSZ REKRUTACYJNY	84
SCENARIUSZ INDYWIDUALNEGO WYWIADU POGŁĘBIONEGO	85
CZĘŚĆ C.....	91
ZGODA PRZEDSIĘBIORCY NA UDZIAŁ W BADANIU I NAGRYWANIE ROZMÓW	91
SCENARIUSZ INDYWIDUALNEGO WYWIADU POGŁĘBIONEGO (IDI) Z PRZEDSIĘBIORCAMI	92

CZĘŚĆ A

BADANIE – INFORMACJE WSTĘPNE

WSTĘP

Niniejszy dokument przedstawia założenia dotyczące trzeciej części badania (C), które wykonywane jest w związku z realizacją przez Urząd Miejski w Dąbrowie Górniczej projektu pn. „Fabryka Pełna Życia – rewitalizacja śródmieścia Dąbrowy Górniczej” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020. Szczegóły dotyczące poprzednich części badania (A i B) zostały przedstawione w dokumencie *Metodologia badania pn. Diagnoza podstawowych problemów przedsiębiorców POR CENTRUM część 1*.

Badanie stanowi część zamówienia, którego celem jest stworzenie i przetestowanie modelu wsparcia drobnych przedsiębiorstw działających na obszarze POR CENTRUM, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorców prowadzących działalność przy ulicy 3 Maja. Rezultatem wprowadzenia ww. modelu będzie poprawa sytuacji przedsiębiorców biorących udział w jego testowaniu, którzy są dotknięci zmniejszeniem ruchu handlowego ze względu na powstanie w okolicy Centrum Handlowego „Pogoria”.

Głównym celem prezentowanego badania jest zatem diagnoza potrzeb przedsiębiorców POR CENTRUM, poprzez rozpoznanie i ocenę standardów ich funkcjonowania. Badanie umożliwi określenie mocnych i słabych stron przedsiębiorców, i będzie stanowiło podstawę realizacji dalszych części zamówienia tj. modelu wsparcia.

METODY I TECHNIKI BADAWCZE

Badanie zostało podzielone na trzy części. Pierwsza z nich została przeprowadzona metodą Tajemniczego klienta (A), druga zaś jakościową metodą pogłębionego wywiadu swobodnego (B). Trzecia część badania (C), tj. pogłębione analizy z wybranymi przedsiębiorcami, zostanie zrealizowana, podobnie jak w przypadku etapu B, z wykorzystaniem techniki pogłębionego wywiadu indywidualnego (IDI).

Wybór metody dla ostatniej części został podyktowany wielkością wybranych przedsiębiorstw (są to głównie mikroprzedsiębiorstwa, na które składają się właściciel(e) i ewentualnie jednoosobowa obsługa punktu zlokalizowanego na ul. 3 Maja).

PRÓBA BADAWCZA

Zgodnie z założeniami Zamawiającego, badaniem w cz. A i B zostało objętych 10 przedsiębiorców prowadzących działalność w obszarze ul. 3 Maja w Dąbrowie Górniczej, a także ich klienci, tj. po 3 osoby z każdego punktu.

Z kolei w części C badania, pogłębionej analizie zostanie poddanych 5 przedsiębiorców z początkowej dziesiątki. W tej części został zastosowany celowy dobór próby, tzn. na podstawie danych zebranych w poprzednich częściach badania, a w szczególności na podstawie ocen uzyskanych w trakcie badania typu „Tajemniczy klient”, wybrano te przedsiębiorstwa, które uzyskały niższe oceny audytorów w badanych kategoriach, tj.: otoczenie lokalu, witryna, wnętrze i obsługa.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

W ten sposób do badania w części C zakwalifikowano przedsiębiorstwa z branż: art. spożywcze, moda oraz pozostałe usługi i handel.

Tabela 1 Lista przedsiębiorstw wybranych do badania w cz. C

Lp.	Nazwa przedsiębiorstwa	Branża	Adres
1	Kwiaciarnia „Frezja”	Pozostałe usługi i handel	3 Maja 7a
2	Dorabianie kluczy	Pozostałe usługi i handel	3 Maja 6
3	Veronique – konfekcja damska	Moda	3 Maja 4
4	Sklep odzieżowy Madam	Moda	3 Maja 24
5	Warzywniak	Art. spożywcze	3 Maja 23

Źródło: Opracowanie własne

W sytuacji odmowy któregoś z pięciu wytypowanych przedsiębiorstw, do badania zostanie zaproszona kolejna firma z najniższą średnią ocen, tj. Zakład optyczny Izabela Gil.

Przedsiębiorstwa biorące udział w części A i B badania, które nie zostały zakwalifikowane do części C to firmy świadczące usługi gastronomiczne, tj. Cafe Kamienica i Kawiarnio-lodziarnia Wera-Vita, które uzyskały stosunkowo wysoką ogólną średnią ocen. Ponadto z obserwacji ruchu na ulicy wynika, iż miejsca te mają wielu klientów, a zatem radzą sobie na lokalnym rynku.

W ostatniej części badania odrzucono również firmy zajmujące się usługami kosmetycznymi. Przedsiębiorstwa te uzyskały bardzo wysokie średnie w kategoriach witryna, wnętrze i obsługa i z tego też powodu salony kosmetyczne zostały pominięte na kolejnym etapie badania.

W ramach części C badania rozmowy zostaną przeprowadzone przede wszystkim z właścicielem/właścicielami danego punktu, ale także z obsługą lokalu na ul. 3 Maja (jeśli właściciel i osoba sprzedawcy to inne osoby, a przedsiębiorca wyrazi zgodę na taki wywiad).

CZĘŚĆ A

SCENARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT DORABIANIE KLUCZY

INFORMACJE DOT. BADANIA:

Cześć 1. Obserwacja uczestnicząca

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

Część 2. Wypełnienie kwestionariusza

Termin badania: II poł. lipca; natychmiast po zatwierdzeniu narzędzia

Godziny obserwacji: 10:00 – 15:00

Cel wizyty: Zakup usługi/productu

OGÓLNE UWAGI PRZED OBSERWACJĄ

1. Przed rozpoczęciem badania, upewnij się, że lokal, w którym będziesz wykonywał badanie jest czynny. Jeśli specyfika usługi tego wymaga, umów się wcześniej.
2. W drodze do badanego punktu, zwróć uwagę na jego otoczenie, przede wszystkim na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
3. Zanim wejdziesz, przyjrzyj się dokładnie witrynie i wejściu do badanego lokalu. Zwróć uwagę na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
4. Po wejściu do sklepu nie przejmuj inicjatywy. Jeśli sprzedawca nie podejmie rozmowy, zrób to, ale dopiero po upływie ok. 2 min.
5. Zwróć uwagę na wygląd osoby Cię obsługującej.
6. Zwróć uwagę na wnętrze lokalu, w którym przeprowadzasz badanie, przede wszystkim na jego czystość, ale także na oświetlenie, zapach, muzykę i rozmieszczenie przedmiotów.
7. Postaraj się zapamiętać, w jaki sposób rozpoczęła się rozmowa ze sprzedawcą.
8. Jesteś niezdecydowany. Nie informuj od razu czego potrzebujesz, to sprzedawca powinien umieć Ci doradzić.
9. Wypełnij kwestionariusz, jednak nie później niż 2h od zakończenia wizyty.

SZCZEGÓŁY ROLI

Rola obserwującego:	Klient chcący zamówić dodatkowy klucz do kłódki.
Opis roli:	Twoim celem jest dorobienie konkretnego klucza, a dodatkowo dopytanie sprzedawcy o to, jaką kłódkę wybrać, żeby odpowiednio zabezpieczyć wejście na działkę.
Oczekiwania wobec sprzedawcy:	Oczekujesz od sprzedawcy, że w niedługim czasie otrzymasz zamówiony klucz. Dodatkowo oczekujesz jego zainteresowania Twoim problemem i w efekcie wskazania najbezpieczniejszej kłódki, wraz z podaniem jej specyfikacji.
O co zapytać:	<p>Jeżeli w wyniku swobodnej rozmowy poniższe wątki się nie pojawiają, powinieneś zapytać o:</p> <p>W trakcie rozmowy o kłódce:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Z jakich materiałów są kłódki i klucze? 2. Czy są trwałe? 3. Czy są wodoodporne? 4. Czy i w jaki sposób się je konserwuje? <p>Po wyborze:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Czy proponowane są jakieś usługi dodatkowe, takie jak grawerowanie? 2. Zauważasz, że dorabiane są również klucze do aut. Pytasz, w jakiej są cenie i czy są już z pilotem. 3. Zapytaj o możliwość bezgotówkowej zapłaty za usługę.
Zakończenie wizyty:	Płacisz za produkt i prosisz o wystawienie FV. Pytasz czy na przyszłość jest możliwość skontaktowania się w inny niż osobisty sposób.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

KWESTIONARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT DORABIANIE KLUCZY

NAZWA BADANEGO PRZEDSIĘBIORSTWA	Dorabianie kluczy, ul. 3 Maja 6
DATA WIZYTY	... Lipca 2018
GODZINA ROZPOCZĘCIA WIZYTY	... : ...
CZAS TRWANIA WIZYTY	... min

Proszę o zaznaczenie odpowiedzi za pomocą znaku X w odpowiednim miejscu. W przypadku chęci wyrażenia swojej opinii poza przygotowanymi pytaniami, proszę o uzupełnienie rubryki „uwagi audytora” zamieszczonej pod każdym z bloków tematycznych.

A. ESTETYKA PRZESTRZENI ZEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEŹ																																										
1. OCENA NAJBLIŻSZEGO OTOCZENIA LOKALU	1.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. najbliższej przestrzeni odwiedzanego lokalu. Najbliższa okolica to przestrzeń miejska bezpośrednio przed wejściem do lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Stwierdzenie</th> <th style="width: 5%;">1</th> <th style="width: 5%;">2</th> <th style="width: 5%;">3</th> <th style="width: 5%;">4</th> <th style="width: 5%;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>2. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>3. Otoczenie lokalu jest zadbane.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>4. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>5. Otoczenie wygląda na bezpieczne.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>6. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.						2. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .						3. Otoczenie lokalu jest zadbane .						4. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .						5. Otoczenie wygląda na bezpieczne .						6. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
1. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.																																												
2. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .																																												
3. Otoczenie lokalu jest zadbane .																																												
4. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .																																												
5. Otoczenie wygląda na bezpieczne .																																												
6. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .																																												
1.2. Uwagi audytora dot. otoczenia lokalu																																												
2. OCENA FRONTU LOKALU	2.1. Czy elewacja lokalu jest czysta?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: ----- -----																																										
	2.2. Czy stan elewacji zachęca do wejścia do lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: ----- -----																																										
	2.3. Czy na froncie budynku widnieje szyld badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 2.5)																																										
	2.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. szyldu.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Stwierdzenie</th> <th style="width: 5%;">1</th> <th style="width: 5%;">2</th> <th style="width: 5%;">3</th> <th style="width: 5%;">4</th> <th style="width: 5%;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Szyld jest dobrze widoczny, nawet z daleka.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>2. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.						2. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.																													
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																							
1. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.																																												
2. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.																																												

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się <u>nie</u> zgadzam 5 = całkowicie się <u>zgadzam</u>	3. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																																													
	2.5. Czy na froncie lokalu znajdują się inne elementy, takie jak inne reklamy/ogłoszenia?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____																																													
	2.6. Czy front lokalu, tj. jego styl, jest spójny z pozostałymi lokalami na ulicy?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____																																													
	2.7. Czy na drzwiach lokalu w sposób jasny przedstawiono godziny jego otwarcia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																													
	2.8. Uwagi audytora dot. frontu lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																													
3. OCENA WITRYNY LOKALU	3.1. Czy lokal posiada witrynę?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 4.1</i>)																																													
	3.2. Czy z ulicy można dostrzec środek lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 3.4.</i>)																																													
	3.3. Czy z perspektywy ulicy, widać zaplecze lub inne elementy, które nie powinny być dostrzegalne dla klientów (np. przestrzeń pod ladą)?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____																																													
	3.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. witryny odwiedzanego lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się <u>nie</u> zgadzam 5 = całkowicie się <u>zgadzam</u>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Witryna lokalu jest czysta.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>2. Witryna lokalu jest uporządkowana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>3. Witryna lokalu jest zadbana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>5. Witryna jest nowoczesna.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Witryna lokalu jest czysta .						2. Witryna lokalu jest uporządkowana .						3. Witryna lokalu jest zadbana .						4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .						5. Witryna jest nowoczesna .						6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.								
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																									
	1. Witryna lokalu jest czysta .																																														
2. Witryna lokalu jest uporządkowana .																																															
3. Witryna lokalu jest zadbana .																																															
4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .																																															
5. Witryna jest nowoczesna .																																															
6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.																																															
3.5. Uwagi audytora dot. witryny lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																														

B. ESTETYKA PRZESTRZENI WEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
4. ZAPACH	4.1. Czy w badanym lokalu był wyczuwalny jakiś zapach?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <i>Źródło:</i> _____ _____
	4.2. Czy zapach, który był wyczuwalny, był przyjemny?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
5. MUZYKA	5.1. Czy w lokalu grała muzyka?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <i>Źródło:</i> _____ _____
	5.2. Czy poziom głośności muzyki w lokalu przeszkadzał w wizycie?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
6. ŚWIATŁO	6.1. Czy w lokalu było jasno?	<input type="checkbox"/> Było zbyt jasno <input type="checkbox"/> Było odpowiednio jasno <input type="checkbox"/> Było zbyt ciemno
7. TEMPERATURA	7.1. Jaka temperatura panowała w lokalu?	<input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt wysoka <input type="checkbox"/> Temperatura była odpowiednia <input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt niska
8. DOSTĘPNOŚĆ ELEMENTÓW REKLAMOWYCH	8.1. Czy w pomieszczeniu były dostępne jakieś elementy reklamowe dot. proponowanych produktów/usług?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____ _____
9. WYPOSAŻENIE I ROZKŁAD POMIESZCZENIA	9.1. Czy wyposażenie lokalu było zadbane (tj. meble nie nosiły oznak zużycia)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____
	9.2. Czy rozmieszczenie przedmiotów w lokalu pozwalało na swobodę poruszania się (tj. nie było przeszkód utrudniających poruszanie się, np. kabli, skrzyń, produktów na ziemi, śmieci)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	9.3. Czy produkty (jeśli dotyczy) były łatwo dostępne, tj. na wyciągnięcie ręki?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Nie dot. Uzasadnienie: _____ _____ _____																																																						
10. OGÓLNA OCENA WNĘTRZA	10.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. wnętrza lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Przestrzeń lokalu była nowoczesna.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Przestrzeń lokalu była zadbana.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Przestrzeń lokalu była czysta.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Przestrzeń lokalu była uporządkowana.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6. Przestrzeń lokalu była bezpieczna.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>7. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>8. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.						2. Przestrzeń lokalu była nowoczesna .						3. Przestrzeń lokalu była zadbana .						4. Przestrzeń lokalu była czysta .						5. Przestrzeń lokalu była uporządkowana .						6. Przestrzeń lokalu była bezpieczna .						7. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .						8. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.					
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																																			
1. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.																																																								
2. Przestrzeń lokalu była nowoczesna .																																																								
3. Przestrzeń lokalu była zadbana .																																																								
4. Przestrzeń lokalu była czysta .																																																								
5. Przestrzeń lokalu była uporządkowana .																																																								
6. Przestrzeń lokalu była bezpieczna .																																																								
7. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .																																																								
8. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.																																																								
10.2. Uwagi audytora dot. wnętrza lokalu	_____ _____ _____ _____ _____																																																							

C. JAKOŚĆ OBSŁUGI

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
11. INICJOWANIE KONTAKTU	11.1. Czy audytor został zauważony w ciągu pierwszych 10 sek. od wejścia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	11.2. Czy w czasie, gdy wchodziłeś/aś, obsługa zachowywała się właściwie? (Przykłady niewłaściwych zachowań: rozmawianie przez telefon o sprawach prywatnych, jedzenie lub picie, rozmowa z kolegami z pracy i nie zwracanie uwagi na wchodzących klientów.)	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____ _____
	11.3. Kto zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> Klient (przejdź do pyt. 11.5) <input type="checkbox"/> Sprzedawca
	11.4. Po jakim czasie sprzedawca zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> 0-30 s. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 30 s. -1 min. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 1 min.-2 min.
	11.5. Co było powodem dłuższego oczekiwania na obsługę?	_____ _____ _____ _____ _____
	11.6. Czy sprzedawca powitał Cię z	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	uśmiechem?																																											
	11.7. Czy sprzedawca zaoferował pomoc i zaprosił do rozpoczęcia rozmowy (np. słowami „w czym mogę pomóc”)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	11.8. Jak oceniasz szybkość reakcji sprzedawcy?	<input type="checkbox"/> Dobrze <input type="checkbox"/> Źle <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																																										
12. WYGLĄD SPRZEDAWCY	12.1. Czy wygląd sprzedawcy był adekwatny (stosowny) do miejsca, w którym pracuje?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: ----- ----- ----- -----																																										
	12.2. Czy wygląd sprzedawcy zachęcał do zakupu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: ----- ----- ----- -----																																										
13. PRZEBIEG ROZMOWY	13.1. Czy sprzedawca utrzymywał kontakt wzrokowy przez większość wizyty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.2. Czy sprzedawca aktywnie słuchał (dawał znać, że słucha, np. poprzez potakiwanie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.3. Czy sprzedawca zapytał Cię o Twoje potrzeby/preferencje/oczekiwania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.4. Ile ofert (przedmiotów/usług) przedstawił Ci sprzedawca?	<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 2-3 <input type="checkbox"/> pow. 3																																										
	13.5. Czy sprzedawca, kiedy proponował ofertę, odwoływał się do Twoich potrzeb i wypowiedzi?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.6. Czy sprzedawca mówił o korzyściach płynących z wyboru poszczególnej oferty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.7. Czy po dokonaniu wyboru, sprzedawca zapytał, czy jesteś zadowolony?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
14. POSTAWA SPRZEDAWCY	14.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Sprzedawca był sympatyczny.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>5. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>6. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Sprzedawca był sympatyczny .						2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .						3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .						4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .						5. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.						6. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	1. Sprzedawca był sympatyczny .																																											
	2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																																											
	3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .																																											
	4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .																																											
	5. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.																																											
6. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić																																												

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

		oczekiwania klienta).						
		7. Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb.						
		8. Sprzedawca wyrażał się jasno.						
		9. Sprzedawca był kompetentny.						
		10. Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę.						
		11. Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.						
15. WIEDZA SPRZEDAWCY	15.1. Czy uzyskałeś/aś satysfakcjonującą odpowiedź na zadane pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij) <u>Uzasadnienie:</u> ----- ----- ----- -----						
	15.2. Czy sprzedawca sprawnie i rzeczowo odpowiadał na zadane przez Ciebie pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	15.3. Czy sprzedawca odpowiadał na pytania z pamięci (tj. był przygotowany merytorycznie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
16. SPRAWNOŚĆ OBSŁUGI	16.1. Jak oceniasz długość czasu poświęconego przez sprzedawcę na rozwiązanie Twojego problemu?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi za mało czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi odpowiednią ilość czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi zbyt długą ilość czasu						
	16.2. Czy w czasie wizyty wydarzyło się coś, co niepotrzebnie wydłużyło jej trwanie?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień) <input type="checkbox"/> Nie <u>Wymień:</u> ----- -----						
17. ZAKOŃCZENIE ROZMOWY	17.1. Czy sprzedawca, po dokonaniu wyboru zapytał, czy istnieją jeszcze jakieś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	17.2. Czy sprzedawca zachęcił do dalszego kontaktu w razie jakichś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	17.3. Czy sprzedawca poprosił klienta o podanie kontaktu, aby móc się z klientem następnie skontaktować?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

<p>17.4. W jaki sposób klient otrzymał namiary na sprzedawcę?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Sprzedawca z własnej inicjatywy pozostawił na sobie (firmę) namiary. <input type="checkbox"/> Sprzedawca pozostawił na sobie (firmę) namiary po prośbie klienta. <input type="checkbox"/> Klient nie otrzymał żadnego kontaktu do sprzedawcy (wyjaśnij, dlaczego) </div> <p>Wyjaśnienie:</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
<p>17.5. Czy sprzedawca słownie pożegnał się z klientem?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie </div>
<p>17.6. Uwagi audytora dot. jakości obsługi:</p>	<p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>

D. STRATEGIA PROMOCYJNA

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
18. STRATEGIA PROMOCYJNA	<p>18.1. Czy w trakcie wizyty spotkałeś się z jakąś formą reklamy/promocji badanego przedsiębiorstwa?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak (wymień z jakimi) <input type="checkbox"/> Nie </div> <p>Wymień:</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
	<p>18.2. Czy w czasie wizyty sprzedawca zaproponował jakąś formę oferty promocyjnej?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pytania 17.5) </div> <p>Wymień:</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
	<p>18.3. Czy wydała Ci się ona atrakcyjna?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) </div> <p>Uzasadnienie:</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
	<p>18.4. Czy oferty (produkty) promocyjne wyraźnie odróżniały się od pozostałych (np. były inaczej oznaczone)?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie </div>
	<p>18.5. Czy jakiś element stroju sprzedawcy zawierał element identyfikujący jego firmę (np. strój służbowy)?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie </div>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

18.6. Czy sprzedawca zaproponował jakąś formę programu lojalnościowego?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----
18.7. Uwagi audytora dot. strategii promocyjnej:	----- ----- ----- -----

E. JAKOŚĆ OFERTY HANDLOWEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
19. OFERTA HANDLOWA	19.1. Czy zaprezentowana oferta handlowa była różnorodna (duży wybór produktów/usług)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.2. Czy zaprezentowana oferta handlowa była wewnętrznie spójna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.3. Czy w rzeczywistej ofercie badanego przedsiębiorstwa znajdują się te elementy, o których informowany jest klient w różnego rodzaju materiałach (na witrynie, w materiałach promocyjnych, reklamowych itp. – jeżeli istnieją)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Brak materiałów promocyjnych
	19.4. Czy jako klient, jesteś zadowolony z jakości przedstawionej oferty handlowej?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- -----
	19.5. Czy badany przedsiębiorca oferuje inne niż gotówkowe formy zapłaty?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----
	19.6. Uwagi audytora dot. oferty handlowej:	----- ----- ----- -----

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

F. KOŃCOWA OPINIA

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
20.1. Czy jako klient, skorzystałbyś ponownie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie
20.2. Czy poleciłbyś swoim znajomym/przyjaciołom skorzystanie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie

G. BADANIE UZUPEŁNIAJĄCE

UWAGA: Badanie uzupełniające dotyczy tych przedsiębiorstw, które umożliwiają skontaktowanie się ze sobą za pośrednictwem telefonu czy Internetu.

Skontaktuj się ze sklepem w dowolnie wybrany przez Ciebie sposób (jeśli liczba możliwych kanałów komunikacji jest większa) i zapytaj:

- Ile będzie trwało dorobienie pęku 5 kluczy (jeden z nich jest np. niestandardowy) jaki będzie koszt takiej usługi.**

21.1. W jaki inny sposób, poza wizytą, można skontaktować się z badanym przedsiębiorstwem? <i>Zaznacz wszystkie, o których wiesz.</i>	<input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakiej?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakiej? <input type="checkbox"/> Inne. Jakiej? <input type="checkbox"/> Nie ma możliwości kontaktu innego niż wizyta (koniec badania)																																			
21.2. Zaznacz rodzaj wybranego kontaktu do badania uzupełniającego.	<input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakiej?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakiej? <input type="checkbox"/> Inne. Jakiej?																																			
21.3. Określ szybkość reakcji badanego	<input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział w tym samym dniu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział w dniu następującym po próbie kontaktu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział później, w dniu następującym po próbie kontaktu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca nie odpowiedział na próbę kontaktu.																																			
21.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy w kontakcie innym niż twarzą w twarz. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Sprzedawca był sympatyczny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Sprzedawca był sympatyczny .						2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .						3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .						4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .										
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																															
1. Sprzedawca był sympatyczny .																																				
2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																																				
3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .																																				
4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .																																				

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	5. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).							
	6. Sprzedawca wyrażał się jasno .							
21.5. Uwagi audytora dot. badania uzupełniającego:	<div style="border: 1px dashed black; height: 100px;"></div>							

SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient Kwiaciarnia „FREZIA”

INFORMACJE DOT. BADANIA:

Część 1. Obserwacja uczestnicząca

Część 2. Wypełnienie kwestionariusza

Termin badania: II poł. lipca; natychmiast po zatwierdzeniu narzędzia

Godziny obserwacji: 10:00 – 15:00

Cel wizyty: Zakup usługi/produktu

OGÓLNE UWAGI PRZED OBSERWACJĄ

10. Przed rozpoczęciem badania, upewnij się, że lokal, w którym będziesz wykonywał badanie jest czynny. Jeśli specyfika usługi tego wymaga, umów się wcześniej.
11. W drodze do badanego punktu, zwróć uwagę na jego otoczenie, przede wszystkim na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
12. Zanim wejdziesz, przyjrzyj się dokładnie witrynie i wejściu do badanego lokalu. Zwróć uwagę na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
13. Po wejściu do sklepu nie przejmuj inicjatywy. Jeśli sprzedawca nie podejmie rozmowy, zrób to, ale dopiero po upływie ok. 2 min.
14. Zwróć uwagę na wygląd osoby Cię obsługującej.
15. Zwróć uwagę na wnętrze lokalu, w którym przeprowadzasz badanie, przede wszystkim na jego czystość, ale także na oświetlenie, zapach, muzykę i rozmieszczenie przedmiotów.
16. Postaraj się zapamiętać, w jaki sposób rozpoczęła się rozmowa ze sprzedawcą.
17. Jesteś niezdecydowany. Nie informuj od razu czego potrzebujesz, to sprzedawca powinien umieć Ci doradzić.
18. Wypełnij kwestionariusz, jednak nie później niż 2h od zakończenia wizyty.

SZCZEGÓŁY ROLI

Rola obserwującego:	Klient chcący zamówić kosz kwiatów na ślub koleżanki wraz z usługą jego dostarczenia.
Opis roli:	Twoim celem jest wybór i zamówienie kosza kwiatów na ślub koleżanki, który odbędzie się za 2 tygodnie. Nie będziesz mógł na nim być, dlatego jesteś zainteresowany usługą jego dostarczenia pod wskazany adres. Nie jesteś też przekonany co do tego, jakie kwiaty wybrać, więc masz zamiar polegać na opinii sprzedawcy. Uwaga: Sprzedawca może zapytać o adres (podaj inne miasto, np. Sosnowiec) i dokładny termin dostarczenia kompozycji.
Oczekiwania wobec sprzedawcy:	Oczekujesz zainteresowania ze strony sprzedawcy, a w efekcie fachowej porady w kwestii rodzaju kwiatów i ich kompozycji.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

<p>O co zapytać:</p>	<p>Jeżeli w wyniku rozmowy poniższe wątki się nie pojawiają, powinieneś zapytać o:</p> <p>Na etapie wyboru kompozycji:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Co jest aktualnie modne (chodzi zarówno o trendy w zakresie wyboru kwiatów, jak i kompozycji)? 2. Czy jest możliwość włączenia do wiązanki ślubnej białych kantadesek? Słyszałeś o tym, że koleżanka bardzo je lubi. 3. Czy kwiaciarnia posiada zdjęcia swoich kompozycji kwiatowych (portfolio, ulotki lub przykłady na żywo)? <p>Po wyborze:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poproś o informację, jak trwałe będą wybrane przez Ciebie kwiaty oraz o sposoby utrwalenia ich świeżości (czy w koszu jest gąbka z wodą itp.). 2. Zapytaj o szczegóły dowozu wiązanki (czy zostaniesz poinformowany, że kwiaty dotarły do celu?). 3. Zapytaj czy jest możliwość zobaczenia efektu (gotowej kompozycji) bez konieczności ponownej wizyty w kwiaciarni. 4. Zapytaj o możliwość bezgotówkowej zapłaty za usługę.
<p>Zakończenie wizyty:</p>	<p>Nie decydujesz od razu. Dziękujesz za wszystkie informacje i stwierdzasz, że musisz to przemyśleć.</p> <p>Zwróć uwagę, czy sprzedawca proponuje kontakt ze swojej strony.</p> <p>Jeśli nie, zapytaj o to, w jaki sposób możesz skontaktować się później z kwiaciarnią (poza wizytą w sklepie).</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

KWESTIONARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT KWIACIARNIA „FREZJA”

NAZWA BADANEGO PRZEDSIĘBIORSTWA	Kwiaciarnia „FREZJA”, ul. 3 Maja 7a
DATA WIZYTY	... Lipca 2018
GODZINA ROZPOCZĘCIA WIZYTY	... : ...
CZAS TRWANIA WIZYTY	... min

Proszę o zaznaczenie odpowiedzi za pomocą znaku X w odpowiednim miejscu. W przypadku chęci wyrażenia swojej opinii poza przygotowanymi pytaniami, proszę o uzupełnienie rubryki „uwagi audytora” zamieszczonej pod każdym z bloków tematycznych.

4. ESTETYKA PRZESTRZENI ZEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ																																										
1. OCENA NAJBLIŻSZEGO OTOCZENIA LOKALU	1.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. najbliższej przestrzeni odwiedzanego lokalu. Najbliższa okolica to przestrzeń miejska bezpośrednio przed wejściem do lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Stwierdzenie</th> <th style="width: 5%;">1</th> <th style="width: 5%;">2</th> <th style="width: 5%;">3</th> <th style="width: 5%;">4</th> <th style="width: 5%;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>9. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>10. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>11. Otoczenie lokalu jest zadbane.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>12. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>13. Otoczenie wygląda na bezpieczne.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>14. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	9. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.						10. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .						11. Otoczenie lokalu jest zadbane .						12. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .						13. Otoczenie wygląda na bezpieczne .						14. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
9. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.																																												
10. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .																																												
11. Otoczenie lokalu jest zadbane .																																												
12. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .																																												
13. Otoczenie wygląda na bezpieczne .																																												
14. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .																																												
1.2. Uwagi audytora dot. otoczenia lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																											
2. OCENA FRONTU LOKALU	2.1. Czy elewacja lokalu jest czysta?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____																																										
	2.2. Czy stan elewacji zachęca do wejścia do lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____																																										
	2.3. Czy na froncie budynku widnieje szyld badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 2.5)																																										
	2.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. szyldu.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Stwierdzenie</th> <th style="width: 5%;">1</th> <th style="width: 5%;">2</th> <th style="width: 5%;">3</th> <th style="width: 5%;">4</th> <th style="width: 5%;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Szyld jest dobrze widoczny, nawet z daleka.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.																																			
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																							
1. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.																																												

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	2. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.																																															
		3. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																																															
	2.5. Czy na froncie lokalu znajdują się inne elementy, takie jak inne reklamy/ogłoszenia?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> <hr/> <hr/>																																															
	2.6. Czy front lokalu, tj. jego styl, jest spójny z pozostałymi lokalami na ulicy?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> <hr/> <hr/>																																															
	2.7. Czy na drzwiach lokalu w sposób jasny przedstawiono godziny jego otwarcia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																															
	2.8. Uwagi audytora dot. frontu lokalu	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>																																															
3. OCENA WITRYNY LOKALU	3.1. Czy lokal posiada witrynę?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 4.1</i>)																																															
	3.2. Czy z ulicy można dostrzec środek lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 3.4.</i>)																																															
	3.3. Czy z perspektywy ulicy, widać zaplecze lub inne elementy, które nie powinny być dostrzegalne dla klientów (np. przestrzeń pod ladą)?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> <hr/> <hr/>																																															
	3.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. witryny odwiedzanego lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Witryna lokalu jest czysta.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>2. Witryna lokalu jest uporządkowana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>3. Witryna lokalu jest zadbana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>5. Witryna jest nowoczesna.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Witryna lokalu jest czysta .						2. Witryna lokalu jest uporządkowana .						3. Witryna lokalu jest zadbana .						4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .						5. Witryna jest nowoczesna .						6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.										
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																											
	1. Witryna lokalu jest czysta .																																																
2. Witryna lokalu jest uporządkowana .																																																	
3. Witryna lokalu jest zadbana .																																																	
4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .																																																	
5. Witryna jest nowoczesna .																																																	
6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.																																																	
3.5. Uwagi audytora dot. witryny lokalu	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>																																																

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

5. ESTETYKA PRZESTRZENI WEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
4. ZAPACH	4.1. Czy w badanym lokalu był wyczuwalny jakiś zapach?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <i>Źródło:</i> _____ _____
	4.2. Czy zapach, który był wyczuwalny, był przyjemny?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
5. MUZYKA	5.1. Czy w lokalu grała muzyka?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <i>Źródło:</i> _____ _____
	5.2. Czy poziom głośności muzyki w lokalu przeszkadzał w wizycie?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
6. ŚWIATŁO	6.1. Czy w lokalu było jasno?	<input type="checkbox"/> Było zbyt jasno <input type="checkbox"/> Było odpowiednio jasno <input type="checkbox"/> Było zbyt ciemno
7. TEMPERATURA	7.1. Jaka temperatura panowała w lokalu?	<input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt wysoka <input type="checkbox"/> Temperatura była odpowiednia <input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt niska
8. DOSTĘPNOŚĆ ELEMENTÓW REKLAMOWYCH	8.1. Czy w pomieszczeniu były dostępne jakieś elementy reklamowe dot. proponowanych produktów/usług?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____ _____
9. WYPOSAŻENIE I ROZKŁAD POMIESZCZENIA	9.1. Czy wyposażenie lokalu było zadbane (tj. meble nie nosiły oznak zużycia)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____
	9.2. Czy rozmieszczenie przedmiotów w lokalu pozwalało na swobodę poruszania się (tj. nie było przeszkód utrudniających poruszanie się, np. kabli, skrzyń, produktów na ziemi, śmieci)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____
	9.3. Czy produkty (jeśli dotyczy) były łatwo dostępne, tj. na wyciągnięcie ręki?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Nie dotyczy <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

10. OGÓLNA OCENA WNĘTRZA	10.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. wnętrza lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	Stwierdzenie	1	2	3	4	5
		1. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.					
		2. Przestrzeń lokalu była nowoczesna .					
		3. Przestrzeń lokalu była zadbana .					
		4. Przestrzeń lokalu była czysta .					
		5. Przestrzeń lokalu była uporządkowana .					
		6. Przestrzeń lokalu była bezpieczna .					
		7. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .					
		8. Przestrzeń lokalu zachęcało do zakupu.					
10.2. Uwagi audytora dot. wnętrza lokalu		-----					

6. JAKOŚĆ OBSŁUGI

11. INICJOWANIE KONTAKTU	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
	11.1. Czy audytor został zauważony w ciągu pierwszych 10 sek. od wejścia)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	11.2. Czy w czasie, gdy wchodziłeś/aś, obsługa zachowywała się właściwie? (Przykłady niewłaściwych zachowań: rozmawianie przez telefon o sprawach prywatnych, jedzenie lub picie, rozmowa z kolegami z pracy i nie zwracanie uwagi na wchodzących klientów.)	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij) Uzasadnienie: ----- ----- -----
	11.3. Kto zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> Klient (przejdź do pyt. 11.5) <input type="checkbox"/> Sprzedawca
	11.4. Po jakim czasie sprzedawca zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> 0-30 s. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 30 s. -1 min. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 1 min.-2 min.
	11.5. Co było powodem dłuższego oczekiwania na obsługę?	----- ----- ----- -----
	11.6. Czy sprzedawca powitał Cię z uśmiechem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	11.7. Czy sprzedawca zaoferował pomoc i zaprosił do rozpoczęcia	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	rozmowy (np. słowami „w czym mogę pomóc”)?																																											
	11.8. Jak oceniasz szybkość reakcji sprzedawcy?	<input type="checkbox"/> Dobrze <input type="checkbox"/> Źle <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																																										
12. WYGLĄD SPRZEDAWCY	12.1. Czy wygląd sprzedawcy był adekwatny (stosowny) do miejsca, w którym pracuje?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowieź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----																																										
	12.2. Czy wygląd sprzedawcy zachęcał do zakupu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowieź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----																																										
13. PRZEBIEG ROZMOWY	13.1. Czy sprzedawca utrzymywał kontakt wzrokowy przez większość wizyty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.2. Czy sprzedawca aktywnie słuchał (dawał znać, że słucha, np. poprzez potakiwanie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.3. Czy sprzedawca zapytał Cię o Twoje potrzeby/preferencje/oczekiwania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.4. Ile ofert (przedmiotów/usług) przedstawił Ci sprzedawca?	<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 2-3 <input type="checkbox"/> pow. 3																																										
	13.5. Czy sprzedawca, kiedy proponował ofertę, odwoływał się do Twoich potrzeb i wypowiedzi?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.6. Czy sprzedawca mówił o korzyściach płynących z wyboru poszczególnej oferty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
	13.7. Czy po dokonaniu wyboru, sprzedawca zapytał, czy jesteś zadowolony?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																										
14. POSTAWA SPRZEDAWCY	14.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Sprzedawca był sympatyczny.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>5. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>6. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Sprzedawca był sympatyczny .						2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .						3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .						4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .						5. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.						6. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).					
		Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																					
		1. Sprzedawca był sympatyczny .																																										
		2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																																										
		3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .																																										
		4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .																																										
		5. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.																																										
6. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).																																												

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

		7. Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb.						
		8. Sprzedawca wyrażał się jasno.						
		9. Sprzedawca był kompetentny.						
		10. Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę.						
		11. Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.						
15. WIEDZA SPRZEDAWCY	15.1. Czy uzyskałeś/aś satysfakcjonującą odpowiedź na zadane pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----						
	15.2. Czy sprzedawca sprawnie i rzeczowo odpowiadał na zadane przez Ciebie pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	15.3. Czy sprzedawca odpowiadał na pytania z pamięci (tj. był przygotowany merytorycznie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
16. SPRAWNOŚĆ SŁUGI	16.1. Jak oceniasz długość czasu poświęconego przez sprzedawcę na rozwiązanie Twojego problemu?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi za mało czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi odpowiednią ilość czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi zbyt długą ilość czasu						
	16.2. Czy w czasie wizyty wydarzyło się coś, co niepotrzebnie wydłużyło jej trwanie?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----						
17. ZAKOŃCZENIE ROZMOWY	17.1. Czy sprzedawca, po dokonaniu wyboru zapytał, czy istnieją jeszcze jakieś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	17.2. Czy sprzedawca zachęcił do dalszego kontaktu w razie jakichś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	17.3. Czy sprzedawca poprosił klienta o podanie kontaktu, aby móc się z klientem następnie skontaktować?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

<p>17.4. W jaki sposób klient otrzymał namiary na sprzedawcę?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Sprzedawca z własnej inicjatywy pozostawił na sobie (firmę) namiary. <input type="checkbox"/> Sprzedawca pozostawił na sobie (firmę) namiary po prośbie klienta. <input type="checkbox"/> Klient nie otrzymał żadnego kontaktu do sprzedawcy (wyjaśnij, dlaczego) </div> <p>Wyjaśnienie:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17.5. Czy sprzedawca słownie pożegnał z klientem?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie </div>
<p>17.6. Uwagi audytora dot. jakości obsługi:</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

7. STRATEGIA PROMOCYJNA

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
18. STRATEGIA PROMOCYJNA	<p>18.1. Czy w trakcie wizyty spotkałeś się z jakąś formą reklamy/promocji firmy?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak (wymień z jakimi) <input type="checkbox"/> Nie </div> <p>Wymień:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
	<p>18.2. Czy w czasie wizyty sprzedawca zaproponował jakąś formę oferty promocyjnej?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pytania 17.5) </div> <p>Wymień:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
	<p>18.3. Czy wydała Ci się ona atrakcyjna?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) </div> <p>Uzasadnienie:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
	<p>18.4. Czy oferty (produkty) promocyjne wyraźnie odróżniały się od pozostałych (np. były inaczej oznaczone)?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie </div>
	<p>18.5. Czy jakiś element stroju sprzedawcy zawierał element identyfikujący jego firmę (np. strój służbowy)?</p>	<div> <input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie </div>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

18.6. Czy sprzedawca zaproponował jakąś formę programu lojalnościowego?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie
18.7. Uwagi audytora dot. strategii promocyjnej:	Wymień: ----- ----- ----- ----- -----

8. JAKOŚĆ OFERTY HANDLOWEJ

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
19.1. Czy zaprezentowana oferta handlowa była różnorodna (duży wybór produktów/usług)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
19.2. Czy zaprezentowana oferta handlowa była wewnętrznie spójna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
19.3. Czy w rzeczywistej ofercie badanego przedsiębiorstwa znajdują się te elementy, o których informowany jest klient w różnego rodzaju materiałach (na witrynie, w materiałach promocyjnych, reklamowych itp. – jeżeli istnieją)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Brak materiałów promocyjnych
19.4. Czy jako klient, jesteś zadowolony z jakości przedstawionej oferty handlowej?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) Uzasadnienie: ----- -----
19.5. Czy badany przedsiębiorca oferuje inne niż gotówkowe formy zapłaty?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: ----- -----
19.6. Uwagi audytora dot. oferty handlowej:	----- ----- ----- -----

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

9. KOŃCOWA OPINIA

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
20.1. Czy jako klient, skorzystałbyś ponownie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie
20.2. Czy poleciłbyś swoim znajomym/przyjaciołom skorzystanie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie

10. BADANIE UZUPEŁNIAJĄCE

UWAGA: Badanie uzupełniające dotyczy tych przedsiębiorstw, które umożliwiają skontaktowanie się ze sobą za pośrednictwem telefonu czy Internetu.

Skontaktuj się z kwiaciarnią w dowolnie wybrany przez Ciebie sposób (jeśli liczba możliwych kanałów komunikacji jest większa) i zapytaj:

- Czy istnieje możliwość zamówienia bukietu drogą telefoniczną lub Internetową.**

21.1. W jaki inny sposób, poza wizytą, można skontaktować się z badanym przedsiębiorstwem? <i>Zaznacz wszystkie, o których wiesz.</i>	4. Telefon stacjonarny 5. Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) 6. Poczta elektroniczna 7. Strona internetowa 8. Media społecznościowe. Jakieg?..... 9. Specjalistyczne portale. Jakieg? 10. Inne. Jakieg? 11. Nie ma możliwości kontaktu innego niż wizyta (koniec badania)					
21.2. Zaznacz rodzaj wybranego kontaktu do badania uzupełniającego.	12. Telefon stacjonarny 13. Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) 14. Poczta elektroniczna 15. Strona internetowa 16. Media społecznościowe. Jakieg?..... 17. Specjalistyczne portale. Jakieg? 18. Inne. Jakieg?					
21.3. Określ szybkość reakcji badanego	8. Sprzedawca odpowiedział w tym samym dniu. 9. Sprzedawca odpowiedział w dniu następującym po próbie kontaktu. 10. Sprzedawca odpowiedział później, w dniu następującym po próbie kontaktu. 11. Sprzedawca nie odpowiedział na próbę kontaktu.					
21.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy w kontakcie innym niż twarzą w twarz. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	Stwierdzenie 1. Sprzedawca był sympatyczny . 2. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny . 3. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy . 4. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .	1	2	3	4	5

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	5. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).							
	6. Sprzedawca wyrażał się jasno .							
21.5. Uwagi audytora dot. badania uzupełniającego:	<div style="border: 1px dashed black; height: 100px;"></div>							

SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient CAFE KAMIENICA/Kawiarnia-lodziarnia WERA-VITA

INFORMACJE DOT. BADANIA:

Część 1. Obserwacja uczestnicząca

Część 2. Wypełnienie kwestionariusza

Termin badania: II poł. lipca; natychmiast po zatwierdzeniu narzędzia

Godziny obserwacji: 10:00 – 15:00

Cel wizyty: Zakup usługi/produktu

OGÓLNE UWAGI PRZED OBSERWACJĄ

19. Przed rozpoczęciem badania, upewnij się, że lokal, w którym będziesz wykonywał badanie jest czynny. Jeśli specyfika usługi tego wymaga, umów się wcześniej.
20. W drodze do badanego punktu, zwróć uwagę na jego otoczenie, przede wszystkim na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
21. Zanim wejdiesz, przyjrzyj się dokładnie witrynie i wejściu do badanego lokalu. Zwróć uwagę na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
22. Po wejściu do sklepu nie przejmuj inicjatywy. Jeśli sprzedawca nie podejmie rozmowy, zrób to, ale dopiero po upływie ok. 2 min.
23. Zwróć uwagę na wygląd osoby Cię obsługującej.
24. Zwróć uwagę na wnętrze lokalu, w którym przeprowadzasz badanie, przede wszystkim na jego czystość, ale także na oświetlenie, zapach, muzykę i rozmieszczenie przedmiotów.
25. Postaraj się zapamiętać, w jaki sposób rozpoczęła się rozmowa ze sprzedawcą.
26. Jesteś niezdecydowany. Nie informuj od razu czego potrzebujesz, to sprzedawca powinien umieć Ci doradzić.
27. Wypełnij kwestionariusz, jednak nie później niż 2h od zakończenia wizyty.

SZCZEGÓŁY ROLI

Rola obserwującego:	Klient chcący napić się kawy i zjeść deser (ciasto lub lody).
Opis roli:	Twoim celem jest wybór kawy oraz deseru. Nie jesteś pewien na co masz ochotę, więc decyzję podejmiesz dopiero po rozmowie z obsługą. Możesz poprosić o obniżoną zawartość tłuszczu w mleku do kawy.
Oczekiwania wobec sprzedawcy:	Oczekujesz zainteresowania ze strony obsługi lokalu, a także pomocy w wyborze odpowiedniej kawy i deseru. Obsługa powinna zapytać o Twoje preferencje. Poza tym istotna jest dla Ciebie wiedza sprzedawcy dotycząca rodzajów kawy, bo nie lubisz określonego jej rodzaju (np. kwaśnej i mocnej) oraz możliwych alergenów w oferowanych produktach.
O co zapytać:	Jeżeli w wyniku swobodnej rozmowy poniższe wątki się nie pojawiają, powinieneś zapytać o: Na etapie wyboru kawy: 4. Jakiego rodzaju kawa jest podawana? 5. Sprawdź, czy sprzedawca może powiedzieć coś na temat jej właściwości (np. kwasowości) Na etapie wyboru deseru:

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	<p>5. Jaki deser poleca kawiarnia?</p> <p>6. Zapytaj o skład proponowanych Ci ciast/lodów (w domyśle unikasz jakiegoś składnika).</p> <p>7. Zapytaj o świeżość ciasta, a jeśli nie uzyskasz szczegółowej odpowiedzi – dopytaj kiedy zostało przygotowane.</p>
Zakończenie wizyty:	Płacisz za zakupione produkty. Zwróć uwagę, czy kawiarnia oferowała możliwość płatności kartą.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

KWESTIONARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT CAFÉ KAMIENICA/KAWIARNIO-LODZIARNIA WERA-VITA

NAZWA BADANEGO PRZEDSIĘBIORSTWA	CAFÉ KAMIENICA, 3 Maja 32 /Kawiarnio-lodziarnia WERA-VITA 3 Maja 6*
DATA WIZYTY	... Lipca 2018
GODZINA ROZPOCZĘCIA WIZYTY	... : ...
CZAS TRWANIA WIZYTY	... min

*niepotrzebne skreślić.

Proszę o zaznaczenie odpowiedzi za pomocą znaku X w odpowiednim miejscu. W przypadku chęci wyrażenia swojej opinii poza przygotowanymi pytaniami, proszę o uzupełnienie rubryki „uwagi audytora” zamieszczonej pod każdym z bloków tematycznych.

H. ESTETYKA PRZESTRZENI ZEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ																																										
1. OCENA NAJBLIŻSZEGO OTOCZENIA LOKALU	<p>1.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. najbliższej przestrzeni odwiedzanego lokalu. Najbliższa okolica to przestrzeń miejska bezpośrednio przed wejściem do lokalu.</p> <p>Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Stwierdzenie</th> <th style="width: 5%;">1</th> <th style="width: 5%;">2</th> <th style="width: 5%;">3</th> <th style="width: 5%;">4</th> <th style="width: 5%;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>8. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>9. Otoczenie lokalu jest zadbane.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>10. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>11. Otoczenie wygląda na bezpieczne.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>12. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	7. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.						8. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .						9. Otoczenie lokalu jest zadbane .						10. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .						11. Otoczenie wygląda na bezpieczne .						12. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
7. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.																																												
8. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .																																												
9. Otoczenie lokalu jest zadbane .																																												
10. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .																																												
11. Otoczenie wygląda na bezpieczne .																																												
12. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .																																												
1.2. Uwagi audytora dot. otoczenia lokalu																																												
2. OCENA FRONTU LOKALU	2.1. Czy elewacja lokalu jest czysta?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border-bottom: 1px dashed black; height: 20px; width: 100%;"></div>																																										
	2.2. Czy stan elewacji zachęca do wejścia do lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border-bottom: 1px dashed black; height: 20px; width: 100%;"></div>																																										
	2.3. Czy na froncie budynku widnieje szyld badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 2.5)																																										

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	2.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. szyldu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr> <td>4. Szyld jest dobrze widoczny, nawet z daleka.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>5. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>6. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	4. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.						5. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.						6. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																							
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	4. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.																																											
	5. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.																																											
	6. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																																											
2.5. Czy na froncie lokalu znajdują się inne elementy, takie jak inne reklamy/ogłoszenia?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____																																											
2.6. Czy front lokalu, tj. jego styl, jest spójny z pozostałymi lokalami na ulicy?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____																																											
2.7. Czy na drzwiach lokalu w sposób jasny przedstawiono godziny jego otwarcia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																											
2.8. Uwagi audytora dot. frontu lokalu	_____ _____ _____ _____																																											
19. OCENA WITRYNY LOKALU	10.1. Czy lokal posiada witrynę?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 4.1</i>)																																										
	10.2. Czy z ulicy można dostrzec środek lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 3.4.</i>)																																										
	10.3. Czy z perspektywy ulicy, widać zaplecze lub inne elementy, które nie powinny być dostrzegalne dla klientów (np. przestrzeń pod ladą)?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____																																										
	10.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. witryny odwiedzanego lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr> <td>7. Witryna lokalu jest czysta.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>8. Witryna lokalu jest uporządkowana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>9. Witryna lokalu jest zadbana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>10. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>11. Witryna jest nowoczesna.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>12. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	7. Witryna lokalu jest czysta .						8. Witryna lokalu jest uporządkowana .						9. Witryna lokalu jest zadbana .						10. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .						11. Witryna jest nowoczesna .						12. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	7. Witryna lokalu jest czysta .																																											
8. Witryna lokalu jest uporządkowana .																																												
9. Witryna lokalu jest zadbana .																																												
10. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .																																												
11. Witryna jest nowoczesna .																																												
12. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.																																												
10.5. Uwagi audytora dot. witryny lokalu	_____ _____ _____ _____																																											

I. ESTETYKA PRZESTRZENI WEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
4. ZAPACH	4.1. Czy w badanym lokalu był wyczuwalny jakiś zapach?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <i>Źródło:</i> _____ _____
	4.2. Czy zapach, który był wyczuwalny, był przyjemny?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
5. MUZYKA	5.1. Czy w lokalu grała muzyka?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <i>Źródło:</i> _____ _____
	5.2. Czy poziom głośności muzyki w lokalu przeszkadzał w wizycie?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
6. ŚWIATŁO	6.1. Czy w lokalu było jasno?	<input type="checkbox"/> Było zbyt jasno <input type="checkbox"/> Było odpowiednio jasno <input type="checkbox"/> Było zbyt ciemno
12. TEMPERATURA	12.1. Jaka temperatura panowała w lokalu?	<input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt wysoka <input type="checkbox"/> Temperatura była odpowiednia <input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt niska
8. DOSTĘPNOŚĆ ELEMENTÓW REKLAMOWYCH	8.1. Czy w pomieszczeniu były dostępne jakieś elementy reklamowe dot. proponowanych produktów/usług?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____ _____
9. WYPOSAŻENIE I ROZKŁAD POMIESZCZENIA	9.1. Czy wyposażenie lokalu było zadbane (tj. meble nie nosiły oznak zużycia)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____
	9.2. Czy rozmieszczenie przedmiotów w lokalu pozwalało na swobodę poruszania się (tj. nie było przeszkód utrudniających poruszanie się, np. kabli, skrzyń, produktów na ziemi, śmieci)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	9.3. Czy produkty (jeśli dotyczy) były łatwo dostępne, tj. na wyciągnięcie ręki?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowieź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Nie dotyczy Uzasadnienie: _____																																																						
11. OGÓLNA OCENA WNĘTRZA	10.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. wnętrza lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>16. Przestrzeń lokalu była nowoczesna.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>17. Przestrzeń lokalu była zadbana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>18. Przestrzeń lokalu była czysta.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>19. Przestrzeń lokalu była uporządkowana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>20. Przestrzeń lokalu była bezpieczna.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>21. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>22. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	15. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.						16. Przestrzeń lokalu była nowoczesna .						17. Przestrzeń lokalu była zadbana .						18. Przestrzeń lokalu była czysta .						19. Przestrzeń lokalu była uporządkowana .						20. Przestrzeń lokalu była bezpieczna .						21. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .						22. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																																		
	15. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.																																																							
	16. Przestrzeń lokalu była nowoczesna .																																																							
	17. Przestrzeń lokalu była zadbana .																																																							
	18. Przestrzeń lokalu była czysta .																																																							
	19. Przestrzeń lokalu była uporządkowana .																																																							
	20. Przestrzeń lokalu była bezpieczna .																																																							
	21. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .																																																							
	22. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.																																																							
10.2. Uwagi audytora dot. wnętrza lokalu	_____ _____ _____ _____																																																							

J. JAKOŚĆ OBSŁUGI

	PYTANIE	ODPOWIEŹ
13. INICJOWANIE KONTAKTU	13.1. Czy audytor został zauważony w ciągu pierwszych 10 sek. od wejścia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	13.2. Czy w czasie, gdy wchodziłeś/aś, obsługa zachowywała się właściwie? (Przykłady niewłaściwych zachowań: rozmawianie przez telefon o sprawach prywatnych, jedzenie lub picie, rozmowa z kolegami z pracy i nie zwracanie uwagi na wchodzących klientów.)	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____ _____
	13.3. Kto zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> Klient (przejdź do pyt. 11.5) <input type="checkbox"/> Sprzedawca
	13.4. Po jakim czasie sprzedawca zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> 0-30 s. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 30 s. -1 min. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 1 min.-2 min.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	13.5. Co było powodem dłuższego oczekiwania na obsługę?	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>																						
	13.6. Czy sprzedawca powitał Cię z uśmiechem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																						
	13.7. Czy sprzedawca zaoferował pomoc i zaprosił do rozpoczęcia rozmowy (np. słowami „w czym mogę pomóc”)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																						
	13.8. Jak oceniasz szybkość reakcji sprzedawcy?	<input type="checkbox"/> Dobrze <input type="checkbox"/> Źle <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																						
14. WYGLĄD SPRZEDAWCY	14.1. Czy wygląd sprzedawcy był adekwatny (stosowny) do miejsca, w którym pracuje?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowieź uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>																						
	14.2. Czy wygląd sprzedawcy zachęcał do zakupu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowieź uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>																						
14. PRZEBIEG ROZMOWY	14.1. Czy sprzedawca utrzymywał kontakt wzrokowy przez większość wizyty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																						
	14.2. Czy sprzedawca aktywnie słuchał (dawał znać, że słucha, np. poprzez potakiwanie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																						
	14.3. Czy sprzedawca zapytał Cię o Twoje potrzeby/preferencje/oczekiwania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																						
	14.4. Ile ofert (przedmiotów/usług) przedstawił Ci sprzedawca?	<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 2-3 <input type="checkbox"/> pow. 3																						
	14.5. Czy sprzedawca, kiedy proponował ofertę, odwoływał się do Twoich potrzeb i wypowiedzi?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																						
	14.6. Czy sprzedawca mówił o korzyściach płynących z wyboru poszczególnej oferty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																						
	14.7. Czy po dokonaniu wyboru, sprzedawca zapytał, czy jesteś zadowolony?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																						
W A S	14.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>12. Sprzedawca był sympatyczny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>13. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Stwierdzenie	1	2	3	4	5	12. Sprzedawca był sympatyczny .						13. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																		
	12. Sprzedawca był sympatyczny .																							
13. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																								

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	14. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.					
		15. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.					
		16. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.					
		17. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).					
		18. Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb.					
		19. Sprzedawca wyrażał się jasno.					
		20. Sprzedawca był kompetentny.					
		21. Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę.					
		22. Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.					
15. WIEDZA SPRZEDAWCY	15.1. Czy uzyskałeś/aś satysfakcjonującą odpowiedź na zadane pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij) Uzasadnienie: ----- ----- ----- -----					
	15.2. Czy sprzedawca sprawnie i rzeczowo odpowiadał na zadane przez Ciebie pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	15.3. Czy sprzedawca odpowiadał na pytania z pamięci (tj. był przygotowany merytorycznie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
16. SPRAWNOŚĆ OBSŁUGI	16.1. Jak oceniasz długość czasu poświęconego przez sprzedawcę na rozwiązanie Twojego problemu?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi za mało czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi odpowiednią ilość czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi zbyt długą ilość czasu					
	16.2. Czy w czasie wizyty wydarzyło się coś, co niepotrzebnie wydłużyło jej trwanie?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: ----- -----					
18. ZAKOŃCZENIE ROZMOWY	18.1. Czy sprzedawca, po dokonaniu wyboru zapytał, czy istnieją jeszcze jakieś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	18.2. Czy sprzedawca zachęcił do dalszego kontaktu w razie jakichś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	18.3. Czy sprzedawca poprosił klienta o podanie kontaktu, aby móc się z klientem następnie	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

skontaktować?				
18.4. W jaki sposób klient otrzymał namiary na sprzedawcę?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca z własnej inicjatywy pozostawił na sobie (firmę) namiary.	<input type="checkbox"/> Sprzedawca pozostawił na sobie (firmę) namiary po prośbie klienta.	<input type="checkbox"/> Klient nie otrzymał żadnego kontaktu do sprzedawcy (wyjaśnij, dlaczego)	
	Wyjaśnienie: _____ _____ _____			
18.5. Czy sprzedawca słownie pożegnał się z klientem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie			
17.6. Uwagi audytora dot. jakości obsługi:	_____ _____ _____ _____			

K. STRATEGIA PROMOCYJNA

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
18. STRATEGIA PROMOCYJNA	18.1. Czy w trakcie wizyty spotkałeś się z jakąś formą reklamy/promocji badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień z jakimi) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: _____ _____
	18.2. Czy w czasie wizyty sprzedawca zaproponował jakąś formę oferty promocyjnej?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pytania 17.5) Wymień: _____ _____
	18.3. Czy wydała Ci się ona atrakcyjna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____
	18.4. Czy oferty (produkty) promocyjne wyraźnie odróżniały się od pozostałych (np. były inaczej oznaczone)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	18.5. Czy jakiś element stroju sprzedawcy zawierał element identyfikujący jego firmę (np. strój służbowy)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	18.6. Czy sprzedawca zaproponował jakąś formę programu lojalnościowego?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----
	18.7. Uwagi audytora dot. strategii promocyjnej:	----- ----- ----- -----

L. JAKOŚĆ OFERTY HANDLOWEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
19. OFERTA HANDLOWA	19.1. Czy zaprezentowana oferta handlowa była różnorodna (duży wybór produktów/usług)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.2. Czy zaprezentowana oferta handlowa była wewnętrznie spójna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.3. Czy w rzeczywistej ofercie badanego przedsiębiorstwa znajdują się te elementy, o których informowany jest klient w różnego rodzaju materiałach (na witrynie, w materiałach promocyjnych, reklamowych itp. – jeżeli istnieją)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Brak materiałów promocyjnych
	19.4. Czy jako klient, jesteś zadowolony z jakości przedstawionej oferty handlowej?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- -----
	19.5. Czy badany przedsiębiorca oferuje inne niż gotówkowe formy zapłaty?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----
	19.6. Uwagi audytora dot. oferty handlowej:	----- ----- ----- -----

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

M. KOŃCOWA OPINIA

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
20.1. Czy jako klient, skorzystałbyś ponownie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie
20.2. Czy poleciłbyś swoim znajomym/przyjaciołom skorzystanie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie

N. BADANIE UZUPEŁNIAJĄCE

UWAGA: Badanie uzupełniające dotyczy tych przedsiębiorstw, które umożliwiają skontaktowanie się ze sobą za pośrednictwem telefonu czy Internetu.

Skontaktuj się z kawiarnią w dowolnie wybrany przez Ciebie sposób (jeśli liczba możliwych kanałów komunikacji jest większa) i zapytaj:

- Czy istnieje możliwość zamówienia (i ew. dowozu pod wskazany adres) ciasta na przyjęcie**

21.1. W jaki inny sposób, poza wizytą, można skontaktować się z badanym przedsiębiorstwem? <i>Zaznacz wszystkie, o których wiesz.</i>	<input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakieg?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakieg? <input type="checkbox"/> Inne. Jakieg? <input type="checkbox"/> Nie ma możliwości kontaktu innego niż wizyta (<i>koniec badania</i>)																																			
21.2. Zaznacz rodzaj wybranego kontaktu do badania uzupełniającego.	<input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakieg?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakieg? <input type="checkbox"/> Inne. Jakieg?																																			
21.3. Określ szybkość reakcji badanego	<input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział w tym samym dniu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział w dniu następującym po próbie kontaktu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział później, w dniu następującym po próbie kontaktu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca nie odpowiedział na próbę kontaktu.																																			
21.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy w kontakcie innym niż twarzą w twarz. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7. Sprzedawca był sympatyczny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>8. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>9. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>10. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	7. Sprzedawca był sympatyczny .						8. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .						9. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .						10. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .										
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																															
7. Sprzedawca był sympatyczny .																																				
8. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																																				
9. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .																																				
10. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .																																				

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	11. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).								
21.5. Uwagi audytora dot. badania uzupełniającego:	12. Sprzedawca wyrażał się jasno .								

SCENARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient LADY'S MAKE UP i ATELIER URODY

INFORMACJE DOT. BADANIA:

Część 1. Obserwacja uczestnicząca

Część 2. Wypełnienie kwestionariusza

Termin badania: II poł. lipca; natychmiast po zatwierdzeniu narzędzia

Godziny obserwacji: 10:00 – 15:00

Cel wizyty: Zakup usługi/produktu

OGÓLNE UWAGI PRZED OBSERWACJĄ

28. Przed rozpoczęciem badania, upewnij się, że lokal, w którym będziesz wykonywał badanie jest czynny. Jeśli specyfika usługi tego wymaga, umów się wcześniej.
29. W drodze do badanego punktu, zwróć uwagę na jego otoczenie, przede wszystkim na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
30. Zanim wejdziesz, przyjrzyj się dokładnie witrynie i wejściu do badanego lokalu. Zwróć uwagę na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
31. Po wejściu do sklepu nie przejmuj inicjatywy. Jeśli sprzedawca nie podejmie rozmowy, zrób to, ale dopiero po upływie ok. 2 min.
32. Zwróć uwagę na wygląd osoby Cię obsługującej.
33. Zwróć uwagę na wnętrze lokalu, w którym przeprowadzasz badanie, przede wszystkim na jego czystość, ale także na oświetlenie, zapach, muzykę i rozmieszczenie przedmiotów.
34. Postaraj się zapamiętać, w jaki sposób rozpoczęła się rozmowa ze sprzedawcą.
35. Jesteś niezdecydowany. Nie informuj od razu czego potrzebujesz, to sprzedawca powinien umieć Ci doradzić.
36. Wypełnij kwestionariusz, jednak nie później niż 2h od zakończenia wizyty.

UWAGA: TO BADANIE WYMAGA WCZEŚNIEJSZEGO UMÓWIENIA SIĘ NA WIZYTĘ

UWAGA: TERMIN SPRZEDAWCA ZASTOSOWANY W KWESTIONARIUSZU NALEŻY ROZUMIEĆ SZEROKO. W PRZYPADKU SALONÓW KOSMETYCZNYCH OZNACZA ON OBSŁUGĘ SALONU.

SZCZEGÓŁY ROLI

Rola obserwującego:	Klientka chcąca wystylizować paznokcie na zbliżający się ślub i wesele koleżanki.
Opis roli:	Wkrótce jest ślub i wesele Twojej koleżanki. Jako gość weselny, chciałabyś profesjonalnie wystylizować paznokcie. Pod uwagę bierzesz jedynie pomalowanie płytki lakierem i niezbędne przy tym zabiegi (nie bierzesz pod uwagę paznokci hybrydowych, tytanowych itd.) Nie masz konkretnego pomysłu na kolor czy wzór na paznokciu, więc zdasz się na wiedzę i rozeznanie kosmetyczki. Dodatkowo chciałabyś wiedzieć, w jaki sposób odpowiednio pielęgnować swoje paznokcie w domu. Uwaga: Kosmetyczka może zapytać o szczegóły dotyczące ubioru weselnego.
Oczekiwania	Oczekujesz zainteresowania kosmetyczki oraz dopasowania wybranej stylizacji do Twoich preferencji,

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

wobec sprzedawcy:	a także okazji i stroju. Co więcej oczekujesz porady w kwestii wzmacniania płytki paznokcia domowymi sposobami.
O co zapytać:	<p>Jeżeli w wyniku swobodnej rozmowy poniższe wątki się nie pojawiają, powinnaś zapytać o:</p> <p>Na etapie realizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> 13. Poproś o jakieś przykłady aktualnych stylizacji paznokci. Dowiedz się, czy salon posiada galerię zdjęć itp. swoich stylizacji. 14. Zapytaj o trwałość lakieru, a także zapytaj o polecenie najtrwalszych rozwiązań. 15. Zapytaj o propozycję pielęgnacji trudnych, kruchych paznokci. <p>Po realizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> 23. Zapytaj o możliwość wykupienia vouchera dla bliskiej Ci osoby. 24. Zapytaj o możliwość płatności kartą.
Zakończenie wizyty:	Zwróć uwagę na to, czy poza realizowaną usługą, kosmetyczka zachęciła Cię do skorzystania z innych, zbliżonych. Zapłać za usługę.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

KWESTIONARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT

LADY'S MAKE UP I ATELIER URODY

NAZWA BADANEGO PRZEDSIĘBIORSTWA	Lady's make up ul. 3 Maja 19/Atelier Urody 3 Maja 6*
DATA WIZYTY Lipca 2018
GODZINA ROZPOCZĘCIA WIZYTY :
CZAS TRWANIA WIZYTY min

*niepotrzebne skreślić.

Proszę o zaznaczenie odpowiedzi za pomocą znaku X w odpowiednim miejscu. W przypadku chęci wyrażenia swojej opinii poza przygotowanymi pytaniami, proszę o uzupełnienie rubryki „uwagi audytora” zamieszczonej pod każdym z bloków tematycznych.

O. ESTETYKA PRZESTRZENI ZEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ																																										
1. OCENA NAJBLIŻSZEGO OTOCZENIA LOKALU	1.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. najbliższej przestrzeni odwiedzanego lokalu. Najbliższa okolica to przestrzeń miejska bezpośrednio przed wejściem do lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 60%;">Stwierdzenie</th> <th style="width: 5%;">1</th> <th style="width: 5%;">2</th> <th style="width: 5%;">3</th> <th style="width: 5%;">4</th> <th style="width: 5%;">5</th> </tr> <tr> <td>13. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>14. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>15. Otoczenie lokalu jest zadbane.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>16. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>17. Otoczenie wygląda na bezpieczne.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>18. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne.</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	13. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.						14. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .						15. Otoczenie lokalu jest zadbane .						16. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .						17. Otoczenie wygląda na bezpieczne .						18. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					
		Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																					
		13. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.																																										
		14. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .																																										
		15. Otoczenie lokalu jest zadbane .																																										
		16. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .																																										
	17. Otoczenie wygląda na bezpieczne .																																											
18. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .																																												
1.2. Uwagi audytora dot. otoczenia lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																											
2. OCENA FRONTU LOKALU	2.1. Czy elewacja lokalu jest czysta?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____																																										
	2.2. Czy stan elewacji zachęca do wejścia do lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____																																										
	2.3. Czy na froncie budynku widnieje szyld badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 2.5)																																										

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	2.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. szyldu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7. Szyld jest dobrze widoczny, nawet z daleka.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>8. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>9. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	7. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.						8. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.						9. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																							
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	7. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.																																											
	8. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.																																											
	9. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																																											
2.5. Czy na froncie lokalu znajdują się inne elementy, takie jak inne reklamy/ogłoszenia?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: _____																																											
2.6. Czy front lokalu, tj. jego styl, jest spójny z pozostałymi lokalami na ulicy?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____																																											
2.7. Czy na drzwiach lokalu w sposób jasny przedstawiono godziny jego otwarcia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																											
2.8. Uwagi audytora dot. frontu lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>																																											
20. OCENA WITRYNY LOKALU	10.6. Czy lokal posiadał witrynę?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 4.1)																																										
	10.7. Czy z ulicy można dostrzec środek lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 3.4.)																																										
	10.8. Czy z perspektywy ulicy, widać zaplecze lub inne elementy, które nie powinny być dostrzegalne dla klientów (np. przestrzeń pod ladą)?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: _____																																										
	10.9. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. witryny odwiedzanego lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Witryna lokalu jest czysta.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Witryna lokalu jest uporządkowana.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Witryna lokalu jest zadbana.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Witryna jest nowoczesna.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	1. Witryna lokalu jest czysta .						2. Witryna lokalu jest uporządkowana .						3. Witryna lokalu jest zadbana .						4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .						5. Witryna jest nowoczesna .						6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
1. Witryna lokalu jest czysta .																																												
2. Witryna lokalu jest uporządkowana .																																												
3. Witryna lokalu jest zadbana .																																												
4. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .																																												
5. Witryna jest nowoczesna .																																												
6. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.																																												
10.10. Uwagi audytora dot. witryny lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>																																											

P. ESTETYKA PRZESTRZENI WEWNĘTRZNEJ

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
---------	-----------

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

4. ZAPACH	4.1. Czy w badanym lokalu był wyczuwalny jakiś zapach?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <u>Źródło:</u> _____ _____																
	4.2. Czy zapach, który był wyczuwalny, był przyjemny?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																
5. MUZYKA	5.1. Czy w lokalu grała muzyka?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <u>Źródło:</u> _____ _____																
	5.2. Czy poziom głośności muzyki w lokalu przeszkadzał w wizycie?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																
6. ŚWIATŁO	6.1. Czy w lokalu było jasno?	<input type="checkbox"/> Było zbyt jasno <input type="checkbox"/> Było odpowiednio jasno <input type="checkbox"/> Było zbyt ciemno																
13. TEMPERATURA	13.1. Jaka temperatura panowała w lokalu?	<input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt wysoka <input type="checkbox"/> Temperatura była odpowiednia <input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt niska																
8. DOSTĘPNOŚĆ ELEMENTÓW REKLAMOWYCH	8.1. Czy w pomieszczeniu były dostępne jakieś elementy reklamowe dot. proponowanych produktów/usług?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <u>Wymień:</u> _____ _____																
9. WYPOSAŻENIE I ROZKŁAD POMIESZCZENIA	9.1. Czy wyposażenie lokalu było zadbane (tj. meble nie nosiły oznak zużycia)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <u>Uzasadnienie:</u> _____ _____																
	9.2. Czy rozmieszczenie przedmiotów w lokalu pozwalało na swobodę poruszania się (tj. nie było przeszkód utrudniających poruszanie się, np. kabli, skrzyń, produktów na ziemi, śmieci)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <u>Uzasadnienie:</u> _____ _____																
	9.3. Czy produkty (jeśli dotyczy) były łatwo dostępne, tj. na wyciągnięcie ręki?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Nie dotyczy <u>Uzasadnienie:</u> _____ _____																
E N	10.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. wnętrza	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Stwierdzenie	1	2	3	4	5	4. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5												
4. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.																		

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

lokal. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	5. Przestrzeń lokalu była nowoczesna .						
	6. Przestrzeń lokalu była zadbana .						
	7. Przestrzeń lokalu była czysta .						
	8. Przestrzeń lokalu była uporządkowana .						
	9. Przestrzeń lokalu była bezpieczna .						
	10. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .						
	11. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.						
	10.2. Uwagi audytora dot. wnętrza lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>					

Q. JAKOŚĆ OBSŁUGI

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
15. INICJOWANIE KONTAKTU	15.1. Czy audytor został zauważony w ciągu pierwszych 10 sek. od wejścia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	15.2. Czy w czasie, gdy wchodziłeś/aś, obsługa zachowywała się właściwie? (Przykłady niewłaściwych zachowań: rozmawianie przez telefon o sprawach prywatnych, jedzenie lub picie, rozmowa z kolegami z pracy i nie zwracanie uwagi na wchodzących klientów.)	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> <div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>
	15.3. Kto zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> Klient (<i>przejdź do pyt. 11.5</i>) <input type="checkbox"/> Sprzedawca
	15.4. Po jakim czasie sprzedawca zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> 0-30 s. (<i>przejdź do pyt. 11.6</i>) <input type="checkbox"/> 30 s. -1 min. (<i>przejdź do pyt. 11.6</i>) <input type="checkbox"/> 1 min. -2 min.
	15.5. Co było powodem dłuższego oczekiwania na obsługę?	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>
	15.6. Czy sprzedawca powitał Cię z uśmiechem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	15.7. Czy sprzedawca zaoferował pomoc i zaprosił do rozpoczęcia rozmowy (np. słowami „w czym mogę pomóc”)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	15.8. Jak oceniasz szybkość reakcji sprzedawcy?	<input type="checkbox"/> Dobrze	<input type="checkbox"/> Źle	<input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć			
16. WYGLĄD SPRZEDAWCY	16.1. Czy wygląd sprzedawcy był adekwatny (stosowny) do miejsca, w którym pracuje?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----					
	16.2. Czy wygląd sprzedawcy zachęcał do zakupu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----					
15. PRZEBIEG ROZMOWY	15.1. Czy sprzedawca utrzymywał kontakt wzrokowy przez większość wizyty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	15.2. Czy sprzedawca aktywnie słuchał (dawał znać, że słucha, np. poprzez potakiwanie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	15.3. Czy sprzedawca zapytał Cię o Twoje potrzeby/preferencje/oczekiwania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	15.4. Ile ofert (przedmiotów/usług) przedstawił Ci sprzedawca?	<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 2-3 <input type="checkbox"/> pow. 3					
	15.5. Czy sprzedawca, kiedy proponował ofertę, odwoływał się do Twoich potrzeb i wypowiedzi?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	15.6. Czy sprzedawca mówił o korzyściach płynących z wyboru poszczególnej oferty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	15.7. Czy po dokonaniu wyboru, sprzedawca zapytał, czy jesteś zadowolony?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
14. POSTAWA SPRZEDAWCY	14.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	Stwierdzenie	1	2	3	4	5
		23. Sprzedawca był sympatyczny .					
		24. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .					
		25. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .					
		26. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .					
		27. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.					
		28. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).					
		29. Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb .					

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

		30. Sprzedawca wyrażał się jasno .						
		31. Sprzedawca był kompetentny .						
		32. Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę .						
		33. Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.						
15. WIEDZA SPRZEDAWCY	15.1. Czy uzyskałeś/aś satysfakcjonującą odpowiedź na zadane pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----						
	15.2. Czy sprzedawca sprawnie i rzeczowo odpowiadał na zadane przez Ciebie pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	15.3. Czy sprzedawca odpowiadał na pytania z pamięci (tj. był przygotowany merytorycznie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
16. SPRAWNOŚĆ OBSŁUGI	16.1. Jak oceniasz długość czasu poświęconego przez sprzedawcę na rozwiązanie Twojego problemu?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi za mało czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi odpowiednią ilość czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi zbyt długą ilość czasu						
	16.2. Czy w czasie wizyty wydarzyło się coś, co niepotrzebnie wydłużyło jej trwanie?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----						
19. ZAKOŃCZENIE ROZMOWY	19.1. Czy sprzedawca, po dokonaniu wyboru zapytał, czy istnieją jeszcze jakieś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	19.2. Czy sprzedawca zachęcił do dalszego kontaktu w razie jakichś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	19.3. Czy sprzedawca poprosił klienta o podanie kontaktu, aby móc się z klientem następnie skontaktować?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	19.4. W jaki sposób klient otrzymał namiary na sprzedawcę?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca z własnej inicjatywy pozostawił na sobie (firmę) namiary. <input type="checkbox"/> Sprzedawca pozostawił na sobie (firmę) namiary po prośbie klienta. <input type="checkbox"/> Klient nie otrzymał żadnego kontaktu do sprzedawcy (<i>wyjaśnij, dlaczego</i>) <i>Wyjaśnienie:</i> ----- ----- -----						

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

19.5. Czy sprzedawca słownie pożegnał z klientem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
17.6. Uwagi audytora dot. jakości obsługi:	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>

R. STRATEGIA PROMOCYJNA

	PYTANIE	ODPOWIEŹ
18. STRATEGIA PROMOCYJNA	18.1. Czy w trakcie wizyty spotkałeś się z jakąś formą reklamy/promocji badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień z jakimi) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: <div style="border: 1px dashed black; height: 20px;"></div>
	18.2. Czy w czasie wizyty sprzedawca zaproponował jakąś formę oferty promocyjnej?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pytania 17.5) Wymień: <div style="border: 1px dashed black; height: 20px;"></div>
	18.3. Czy wydała Ci się ona atrakcyjna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowieź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowieź uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border: 1px dashed black; height: 20px;"></div>
	18.4. Czy oferty (produkty) promocyjne wyraźnie odróżniały się od pozostałych (np. były inaczej oznaczone)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	18.5. Czy jakiś element stroju sprzedawcy zawierał element identyfikujący jego firmę (np. strój służbowy)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	18.6. Czy sprzedawca zaproponował jakąś formę programu lojalnościowego?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: <div style="border: 1px dashed black; height: 20px;"></div>
	18.7. Uwagi audytora dot. strategii promocyjnej:	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

S. JAKOŚĆ OFERTY HANDLOWEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
19. OFERTA HANDLOWA	19.1. Czy zaprezentowana oferta handlowa była różnorodna (duży wybór produktów/usług)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.2. Czy zaprezentowana oferta handlowa była wewnętrznie spójna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.3. Czy w rzeczywistej ofercie badanego przedsiębiorstwa znajdują się te elementy, o których informowany jest klient w różnego rodzaju materiałach (na witrynie, w materiałach promocyjnych, reklamowych itp. – jeżeli istnieją)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Brak materiałów promocyjnych
	19.4. Czy jako klient, jesteś zadowolony z jakości przedstawionej oferty handlowej?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> -----
	19.5. Czy badany przedsiębiorca oferuje inne niż gotówkowe formy zapłaty?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> -----
	19.6. Uwagi audytora dot. oferty handlowej:	----- ----- ----- -----

T. KOŃCOWA OPINIA

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
20.1. Czy jako klient, skorzystałbyś ponownie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie
20.2. Czy poleciłbyś swoim znajomym/przyjaciołom skorzystanie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie

U. BADANIE UZUPEŁNIAJĄCE

UWAGA: Badanie uzupełniające dotyczy tych przedsiębiorstw, które umożliwiają skontaktowanie się ze sobą za pośrednictwem telefonu czy Internetu.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

Skontaktuj się z salonem w dowolnie wybrany przez Ciebie sposób (jeśli liczba możliwych kanałów komunikacji jest większa). Badanie uzupełniające może zostać przeprowadzone dwoma scenariuszami:

- a) **Umówienie się na wizytę (przed badaniem).** Zapytaj o możliwe terminy, poinformuj o celu wizyty i upewnij się, że usługa, której oczekujesz jest w ofercie salonu oraz dowiedz się, w jakiej jest cenie.
- b) **Zapytaj o możliwość wykonania henny na brwi.** Dopytaj o używane składniki, czas i cenę wykonania.

<p>21.1. W jaki inny sposób, poza wizytą, można skontaktować się z badanym przedsiębiorstwem? <i>Zaznacz wszystkie, o których wiesz.</i></p>	<input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakiej?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakiej? <input type="checkbox"/> Inne. Jakiej? <input type="checkbox"/> Nie ma możliwości kontaktu innego niż wizyta (<i>koniec badania</i>)																																										
<p>21.2. Zaznacz rodzaj wybranego kontaktu do badania uzupełniającego.</p>	<input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakiej?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakiej? <input type="checkbox"/> Inne. Jakiej?																																										
<p>21.3. Określ szybkość reakcji badanego</p>	<input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział w tym samym dniu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział w dniu następującym po próbie kontaktu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca odpowiedział później, w dniu następującym po próbie kontaktu. <input type="checkbox"/> Sprzedawca nie odpowiedział na próbę kontaktu.																																										
<p>21.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy w kontakcie innym niż twarzą w twarz.</p> <p>Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sprzedawca był sympatyczny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sprzedawca wyrażał się jasno.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Sprzedawca był sympatyczny .						<input type="checkbox"/> Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .						<input type="checkbox"/> Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .						<input type="checkbox"/> Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .						<input type="checkbox"/> Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).						<input type="checkbox"/> Sprzedawca wyrażał się jasno .					
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
<input type="checkbox"/> Sprzedawca był sympatyczny .																																											
<input type="checkbox"/> Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																																											
<input type="checkbox"/> Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .																																											
<input type="checkbox"/> Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .																																											
<input type="checkbox"/> Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).																																											
<input type="checkbox"/> Sprzedawca wyrażał się jasno .																																											
<p>21.5. Uwagi audytora dot. badania uzupełniającego:</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 100px;"></div>																																										

SCENARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT VERONIQUE – KONFEKCJA DAMSKA/SKLEP ODZIEŻOWY ‘MADAM’

INFORMACJE DOT. BADANIA:

Część 1. Obserwacja uczestnicząca

Część 2. Wypełnienie kwestionariusza

Termin badania: II poł. lipca; natychmiast po zatwierdzeniu narzędzia

Godziny obserwacji: 10:00 – 15:00

Cel wizyty: Zakup usługi/produktu

OGÓLNE UWAGI PRZED OBSERWACJĄ

37. Przed rozpoczęciem badania, upewnij się, że lokal, w którym będziesz wykonywał badanie jest czynny. Jeśli specyfika usługi tego wymaga, umów się wcześniej.
38. W drodze do badanego punktu, zwróć uwagę na jego otoczenie, przede wszystkim na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
39. Zanim wejdiesz, przyjrzyj się dokładnie witrynie i wejściu do badanego lokalu. Zwróć uwagę na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
40. Po wejściu do sklepu nie przejmuj inicjatywy. Jeśli sprzedawca nie podejmie rozmowy, zrób to, ale dopiero po upływie ok. 2 min.
41. Zwróć uwagę na wygląd osoby Cię obsługującej.
42. Zwróć uwagę na wnętrze lokalu, w którym przeprowadzasz badanie, przede wszystkim na jego czystość, ale także na oświetlenie, zapach, muzykę i rozmieszczenie przedmiotów.
43. Postaraj się zapamiętać, w jaki sposób rozpoczęła się rozmowa ze sprzedawcą.
44. Jesteś niezdecydowany. Nie informuj od razu czego potrzebujesz, to sprzedawca powinien umieć Ci doradzić.
45. Wypełnij kwestionariusz, jednak nie później niż 2h od zakończenia wizyty.

SZCZEGÓŁY ROLI

Rola obserwującego:	Klientka poszukująca kreacji dla siebie lub (jeśli to niemożliwe) dla wybranej bliskiej osoby.
Opis roli:	Poszukujesz kreacji dla siebie lub wybranej bliskiej Ci osoby (okazja i osoba zależy od zaopatrzenia sklepu). Nie masz sprecyzowanych oczekiwań. Masz też pewne wątpliwości co do tego, który krój i kolor byłby odpowiedni.
Oczekiwania wobec sprzedawcy:	Oczekujesz zainteresowania ze strony sprzedawcy, a w szczególności porady dot. koloru ubrania czy kroju do wskazanego przez siebie typu figury. Ponadto liczysz na to, że sprzedawca będzie potrafił odpowiedzieć na Twoje pytania dot. tkanin i ich pielęgnacji.
O co zapytać:	Jeżeli w wyniku swobodnej rozmowy poniższe wątki się nie pojawiają, powinieneś zapytać o: Na etapie wyboru kreacji: <ul style="list-style-type: none"> • Co jest aktualnie modne – jakie materiały i kroje? • Jaki krój będzie najlepszy dla wskazanej przez Ciebie sylwetki? • Jaki kolor będzie najlepszy dla wskazanej przez Ciebie cery?

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	<p>Po wyborze kreacji:</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Zapytaj o materiał, z jakiego rzecz jest wykonana i jego właściwości, np. czy skóra w nim oddycha. 7. Zapytaj o pielęgnację ubrania – szczegóły dotyczące prania i prasowania. 8. Zapytaj czy jest możliwość zabrania rzeczy i przymierzenia w domu. 9. Zapytaj o warunki zwrotu zakupionej odzieży. 10. Zapytaj o możliwość płatności kartą.
Zakończenie wizyty:	<p>Dziękujesz za wszystkie informacje i stwierdzasz, że musisz ten zakup przemyśleć. Prosisz o zarezerwowanie tej rzeczy dla Ciebie na jeden dzień. Niezależnie od możliwości rezerwacji, prosisz o wskazanie sposobu, w jaki możesz się skontaktować ze sklepem.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

KWESTIONARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT

VERONIQUE – KONFEKCJA DAMSKA/SKLEP ODZIEŻOWY ‘MADAM’

NAZWA BADANEGO PRZEDSIĘBIORSTWA	Veronique – konfekcja damska ul. 3 Maja 4/Sklep odzieżowy „Madam” 3 Maja 24*
DATA WIZYTY Lipca 2018
GODZINA ROZPOCZĘCIA WIZYTY :
CZAS TRWANIA WIZYTY min

*niepotrzebne skreślić.

Proszę o zaznaczenie odpowiedzi za pomocą znaku X w odpowiednim miejscu. W przypadku chęci wyrażenia swojej opinii poza przygotowanymi pytaniami, proszę o uzupełnienie rubryki „uwagi audytora” zamieszczonej pod każdym z bloków tematycznych.

V. ESTETYKA PRZESTRZENI ZEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ					
1. OCENA NAJBLIŻSZEGO OTOCZENIA LOKALU	1.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. najbliższej przestrzeni odwiedzanego lokalu. Najbliższa okolica to przestrzeń miejska bezpośrednio przed wejściem do lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	Stwierdzenie	1	2	3	4	5
		19. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.					
		20. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .					
		21. Otoczenie lokalu jest zadbane .					
		22. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .					
		23. Otoczenie wygląda na bezpieczne .					
		24. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					
		1.2. Uwagi audytora dot. otoczenia lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px; width: 100%;"></div>				
2. OCENA FRONTU LOKALU	2.1. Czy elewacja lokalu jest czysta?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____					
	2.2. Czy stan elewacji zachęca do wejścia do lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____					
	2.3. Czy na froncie budynku widnieje szyld badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 2.5)					

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	2.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. szyldu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr> <td>10. Szyld jest dobrze widoczny, nawet z daleka.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>11. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>12. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	10. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.						11. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.						12. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																							
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	10. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.																																											
	11. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.																																											
	12. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																																											
2.5. Czy na froncie lokalu znajdują się inne elementy, takie jak inne reklamy/ogłoszenia?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____ _____																																											
2.6. Czy front lokalu, tj. jego styl, jest spójny z pozostałymi lokalami na ulicy?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____																																											
2.7. Czy na drzwiach lokalu w sposób jasny przedstawiono godziny jego otwarcia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																											
2.8. Uwagi audytora dot. frontu lokalu	_____ _____ _____ _____																																											
21. OCENA WITRYNY LOKALU	10.11. Czy lokal posiada witrynę?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 4.1</i>)																																										
	10.12. Czy z ulicy można dostrzec środek lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 3.4.</i>)																																										
	10.13. Czy z perspektywy ulicy, widać zaplecze lub inne elementy, które nie powinny być dostrzegalne dla klientów (np. przestrzeń pod ladą)?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____ _____																																										
	10.14. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. witryny odwiedzanego lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr> <td>16. Witryna lokalu jest czysta.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>17. Witryna lokalu jest uporządkowana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>18. Witryna lokalu jest zadbana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>19. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>20. Witryna jest nowoczesna.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>21. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	16. Witryna lokalu jest czysta .						17. Witryna lokalu jest uporządkowana .						18. Witryna lokalu jest zadbana .						19. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .						20. Witryna jest nowoczesna .						21. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	16. Witryna lokalu jest czysta .																																											
17. Witryna lokalu jest uporządkowana .																																												
18. Witryna lokalu jest zadbana .																																												
19. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .																																												
20. Witryna jest nowoczesna .																																												
21. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.																																												
10.15. Uwagi audytora dot. witryny lokalu	_____ _____ _____ _____																																											

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

W. ESTETYKA PRZESTRZENI WEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
4. ZAPACH	4.1. Czy w badanym lokalu był wyczuwalny jakiś zapach?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <i>Źródło:</i> ----- -----
	4.2. Czy zapach, który był wyczuwalny, był przyjemny?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
5. MUZYKA	5.1. Czy w lokalu grała muzyka?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <i>Źródło:</i> ----- -----
	5.2. Czy poziom głośności muzyki w lokalu przeszkadzał w wizycie?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
6. ŚWIATŁO	6.1. Czy w lokalu było jasno?	<input type="checkbox"/> Było zbyt jasno <input type="checkbox"/> Było odpowiednio jasno <input type="checkbox"/> Było zbyt ciemno
14. TEMPERATURA	14.1. Jaka temperatura panowała w lokalu?	<input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt wysoka <input type="checkbox"/> Temperatura była odpowiednia <input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt niska
8. DOSTĘPNOŚĆ ELEMENTÓW REKLAMOWYCH	8.1. Czy w pomieszczeniu były dostępne jakieś elementy reklamowe dot. proponowanych produktów/usługi?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----
9. WYPOSAŻENIE I ROZKŁAD POMIESZCZENIA	9.1. Czy wyposażenie lokalu było zadbane (tj. meble nie nosiły oznak zużycia)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- -----
	9.2. Czy rozmieszczenie przedmiotów w lokalu pozwalało na swobodę poruszania się (tj. nie było przeszkód utrudniających poruszanie się, np. kabli, skrzyń, produktów na ziemi, śmieci)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- -----

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

13. OGÓLNA OCENA WNĘTRZA	9.3. Czy produkty (jeśli dotyczy) były łatwo dostępne, tj. na wyciągnięcie ręki?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Nie dotyczy <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____ _____																																																						
	10.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. wnętrza lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>25. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>26. Przestrzeń lokalu była nowoczesna.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>27. Przestrzeń lokalu była zadbana.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>28. Przestrzeń lokalu była czysta.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>29. Przestrzeń lokalu była uporządkowana.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>30. Przestrzeń lokalu była bezpieczna.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>31. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>32. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	25. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.						26. Przestrzeń lokalu była nowoczesna .						27. Przestrzeń lokalu była zadbana .						28. Przestrzeń lokalu była czysta .						29. Przestrzeń lokalu była uporządkowana .						30. Przestrzeń lokalu była bezpieczna .						31. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .						32. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.					
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																																			
25. Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.																																																								
26. Przestrzeń lokalu była nowoczesna .																																																								
27. Przestrzeń lokalu była zadbana .																																																								
28. Przestrzeń lokalu była czysta .																																																								
29. Przestrzeń lokalu była uporządkowana .																																																								
30. Przestrzeń lokalu była bezpieczna .																																																								
31. Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .																																																								
32. Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.																																																								
10.2. Uwagi audytora dot. wnętrza lokalu	_____ _____ _____ _____ _____																																																							

X. JAKOŚĆ OBSŁUGI

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
17. INICJOWANIE KONTAKTU	17.1. Czy audytor został zauważony w ciągu pierwszych 10 sek. od wejścia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	17.2. Czy w czasie, gdy wchodziłeś/aś, obsługa zachowywała się właściwie? (Przykłady niewłaściwych zachowań: rozmawianie przez telefon o sprawach prywatnych, jedzenie lub picie, rozmowa z kolegami z pracy i nie zwracanie uwagi na wchodzących klientów.)	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____ _____
	17.3. Kto zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> Klient (przejdź do pyt. 11.5) <input type="checkbox"/> Sprzedawca
	17.4. Po jakim czasie sprzedawca zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> 0-30 s. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 30 s. -1 min. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 1 min.-2 min.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	17.5. Co było powodem dłuższego oczekiwania na obsługę?	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px; width: 100%;"></div>																							
	17.6. Czy sprzedawca powitał Cię z uśmiechem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																							
	17.7. Czy sprzedawca zaoferował pomoc i zaprosił do rozpoczęcia rozmowy (np. słowami „w czym mogę pomóc”)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																							
	17.8. Jak oceniasz szybkość reakcji sprzedawcy?	<input type="checkbox"/> Dobrze <input type="checkbox"/> Źle <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																							
18. WYGLĄD SPRZEDAWCY	18.1. Czy wygląd sprzedawcy był adekwatny (stosowny) do miejsca, w którym pracuje?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> <div style="border: 1px dashed black; height: 30px; width: 100%;"></div>																							
	18.2. Czy wygląd sprzedawcy zachęcał do zakupu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> <div style="border: 1px dashed black; height: 30px; width: 100%;"></div>																							
16. PRZEBIEG ROZMOWY	16.1. Czy sprzedawca utrzymywał kontakt wzrokowy przez większość wizyty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																							
	16.2. Czy sprzedawca aktywnie słuchał (dawał znać, że słucha, np. poprzez potakiwanie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																							
	16.3. Czy sprzedawca zapytał Cię o Twoje potrzeby/preferencje/oczekiwania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																							
	16.4. Ile ofert (przedmiotów/usług) przedstawił Ci sprzedawca?	<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 2-3 <input type="checkbox"/> pow. 3																							
	16.5. Czy sprzedawca, kiedy proponował ofertę, odwoływał się do Twoich potrzeb i wypowiedzi?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																							
	16.6. Czy sprzedawca mówił o korzyściach płynących z wyboru poszczególnej oferty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																							
	16.7. Czy po dokonaniu wyboru, sprzedawca zapytał, czy jesteś zadowolony?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																							
W A S	14.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Stwierdzenie</th> <th style="text-align: center;">1</th> <th style="text-align: center;">2</th> <th style="text-align: center;">3</th> <th style="text-align: center;">4</th> <th style="text-align: center;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>34. Sprzedawca był sympatyczny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>35. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Stwierdzenie	1	2	3	4	5	34. Sprzedawca był sympatyczny .						35. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																			
	34. Sprzedawca był sympatyczny .																								
35. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																									

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się <u>nie</u> zgadzam 5 = całkowicie się <u>zgadzam</u>	36. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.					
		37. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.					
		38. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.					
		39. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).					
		40. Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb.					
		41. Sprzedawca wyrażał się jasno.					
		42. Sprzedawca był kompetentny.					
		43. Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę.					
		44. Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.					
15. WIEDZA SPRZEDAWCY	15.1. Czy uzyskałeś/aś satysfakcjonującą odpowiedź na zadane pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij) Uzasadnienie: ----- ----- ----- -----					
	15.2. Czy sprzedawca sprawnie i rzeczowo odpowiadał na zadane przez Ciebie pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	15.3. Czy sprzedawca odpowiadał na pytania z pamięci (tj. był przygotowany merytorycznie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
16. SPRAWNOŚĆ OBSŁUGI	16.1. Jak oceniasz długość czasu poświęconego przez sprzedawcę na rozwiązanie Twojego problemu?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi za mało czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi odpowiednią ilość czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi zbyt długą ilość czasu					
	16.2. Czy w czasie wizyty wydarzyło się coś, co niepotrzebnie wydłużyło jej trwanie?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: ----- -----					
20. ZAKOŃCZENIE ROZMOWY	20.1. Czy sprzedawca, po dokonaniu wyboru zapytał, czy istnieją jeszcze jakieś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	20.2. Czy sprzedawca zachęcił do dalszego kontaktu w razie jakichś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	20.3. Czy sprzedawca poprosił klienta o podanie kontaktu, aby móc się z klientem następnie	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

skontaktować?				
20.4. W jaki sposób klient otrzymał namiary na sprzedawcę?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca z własnej inicjatywy pozostawił na sobie (firmę) namiary.	<input type="checkbox"/> Sprzedawca pozostawił na sobie (firmę) namiary po prośbie klienta.	<input type="checkbox"/> Klient nie otrzymał żadnego kontaktu do sprzedawcy (wyjaśnij, dlaczego)	
	Wyjaśnienie: _____ _____ _____			
20.5. Czy sprzedawca słownie pożegnał się z klientem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie			
17.6. Uwagi audytora dot. jakości obsługi:	_____ _____ _____ _____			

Y. STRATEGIA PROMOCYJNA

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
18. STRATEGIA PROMOCYJNA	18.1. Czy w trakcie wizyty spotkałeś się z jakąś formą reklamy/promocji badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień z jakimi) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: _____ _____
	18.2. Czy w czasie wizyty sprzedawca zaproponował jakąś formę oferty promocyjnej?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pytania 17.5) Wymień: _____ _____
	18.3. Czy wydała Ci się ona atrakcyjna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____
	18.4. Czy oferty (produkty) promocyjne wyraźnie odróżniały się od pozostałych (np. były inaczej oznaczone)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	18.5. Czy jakiś element stroju sprzedawcy zawierał element identyfikujący jego firmę (np. strój służbowy)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	18.6. Czy sprzedawca zaproponował jakąś formę programu lojalnościowego?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----
	18.7. Uwagi audytora dot. strategii promocyjnej:	----- ----- ----- -----

Z. JAKOŚĆ OFERTY HANDLOWEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
19. OFERTA HANDLOWA	19.1. Czy zaprezentowana oferta handlowa była różnorodna (duży wybór produktów/usług)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.2. Czy zaprezentowana oferta handlowa była wewnętrznie spójna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.3. Czy w rzeczywistej ofercie badanego przedsiębiorstwa znajdują się te elementy, o których informowany jest klient w różnego rodzaju materiałach (na witrynie, w materiałach promocyjnych, reklamowych itp. – jeżeli istnieją)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Brak materiałów promocyjnych
	19.4. Czy jako klient, jesteś zadowolony z jakości przedstawionej oferty handlowej?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- -----
	19.5. Czy badany przedsiębiorca oferuje inne niż gotówkowe formy zapłaty?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----
	19.6. Uwagi audytora dot. oferty handlowej:	----- ----- ----- -----

AA. KOŃCOWA OPINIA

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
20.1. Czy jako klient, skorzystałbyś ponownie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	<input type="checkbox"/> Raczej nie	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie
20.2. Czy poleciłbyś swoim znajomym/przyjaciołom skorzystanie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak	<input type="checkbox"/> Raczej tak
	<input type="checkbox"/> Raczej nie	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie
		<input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć

BB. BADANIE UZUPEŁNIAJĄCE

UWAGA: Badanie uzupełniające dotyczy tych przedsiębiorstw, które umożliwiają skontaktowanie się ze sobą za pośrednictwem telefonu czy Internetu.

Skontaktuj się z salonem w dowolnie wybrany przez Ciebie sposób (jeśli liczba możliwych kanałów komunikacji jest większa) i zapytaj:

8. W przypadku salonu „Madam”: **zapytaj o możliwość uszycia sukienki na wesele koleżanki. Zapytaj o materiał, co poleca, jak się przygotować, ile to może potrwać.**
9. W przypadku salonu „Veronique”: **jeśli była możliwość zarezerwowania rzeczy na jeden dzień – odmów zakupu i zapytaj, czy w najbliższym czasie salon spodziewa się nowej dostawy wybranej odzieży, np. sukienek/innnych rozmiarów. Jeśli nie było takiej możliwości, zadzwoń, żeby dopytać o wcześniej oglądaną odzież – np. o jej dostępność np. w innym rozmiarze.**

21.1. W jaki inny sposób, poza wizytą, można skontaktować się z badanym przedsiębiorstwem? Zaznacz wszystkie, o których wiesz.	<input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakiej?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakiej? <input type="checkbox"/> Inne. Jakiej? <input type="checkbox"/> Nie ma możliwości kontaktu innego niż wizyta (koniec badania)					
21.2. Zaznacz rodzaj wybranego kontaktu do badania uzupełniającego.	<input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakiej?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakiej? <input type="checkbox"/> Inne. Jakiej?					
21.3. Określ szybkość reakcji badanego	c) Sprzedawca odpowiedział w tym samym dniu. d) Sprzedawca odpowiedział w dniu następującym po próbie kontaktu. e) Sprzedawca odpowiedział później, w dniu następującym po próbie kontaktu. f) Sprzedawca nie odpowiedział na próbę kontaktu.					
21.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot.	Stwierdzenie	1	2	3	4	5
	7. Sprzedawca był sympatyczny.					

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

<p>postawy sprzedawcy w kontakcie innym niż twarzą w twarz.</p> <p>Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się <u>nie zgadzam</u> 5 = całkowicie się <u>zgadzam</u></p>	8. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .						
	9. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .						
	10. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .						
	11. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).						
	12. Sprzedawca wyrażał się jasno .						
<p>21.5. Uwagi audytora dot. badania uzupełniającego:</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div>						

SCENARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT WARZYWNIAK „NOWALIJKA”

INFORMACJE DOT. BADANIA:

Część 1. Obserwacja uczestnicząca

Część 2. Wypełnienie kwestionariusza

Termin badania: II poł. lipca; natychmiast po zatwierdzeniu narzędzia

Godziny obserwacji: 10:00 – 15:00

Cel wizyty: Zakup usługi/produktu

OGÓLNE UWAGI PRZED OBSERWACJĄ

46. Przed rozpoczęciem badania, upewnij się, że lokal, w którym będziesz wykonywał badanie jest czynny. Jeśli specyfika usługi tego wymaga, umów się wcześniej.
47. W drodze do badanego punktu, zwróć uwagę na jego otoczenie, przede wszystkim na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
48. Zanim wejdziesz, przyjrzyj się dokładnie witrynie i wejściu do badanego lokalu. Zwróć uwagę na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
49. Po wejściu do sklepu nie przejmuj inicjatywy. Jeśli sprzedawca nie podejmie rozmowy, zrób to, ale dopiero po upływie ok. 2 min.
50. Zwróć uwagę na wygląd osoby Cię obsługującej.
51. Zwróć uwagę na wnętrze lokalu, w którym przeprowadzasz badanie, przede wszystkim na jego czystość, ale także na oświetlenie, zapach, muzykę i rozmieszczenie przedmiotów.
52. Postaraj się zapamiętać, w jaki sposób rozpoczęła się rozmowa ze sprzedawcą.
53. Jesteś niezdecydowany. Nie informuj od razu czego potrzebujesz, to sprzedawca powinien umieć Ci doradzić.
54. Wypełnij kwestionariusz, jednak nie później niż 2h od zakończenia wizyty.

SZCZEGÓŁY ROLI

Rola obserwującego:	Klient chcący zrobić zakupy, w celu przygotowania wybranego przez siebie posiłku.
Opis roli:	Twoim celem jest zakup różnych warzyw/owoców, ponieważ chcesz przygotować wybrany przez siebie posiłek. Nie jesteś do końca zdecydowany, czego potrzebujesz, dlatego nie podejmujesz decyzji zbyt szybko.
Oczekiwania wobec sprzedawcy:	Oczekujesz zainteresowania ze strony sprzedawcy, a w efekcie zapytania o potrawę, którą chcesz przygotować. Sprzedawca powinien zaproponować Ci najlepsze produkty i postużyć radą.
O co zapytać:	Jeżeli w wyniku swobodnej rozmowy poniższe wątki się nie pojawiają, powinieneś zapytać o: Na etapie wyboru produktu: CC. Zapytaj o odmiany dostępnych warzyw, np. ziemniaków i dopytaj do jakich potraw poszczególne z nich są najlepsze. DD. Zapytaj o pochodzenie wybieranych warzyw. EE. Dowiedz się, czy proponowane przez sklep warzywa są produktami BIO.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	<p>FF. Zapytaj o dostępność kiszonek i dowiedz się, czy jest to produkt własny. Możesz dopytać o ich skład.</p> <p>Po wyborze:</p> <p>1. Zapytaj o możliwość bezgotówkowej zapłaty za usługę.</p>
Zakończenie wizyty:	Zapłać za zakupy.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

KWESTIONARIUSZ BADANIA Tajemniczy Klient WARZYWNIAK „NOWALIKA”

NAZWA BADANEGO PRZEDSIĘBIORSTWA	Warzywniak, ul. 3 Maja 22a
DATA WIZYTY Lipca 2018
GODZINA ROZPOCZĘCIA WIZYTY :
CZAS TRWANIA WIZYTY min

Proszę o zaznaczenie odpowiedzi za pomocą znaku X w odpowiednim miejscu. W przypadku chęci wyrażenia swojej opinii poza przygotowanymi pytaniami, proszę o uzupełnienie rubryki „uwagi audytora” zamieszczonej pod każdym z bloków tematycznych.

❑ ESTETYKA PRZESTRZENI ZEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ																																															
1. OCENA NAJBLIŻSZEGO OTOCZENIA LOKALU	<p>1.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. najbliższej przestrzeni odwiedzanego lokalu. Najbliższa okolica to przestrzeń miejska bezpośrednio przed wejściem do lokalu.</p> <p>Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="text-align: left;">Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu jest zadbane.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Otoczenie wygląda na bezpieczne.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>						Stwierdzenie	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.						<input type="checkbox"/> W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .						<input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu jest zadbane .						<input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .						<input type="checkbox"/> Otoczenie wygląda na bezpieczne .						<input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																											
<input type="checkbox"/> Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.																																																	
<input type="checkbox"/> W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .																																																	
<input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu jest zadbane .																																																	
<input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .																																																	
<input type="checkbox"/> Otoczenie wygląda na bezpieczne .																																																	
<input type="checkbox"/> Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .																																																	
1.2. Uwagi audytora dot. otoczenia lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px; width: 100%;"></div>																																																
2. OCENA FRONTU LOKALU	2.1. Czy elewacja lokalu jest czysta?	<p>13. Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>odpowiedź uzasadnij</i>)</p> <p><u>Uzasadnienie:</u> _____</p>																																															
	2.2. Czy stan elewacji zachęca do wejścia do lokalu?	<p>14. Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>odpowiedź uzasadnij</i>)</p> <p><u>Uzasadnienie:</u> _____</p>																																															
	2.3. Czy na froncie budynku widnieje szyld badanego przedsiębiorstwa?	<p><input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 2.5</i>)</p>																																															

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	2.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. szyldu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>25. Szyld jest dobrze widoczny, nawet z daleka.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>26. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>27. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	25. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.						26. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.						27. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																							
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	25. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.																																											
	26. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.																																											
	27. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																																											
2.5. Czy na froncie lokalu znajdują się inne elementy, takie jak inne reklamy/ogłoszenia?	<p>15. Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie</p> <p><i>Wymień:</i></p> <p>-----</p> <p>-----</p>																																											
2.6. Czy front lokalu, tj. jego styl, jest spójny z pozostałymi lokalami na ulicy?	<p>16. Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>)</p> <p><i>Uzasadnienie:</i></p> <p>-----</p> <p>-----</p>																																											
2.7. Czy na drzwiach lokalu w sposób jasny przedstawiono godziny jego otwarcia?	<p><input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie</p>																																											
2.8. Uwagi audytora dot. frontu lokalu	<p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>																																											
<div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">OCENA WITRYNY LOKALU</div> <input type="checkbox"/>	a. Czy lokal posiada witrynę?	<p><input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 4.1</i>)</p>																																										
	b. Czy z ulicy można dostrzec środek lokalu?	<p><input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 3.4.</i>)</p>																																										
	c. Czy z perspektywy ulicy, widać zaplecze lub inne elementy, które nie powinny być dostrzegalne dla klientów (np. przestrzeń pod ladą)?	<p>17. Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie</p> <p><i>Wymień:</i></p> <p>-----</p> <p>-----</p>																																										
	d. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. witryny odwiedzanego lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>14. Witryna lokalu jest czysta.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>15. Witryna lokalu jest uporządkowana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>16. Witryna lokalu jest zadbana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>17. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>18. Witryna jest nowoczesna.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>19. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	14. Witryna lokalu jest czysta .						15. Witryna lokalu jest uporządkowana .						16. Witryna lokalu jest zadbana .						17. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .						18. Witryna jest nowoczesna .						19. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	14. Witryna lokalu jest czysta .																																											
15. Witryna lokalu jest uporządkowana .																																												
16. Witryna lokalu jest zadbana .																																												
17. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .																																												
18. Witryna jest nowoczesna .																																												
19. Witryna zachęca do wejścia do lokalu.																																												
e. Uwagi audytora dot. witryny lokalu	<p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>																																											

☐ ESTETYKA PRZESTRZENI WEWNĘTRZNEJ

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

PYTANIE		ODPOWIEDŹ																	
4. ZAPACH	4.1. Czy w badanym lokalu był wyczuwalny jakiś zapach?	18. Tak (określ źródło) <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 5.1.) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (przejdź do pyt. 5.1.) Źródło: _____ _____																	
	4.2. Czy zapach, który był wyczuwalny, był przyjemny?	19. Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																	
5. MUZYKA	5.1. Czy w lokalu grała muzyka?	20. Tak (określ źródło) <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 6.1.) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (przejdź do pyt. 6.1.) Źródło: _____ _____																	
	5.2. Czy poziom głośności muzyki w lokalu przeszkadzał w wizycie?	21. Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																	
6. ŚWIATŁO	6.1. Czy w lokalu było jasno?	22. Było zbyt jasno <input type="checkbox"/> Było odpowiednio jasno <input type="checkbox"/> Było zbyt ciemno																	
11. TEMPERATURA	11.1. Jaka temperatura panowała w lokalu?	23. Temperatura była zbyt wysoka <input type="checkbox"/> Temperatura była odpowiednia <input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt niska																	
8. DOSTĘPNOŚĆ ELEMENTÓW REKLAMOWYCH	8.1. Czy w pomieszczeniu były dostępne jakieś elementy reklamowe dot. proponowanych produktów/usług?	24. Tak (wymień jakie) 15. Nie Wymień: _____ _____																	
9. WYPOSAŻENIE I ROZKŁAD POMIESZCZENIA	9.1. Czy wyposażenie lokalu było zadbane (tj. meble nie nosiły oznak zużycia)?	25. Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____																	
	9.2. Czy rozmieszczenie przedmiotów w lokalu pozwalało na swobodę poruszania się (tj. nie było przeszkód utrudniających poruszanie się, np. kabli, skrzyń, produktów na ziemi, śmieci)?	26. Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: _____ _____																	
	9.3. Czy produkty (jeśli dotyczy) były łatwo dostępne, tj. na wyciągnięcie ręki?	27. Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Nie dotyczy Uzasadnienie: _____ _____																	
	10.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>• Przestrzeń lokalu była</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Stwierdzenie	1	2	3	4	5	• Przestrzeń lokalu była					
Stwierdzenie	1	2	3	4	5														
• Przestrzeń lokalu była																			

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

<p>stwierdzeniami dot. wnętrza lokalu.</p> <p>Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam</p>	<p>przyjazna dla klienta.</p> <p>• Przestrzeń lokalu była nowoczesna.</p> <p>• Przestrzeń lokalu była zadbana.</p> <p>• Przestrzeń lokalu była czysta.</p> <p>• Przestrzeń lokalu była uporządkowana.</p> <p>• Przestrzeń lokalu była bezpieczna.</p> <p>• Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej.</p> <p>• Przestrzeń lokalu zachęcała do zakupu.</p>						
	<p>10.2. Uwagi audytora dot. wnętrza lokalu</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>						

☐ **JAKOŚĆ OBSŁUGI**

PYTANIE		ODPOWIEDŹ	
<p><input type="checkbox"/> INICJOWANIE KONTAKTU</p>	<p><input type="radio"/> Czy audytor został zauważony w ciągu pierwszych 10 sek. od wejścia)?</p>	28.	<p><input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć</p>
	<p><input type="radio"/> Czy w czasie, gdy wchodziłeś/aś, obsługa zachowywała się właściwie?</p> <p>(Przykłady niewłaściwych zachowań: rozmawianie przez telefon o sprawach prywatnych, jedzenie lub picie, rozmowa z kolegami z pracy i nie zwracanie uwagi na wchodzących klientów.)</p>	29.	<p><input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij)</p> <p>Uzasadnienie:</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
	<p><input type="radio"/> Kto zainicjował rozmowę?</p>		<p><input type="checkbox"/> Klient (przejdź do pyt. 11.5) <input type="checkbox"/> Sprzedawca</p>
	<p><input type="radio"/> Po jakim czasie sprzedawca zainicjował rozmowę?</p>	30.	<p><input type="checkbox"/> 0-30 s. <input type="checkbox"/> 30 s. -1 min. <input type="checkbox"/> 1 min.-2 min.</p> <p>(przejdź do pyt. 11.6) (przejdź do pyt. 11.6)</p>
	<p><input type="radio"/> Co było powodem dłuższego oczekiwania na obsługę?</p>		<p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>
	<p><input type="radio"/> Czy sprzedawca powitał Cię z uśmiechem?</p>	31.	<p><input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie</p>
<p><input type="radio"/> Czy sprzedawca zaoferował</p>	33.	<p><input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie</p>	

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	pomoc i zaprosił do rozpoczęcia rozmowy (np. słowami „w czym mogę pomóc”)?																																											
	<input type="radio"/> Jak oceniasz szybkość reakcji sprzedawcy?	35. Dobrze <input type="checkbox"/> Źle <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć																																										
WYGLĄD SPRZEDAWCY <input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> Czy wygląd sprzedawcy był adekwatny (stosowny) do miejsca, w którym pracuje?	36. Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowieź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----																																										
	<input type="radio"/> Czy wygląd sprzedawcy zachęcał do zakupu?	37. Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowieź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----																																										
19. PRZEBIEG ROZMOWY	19.1. Czy sprzedawca utrzymywał kontakt wzrokowy przez większość wizyty?	38. Tak 39. Nie																																										
	19.2. Czy sprzedawca aktywnie słuchał (dawał znać, że słucha, np. poprzez potakiwanie)?	40. Tak 41. Nie																																										
	19.3. Czy sprzedawca zapytał Cię o Twoje potrzeby/preferencje/oczekiwania?	42. Tak 43. Nie																																										
	19.4. Ile ofert (przedmiotów/usług) przedstawił Ci sprzedawca?	44. 1-2 <input type="checkbox"/> 2-3 <input type="checkbox"/> pow. 3																																										
	19.5. Czy sprzedawca, kiedy proponował ofertę, odwoływał się do Twoich potrzeb i wypowiedzi?	45. Tak 46. Nie																																										
	19.6. Czy sprzedawca mówił o korzyściach płynących z wyboru poszczególnej oferty?	47. Tak 48. Nie																																										
	19.7. Czy po dokonaniu wyboru, sprzedawca zapytał, czy jesteś zadowolony?	49. Tak 50. Nie																																										
14. POSTAWA SPRZEDAWCY	14.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>17. Sprzedawca był sympatyczny.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>18. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>19. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>20. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>21. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>22. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	17. Sprzedawca był sympatyczny .						18. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .						19. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .						20. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .						21. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.						22. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).					
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																							
17. Sprzedawca był sympatyczny .																																												
18. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																																												
19. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .																																												
20. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .																																												
21. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.																																												
22. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).																																												

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

		23. Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb. 24. Sprzedawca wyrażał się jasno. 25. Sprzedawca był kompetentny. 26. Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę. 27. Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.							
15. WIEDZA SPRZEDAWCY	15.1. Czy uzyskałeś/aś satysfakcjonującą odpowiedź na zadane pytania?	51. Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----							
	15.2. Czy sprzedawca sprawnie i rzeczowo odpowiadał na zadane przez Ciebie pytania?	52. Tak 53. Nie							
	15.3. Czy sprzedawca odpowiadał na pytania z pamięci (tj. był przygotowany merytorycznie)?	54. Tak 55. Nie							
16. SPRAWNOŚĆ OBSŁUGI	16.1. Jak oceniasz długość czasu poświęconego przez sprzedawcę na rozwiązanie Twojego problemu?	56. Sprzedawca poświęcił mi za mało czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi odpowiednią ilość czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi zbyt długą ilość czasu							
	16.2. Czy w czasie wizyty wydarzyło się coś, co niepotrzebnie wydłużyło jej trwanie?	57. Tak (<i>wymień</i>) 16. Nie <i>Wymień:</i> ----- -----							
45. ZAKOŃCZENIE ROZMOWY	a. Czy sprzedawca, po dokonaniu wyboru zapytał, czy istnieją jeszcze jakieś wątpliwości?	58. Tak 59. Nie							
	b. Czy sprzedawca zachęcił do dalszego kontaktu w razie jakichś wątpliwości?	60. Tak 61. Nie							
	c. Czy sprzedawca poprosił klienta o podanie kontaktu, aby móc się z klientem następnie skontaktować?	62. Tak 63. Nie							

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

<p>d. W jaki sposób klient otrzymał namiary na sprzedawcę?</p>	<p>64. Sprzedawca z własnej inicjatywy pozostawił na sobie (firmę) namiary.</p> <p><input type="checkbox"/> Sprzedawca pozostawił na sobie (firmę) namiary po prośbie klienta.</p> <p><input type="checkbox"/> Klient nie otrzymał żadnego kontaktu do sprzedawcy (wyjaśnij, dlaczego)</p> <p>Wyjaśnienie: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>e. Czy sprzedawca słownie pożegnał z klientem?</p>	<p>65. Tak 66. Nie</p>
<p>17.6. Uwagi audytora dot. jakości obsługi:</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

☐ **STRATEGIA PROMOCYJNA**

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
18. STRATEGIA PROMOCYJNA	<p>18.1. Czy w trakcie wizyty spotkałeś się z jakąś formą reklamy/promocji badanego przedsiębiorstwa?</p>	<p>67. Tak (wymień z jakimi) 17. Nie</p> <p>Wymień: _____</p> <p>_____</p>
	<p>18.2. Czy w czasie wizyty sprzedawca zaproponował jakąś formę oferty promocyjnej?</p>	<p>68. Tak (wymień jakie) 18. Nie (przejdź do pytania 17.5)</p> <p>Wymień: _____</p> <p>_____</p>
	<p>18.3. Czy wydała Ci się ona atrakcyjna?</p>	<p>69. Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij)</p> <p>Uzasadnienie: _____</p> <p>_____</p>
	<p>18.4. Czy oferty (produkty) promocyjne wyraźnie odróżniały się od pozostałych (np. były inaczej oznaczone)?</p>	<p>70. Tak 71. Nie</p>
	<p>18.5. Czy jakiś element stroju sprzedawcy zawierał element identyfikujący jego firmę (np. strój służbowy)?</p>	<p>72. Tak 73. Nie</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

18.6. Czy sprzedawca zaproponował jakąś formę programu lojalnościowego?	74. Tak (wymień jakie) 19. Nie Wymień: ----- -----
18.7. Uwagi audytora dot. strategii promocyjnej:	----- ----- ----- -----

☐ **JAKOŚĆ OFERTY HANDLOWEJ**

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
19. OFERTA HANDLOWA	19.1. Czy zaprezentowana oferta handlowa była różnorodna (duży wybór produktów/usług)?	75. Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.2. Czy zaprezentowana oferta handlowa była wewnętrznie spójna?	76. Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.3. Czy w rzeczywistej ofercie badanego przedsiębiorstwa znajdują się te elementy, o których informowany jest klient w różnego rodzaju materiałach (na witrynie, w materiałach promocyjnych, reklamowych itp. – jeżeli istnieją)?	77. Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć 78. Brak materiałów promocyjnych
	19.4. Czy jako klient, jesteś zadowolony z jakości przedstawionej oferty handlowej?	79. Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: ----- -----
	19.5. Czy badany przedsiębiorca oferuje inne niż gotówkowe formy zapłaty?	80. Tak (wymień jakie) 20. Nie Wymień: ----- -----
	19.6. Uwagi audytora dot. oferty handlowej:	----- ----- ----- -----

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

☐ **KOŃCOWA OPINIA**

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
20.1. Czy jako klient, skorzystałbyś ponownie z usług badanego przedsiębiorstwa?	81. Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć 82. Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie
20.2. Czy poleciłbyś swoim znajomym/przyjaciołom skorzystanie z usług badanego przedsiębiorstwa?	83. Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć 84. Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie

☐ **BADANIE UZUPEŁNIAJĄCE**

UWAGA: Badanie uzupełniające dotyczy tych przedsiębiorstw, które umożliwiają skontaktowanie się ze sobą za pośrednictwem telefonu czy Internetu.

Skontaktuj się ze sklepem w dowolnie wybrany przez Ciebie sposób (jeśli liczba możliwych kanałów komunikacji jest większa) i zapytaj:

21. Czy w sklepie posiadają warzywa i owoce BIO oraz z jakich źródeł pozyskują towar.

21.1. W jaki inny sposób, poza wizytą, można skontaktować się z badanym przedsiębiorstwem? Zaznacz wszystkie, o których wiesz.	11. Telefon stacjonarny 12. Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) 13. Poczta elektroniczna 14. Strona internetowa 15. Media społecznościowe. Jakiej?..... 16. Specjalistyczne portale. Jakiej? 17. Inne. Jakiej? 18. Nie ma możliwości kontaktu innego niż wizyta (koniec badania)					
21.2. Zaznacz rodzaj wybranego kontaktu do badania uzupełniającego.	19. Telefon stacjonarny 20. Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) 21. Poczta elektroniczna 22. Strona internetowa 23. Media społecznościowe. Jakiej?..... 24. Specjalistyczne portale. Jakiej? 25. Inne. Jakiej?					
21.3. Określ szybkość reakcji badanego	10. Sprzedawca odpowiedział w tym samym dniu. 11. Sprzedawca odpowiedział w dniu następującym po próbie kontaktu. 12. Sprzedawca odpowiedział później, w dniu następującym po próbie kontaktu. 13. Sprzedawca nie odpowiedział na próbę kontaktu.					
21.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy w kontakcie innym niż twarzą w twarz. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam	Stwierdzenie 22. Sprzedawca był sympatyczny . 23. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny . 24. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy . 25. Sprzedawca chętnie odpowiadał na	1	2	3	4	5

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

5 = całkowicie się zgadzam	moje pytania.							
	26. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).							
	27. Sprzedawca wyrażał się jasno .							
21.5. Uwagi audytora dot. badania uzupełniającego:	<div style="border: 1px solid black; height: 100px; background-color: #f0f0f0;"></div>							

SCENARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT ZAKŁAD OPTYCZNY IZABELA GIL

INFORMACJE DOT. BADANIA:

Część 1. Obserwacja uczestnicząca

Część 2. Wypełnienie kwestionariusza

Termin badania: II poł. lipca; natychmiast po zatwierdzeniu narzędzia

Godziny obserwacji: 10:00 – 15:00

Cel wizyty: Zakup usługi/produktu

OGÓLNE UWAGI PRZED OBSERWACJĄ

55. Przed rozpoczęciem badania, upewnij się, że lokal, w którym będziesz wykonywał badanie jest czynny. Jeśli specyfika usługi tego wymaga, umów się wcześniej.
56. W drodze do badanego punktu, zwróć uwagę na jego otoczenie, przede wszystkim na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
57. Zanim wejdziesz, przyjrzyj się dokładnie witrynie i wejściu do badanego lokalu. Zwróć uwagę na czystość i ogólne zadbanie tej przestrzeni.
58. Po wejściu do sklepu nie przejmuj inicjatywy. Jeśli sprzedawca nie podejmie rozmowy, zrób to, ale dopiero po upływie ok. 2 min.
59. Zwróć uwagę na wygląd osoby Cię obsługującej.
60. Zwróć uwagę na wnętrze lokalu, w którym przeprowadzasz badanie, przede wszystkim na jego czystość, ale także na oświetlenie, zapach, muzykę i rozmieszczenie przedmiotów.
61. Postaraj się zapamiętać, w jaki sposób rozpoczęła się rozmowa ze sprzedawcą.
62. Jesteś niezdecydowany. Nie informuj od razu czego potrzebujesz, to sprzedawca powinien umieć Ci doradzić.
63. Wypełnij kwestionariusz, jednak nie później niż 2h od zakończenia wizyty.

SZCZEGÓŁY ROLI

Rola obserwującego:	Klient poszukujący okularów do pracy z komputerem.
Opis roli:	Twoim celem jest wybór oprawek i szkła do pracy z komputerem, a także rozeznanie, czy tego rodzaju szkła wykazują ochronne działanie na oczy.
Oczekiwania wobec sprzedawcy:	Oczekujesz zainteresowania ze strony sprzedawcy, a w efekcie fachowej porady w kwestii dobroczynnego działania takich szkła. W drugiej kolejności oczekujesz porady co do oprawek pasujących do kształtu Twojej twarzy.
O co zapytać:	Jeżeli w wyniku swobodnej rozmowy poniższe wątki się nie pojawiają, powinieneś zapytać o: Na etapie wyboru okularów: 13. Zapytaj czy takie szkła rzeczywiście są konieczne przy pracy z komputerem, gdyż wiesz, że zdania w tym temacie są podzielone.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	<p>14. Z jakiego tworzywa są soczewki?</p> <p>15. Czy są odporne na zarysowania?</p> <p>16. Czy posiadają antyrefleksy?</p> <p>17. Jaki kształt okularów jest teraz modny i jaki pasuje Tobie?</p> <p>Po wyborze:</p> <p>18. Jaki jest czas oczekiwania na realizację usługi.</p> <p>19. Czy dla okularów jest jakaś gwarancja?</p> <p>20. Zapytaj o możliwość bezgotówkowej zapłaty za usługę.</p> <p>21. Zapytaj o rodzaj kontaktu do zakładu, w razie gdybyś miała jeszcze jakieś pytania.</p>
Zakończenie wizyty:	<p>Nie decydujesz od razu. Dziękujesz za wszystkie informacje i stwierdzasz, że musisz to przemyśleć. Zwróć uwagę, czy sprzedawca zaproponuje jakiś kontakt ze swojej strony. Niezależnie od wszystkiego, poproś o kontakt telefoniczny do salonu.</p>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

KWESTIONARIUSZ BADANIA TAJEMNICZY KLIENT
ZAKŁAD OPTYCZNY IZABELA GIL

NAZWA BADANEGO PRZEDSIĘBIORSTWA	Zakład optyczny „Izabela Gil” ul. 3 Maja 16
DATA WIZYTY Lipca 2018
GODZINA ROZPOCZĘCIA WIZYTY :
CZAS TRWANIA WIZYTY min

*niepotrzebne skreślić.

Proszę o zaznaczenie odpowiedzi za pomocą znaku X w odpowiednim miejscu. W przypadku chęci wyrażenia swojej opinii poza przygotowanymi pytaniami, proszę o uzupełnienie rubryki „uwagi audytora” zamieszczonej pod każdym z bloków tematycznych.

GG. ESTETYKA PRZESTRZENI ZEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ																																										
1. OCENA NAJBLIŻSZEGO OTOCZENIA LOKALU	<p>1.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. najbliższej przestrzeni odwiedzanego lokalu. Najbliższa okolica to przestrzeń miejska bezpośrednio przed wejściem do lokalu.</p> <p>Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>28. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>29. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>30. Otoczenie lokalu jest zadbane.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>31. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>32. Otoczenie wygląda na bezpieczne.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>33. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	28. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.						29. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .						30. Otoczenie lokalu jest zadbane .						31. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .						32. Otoczenie wygląda na bezpieczne .						33. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
28. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.																																												
29. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .																																												
30. Otoczenie lokalu jest zadbane .																																												
31. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .																																												
32. Otoczenie wygląda na bezpieczne .																																												
33. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .																																												
	1.2. Uwagi audytora dot. otoczenia lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>																																										
2. OCENA FRONTU LOKALU	2.1. Czy elewacja lokalu jest czysta?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border-bottom: 1px dashed black; height: 20px;"></div>																																										
	2.2. Czy stan elewacji zachęca do wejścia do lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border-bottom: 1px dashed black; height: 20px;"></div>																																										
	2.3. Czy na froncie budynku widnieje szyld badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pyt. 2.5)																																										

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	2.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. szyldu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr> <td>85. Szyld jest dobrze widoczny, nawet z daleka.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>86. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>87. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	85. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.						86. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.						87. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																							
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	85. Szyld jest dobrze widoczny , nawet z daleka.																																											
	86. Szyld, ogólnie rzecz biorąc, jest w dobrym stanie.																																											
	87. Na podstawie szyldu można z łatwością wywnioskować, czym zajmuje się to przedsiębiorstwo.																																											
2.5. Czy na froncie lokalu znajdują się inne elementy, takie jak inne reklamy/ogłoszenia?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____																																											
2.6. Czy front lokalu, tj. jego styl, jest spójny z pozostałymi lokalami na ulicy?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____																																											
2.7. Czy na drzwiach lokalu w sposób jasny przedstawiono godziny jego otwarcia?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie																																											
2.8. Uwagi audytora dot. frontu lokalu	_____ _____ _____ _____																																											
22. OCENA WITRYNY LOKALU	11.2. Czy lokal posiada witrynę?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 4.1</i>)																																										
	11.3. Czy z ulicy można dostrzec środek lokalu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 3.4.</i>)																																										
	11.4. Czy z perspektywy ulicy, widać zaplecze lub inne elementy, które nie powinny być dostrzegalne dla klientów (np. przestrzeń pod ladą)?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____																																										
	11.5. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. witryny odwiedzanego lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	<table border="1"> <tr> <th>Stwierdzenie</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest czysta.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest uporządkowana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest zadbana.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Witryna jest nowoczesna.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Witryna zachęca do wejścia do lokalu.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest czysta .						<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest uporządkowana .						<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest zadbana .						<input type="checkbox"/> Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .						<input type="checkbox"/> Witryna jest nowoczesna .						<input type="checkbox"/> Witryna zachęca do wejścia do lokalu.					
	Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
	<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest czysta .																																											
<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest uporządkowana .																																												
<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest zadbana .																																												
<input type="checkbox"/> Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .																																												
<input type="checkbox"/> Witryna jest nowoczesna .																																												
<input type="checkbox"/> Witryna zachęca do wejścia do lokalu.																																												
11.6. Uwagi audytora dot. witryny lokalu	_____ _____ _____ _____																																											

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

HH. ESTETYKA PRZESTRZENI WEWNĘTRZNEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
4. ZAPACH	4.1. Czy w badanym lokalu był wyczuwalny jakiś zapach?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 5.1.</i>) <i>Źródło:</i> _____ _____
	4.2. Czy zapach, który był wyczuwalny, był przyjemny?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
5. MUZYKA	5.1. Czy w lokalu grała muzyka?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>określ źródło</i>) <input type="checkbox"/> Nie (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>przejdź do pyt. 6.1.</i>) <i>Źródło:</i> _____ _____
	5.2. Czy poziom głośności muzyki w lokalu przeszkadzał w wycieczce?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
6. ŚWIATŁO	6.1. Czy w lokalu było jasno?	<input type="checkbox"/> Było zbyt jasno <input type="checkbox"/> Było odpowiednio jasno <input type="checkbox"/> Było zbyt ciemno
21. TEMPERATURA	21.1. Jaka temperatura panowała w lokalu?	<input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt wysoka <input type="checkbox"/> Temperatura była odpowiednia <input type="checkbox"/> Temperatura była zbyt niska
8. DOSTĘPNOŚĆ ELEMENTÓW REKLAMOWYCH	8.1. Czy w pomieszczeniu były dostępne jakieś elementy reklamowe dot. proponowanych produktów/usług?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> _____ _____
9. WYPOSAŻENIE I ROZKŁAD POMIESZCZENIA	9.1. Czy wyposażenie lokalu było zadbane (tj. meble nie nosiły oznak zużycia)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____
	9.2. Czy rozmieszczenie przedmiotów w lokalu pozwalało na swobodę poruszania się (tj. nie było przeszkód utrudniających poruszanie się, np. kabli, skrzyń, produktów na ziemi, śmieci)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____
	9.3. Czy produkty (jeśli dotyczy) były łatwo dostępne, tj. na wyciągnięcie ręki?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Nie dotyczy <i>Uzasadnienie:</i> _____ _____

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

20. OGÓLNA OCENA WNĘTRZA	10.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. wnętrza lokalu. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	Stwierdzenie	1	2	3	4	5
		<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu była przyjazna dla klienta.					
		<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu była nowoczesna .					
		<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu była zadbana .					
		<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu była czysta .					
		<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu była uporządkowana .					
		<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu była bezpieczna .					
		<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu sprawiała wrażenie profesjonalnej .					
		<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu zachęcało do zakupu.					
		10.2. Uwagi audytora dot. wnętrza lokalu	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>				

II. JAKOŚĆ OBSŁUGI

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
20. INICJOWANIE KONTAKTU	20.1. Czy audytor został zauważony w ciągu pierwszych 10 sek. od wejścia)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	20.2. Czy w czasie, gdy wchodziłeś/aś, obsługa zachowywała się właściwie? (Przykłady niewłaściwych zachowań: rozmawianie przez telefon o sprawach prywatnych, jedzenie lub picie, rozmowa z kolegami z pracy i nie zwracanie uwagi na wchodzących klientów.)	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>
	20.3. Kto zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> Klient (przejdź do pyt. 11.5) <input type="checkbox"/> Sprzedawca
	20.4. Po jakim czasie sprzedawca zainicjował rozmowę?	<input type="checkbox"/> 0-30 s. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 30 s. -1 min. (przejdź do pyt. 11.6) <input type="checkbox"/> 1 min.-2 min.
	20.5. Co było powodem dłuższego oczekiwania na obsługę?	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>
	20.6. Czy sprzedawca powitał Cię z uśmiechem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	20.7. Czy sprzedawca zaoferował pomoc i zaprosił do rozpoczęcia rozmowy (np. słowami „w czym mogę pomóc”)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

	20.8. Jak oceniasz szybkość reakcji sprzedawcy?	<input type="checkbox"/> Dobrze	<input type="checkbox"/> Źle	<input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć			
21. WYGLĄD SPRZEDAWCY	21.1. Czy wygląd sprzedawcy był adekwatny (stosowny) do miejsca, w którym pracuje?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>					
	21.2. Czy wygląd sprzedawcy zachęcał do zakupu?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <i>Uzasadnienie:</i> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>					
28. PRZEBIEG ROZMOWY	28.1. Czy sprzedawca utrzymywał kontakt wzrokowy przez większość wizyty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	28.2. Czy sprzedawca aktywnie słuchał (dawał znać, że słucha, np. poprzez potakiwanie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	28.3. Czy sprzedawca zapytał Cię o Twoje potrzeby/preferencje/oczekiwania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	28.4. Ile ofert (przedmiotów/usług) przedstawił Ci sprzedawca?	<input type="checkbox"/> 1-2 <input type="checkbox"/> 2-3 <input type="checkbox"/> pow. 3					
	28.5. Czy sprzedawca, kiedy proponował ofertę, odwoływał się do Twoich potrzeb i wypowiedzi?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	28.6. Czy sprzedawca mówił o korzyściach płynących z wyboru poszczególnej oferty?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
	28.7. Czy po dokonaniu wyboru, sprzedawca zapytał, czy jesteś zadowolony?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie					
14. POSTAWA SPRZEDAWCY	14.1. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy. Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam	Stwierdzenie	1	2	3	4	5
		46. Sprzedawca był sympatyczny .					
		47. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .					
		48. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .					
		49. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .					
		50. Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.					
		51. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).					
		52. Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb .					

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

		53. Sprzedawca wyrażał się jasno .						
		54. Sprzedawca był kompetentny .						
		55. Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę .						
		56. Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.						
15. WIEDZA SPRZEDAWCY	15.1. Czy uzyskałeś/aś satysfakcjonującą odpowiedź na zadane pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- ----- ----- -----						
	15.2. Czy sprzedawca sprawnie i rzeczowo odpowiadał na zadane przez Ciebie pytania?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	15.3. Czy sprzedawca odpowiadał na pytania z pamięci (tj. był przygotowany merytorycznie)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
16. SPRAWNOŚĆ OBSŁUGI	16.1. Jak oceniasz długość czasu poświęconego przez sprzedawcę na rozwiązanie Twojego problemu?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi za mało czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi odpowiednią ilość czasu <input type="checkbox"/> Sprzedawca poświęcił mi zbyt długą ilość czasu						
	16.2. Czy w czasie wizyty wydarzyło się coś, co niepotrzebnie wydłużyło jej trwanie?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----						
22. ZAKOŃCZENIE ROZMOWY	22.1. Czy sprzedawca, po dokonaniu wyboru zapytał, czy istnieją jeszcze jakieś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	22.2. Czy sprzedawca zachęcił do dalszego kontaktu w razie jakichś wątpliwości?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	22.3. Czy sprzedawca poprosił klienta o podanie kontaktu, aby móc się z klientem następnie skontaktować?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie						
	22.4. W jaki sposób klient otrzymał namiary na sprzedawcę?	<input type="checkbox"/> Sprzedawca z własnej inicjatywy pozostawił na sobie (firmę) namiary. <input type="checkbox"/> Sprzedawca pozostawił na sobie (firmę) namiary po prośbie klienta. <input type="checkbox"/> Klient nie otrzymał żadnego kontaktu do sprzedawcy (<i>wyjaśnij, dlaczego</i>) <i>Wyjaśnienie:</i> ----- ----- -----						

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

22.5. Czy sprzedawca słownie pożegnał się z klientem?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
17.6. Uwagi audytora dot. jakości obsługi:	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>

JJ. STRATEGIA PROMOCYJNA

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
18. STRATEGIA PROMOCYJNA	18.1. Czy w trakcie wizyty spotkałeś się z jakąś formą reklamy/promocji badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień z jakimi) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: <div style="border: 1px dashed black; height: 20px;"></div>
	18.2. Czy w czasie wizyty sprzedawca zaproponował jakąś formę oferty promocyjnej?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie (przejdź do pytania 17.5) Wymień: <div style="border: 1px dashed black; height: 20px;"></div>
	18.3. Czy wydała Ci się ona atrakcyjna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (odpowiedź uzasadnij) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (odpowiedź uzasadnij) Uzasadnienie: <div style="border: 1px dashed black; height: 20px;"></div>
	18.4. Czy oferty (produkty) promocyjne wyraźnie odróżniały się od pozostałych (np. były inaczej oznaczone)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	18.5. Czy jakiś element stroju sprzedawcy zawierał element identyfikujący jego firmę (np. strój służbowy)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie
	18.6. Czy sprzedawca zaproponował jakąś formę programu lojalnościowego?	<input type="checkbox"/> Tak (wymień jakie) <input type="checkbox"/> Nie Wymień: <div style="border: 1px dashed black; height: 20px;"></div>
	18.7. Uwagi audytora dot. strategii promocyjnej:	<div style="border: 1px dashed black; height: 40px;"></div>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

KK. JAKOŚĆ OFERTY HANDLOWEJ

	PYTANIE	ODPOWIEDŹ
19. OFERTA HANDLOWA	19.1. Czy zaprezentowana oferta handlowa była różnorodna (duży wybór produktów/usług)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.2. Czy zaprezentowana oferta handlowa była wewnętrznie spójna?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć
	19.3. Czy w rzeczywistej ofercie badanego przedsiębiorstwa znajdują się te elementy, o których informowany jest klient w różnego rodzaju materiałach (na witrynie, w materiałach promocyjnych, reklamowych itp. – jeżeli istnieją)?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Brak materiałów promocyjnych
	19.4. Czy jako klient, jesteś zadowolony z jakości przedstawionej oferty handlowej?	<input type="checkbox"/> Tak <input type="checkbox"/> Nie (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć (<i>odpowiedź uzasadnij</i>) <i>Uzasadnienie:</i> ----- -----
	19.5. Czy badany przedsiębiorca oferuje inne niż gotówkowe formy zapłaty?	<input type="checkbox"/> Tak (<i>wymień jakie</i>) <input type="checkbox"/> Nie <i>Wymień:</i> ----- -----
	19.6. Uwagi audytora dot. oferty handlowej:	----- ----- ----- -----

LL. KOŃCOWA OPINIA

PYTANIE	ODPOWIEDŹ
20.1. Czy jako klient, skorzystałbyś ponownie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie
20.2. Czy poleciłbyś swoim znajomym/przyjaciołom skorzystanie z usług badanego przedsiębiorstwa?	<input type="checkbox"/> Zdecydowanie tak <input type="checkbox"/> Raczej tak <input type="checkbox"/> Trudno powiedzieć <input type="checkbox"/> Raczej nie <input type="checkbox"/> Zdecydowanie nie

MM. BADANIE UZUPEŁNIAJĄCE

UWAGA: Badanie uzupełniające dotyczy tych przedsiębiorstw, które umożliwiają skontaktowanie się ze sobą za pośrednictwem telefonu czy Internetu.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

Skontaktuj się z zakładem w dowolnie wybrany przez Ciebie sposób (jeśli liczba możliwych kanałów komunikacji jest większa). Zapytaj:

12. **Czy poza możliwością zakupu okularów istnieje także możliwość zapisania się na wizytę do okulisty.**

Dowiedz się, jakie są możliwe terminy wizyty oraz ile ona kosztuje.

<p>21.1. W jaki inny sposób, poza wizytą, można skontaktować się z badanym przedsiębiorstwem? <i>Zaznacz wszystkie, o których wiesz.</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakiej?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakiej? <input type="checkbox"/> Inne. Jakiej? <input type="checkbox"/> Nie ma możliwości kontaktu innego niż wizyta (koniec badania)</p>																																										
<p>21.2. Zaznacz rodzaj wybranego kontaktu do badania uzupełniającego.</p>	<p><input type="checkbox"/> Telefon stacjonarny <input type="checkbox"/> Telefon komórkowy (w tym wiadomości tekstowe) <input type="checkbox"/> Poczta elektroniczna <input type="checkbox"/> Strona internetowa <input type="checkbox"/> Media społecznościowe. Jakiej?..... <input type="checkbox"/> Specjalistyczne portale. Jakiej? <input type="checkbox"/> Inne. Jakiej?</p>																																										
<p>21.3. Określ szybkość reakcji badanego</p>	<p>4. Sprzedawca odpowiedział w tym samym dniu. 5. Sprzedawca odpowiedział w dniu następującym po próbie kontaktu. 6. Sprzedawca odpowiedział później, w dniu następującym po próbie kontaktu. 7. Sprzedawca nie odpowiedział na próbę kontaktu.</p>																																										
<p>21.4. Oceń, w jakim stopniu zgadzasz z przedstawionymi stwierdzeniami dot. postawy sprzedawcy w kontakcie innym niż twarzą w twarz.</p> <p>Wybierz odpowiedzi od 1 do 5, przy czym 1 = całkowicie się nie zgadzam 5 = całkowicie się zgadzam</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Stwierdzenie</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4. Sprzedawca był sympatyczny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>7. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>8. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>9. Sprzedawca wyrażał się jasno.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Stwierdzenie	1	2	3	4	5	4. Sprzedawca był sympatyczny .						5. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .						6. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .						7. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .						8. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).						9. Sprzedawca wyrażał się jasno .					
Stwierdzenie	1	2	3	4	5																																						
4. Sprzedawca był sympatyczny .																																											
5. Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .																																											
6. Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .																																											
7. Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .																																											
8. Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).																																											
9. Sprzedawca wyrażał się jasno .																																											
<p>21.5. Uwagi audytora dot. badania uzupełniającego:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																																										

CZĘŚĆ B

ARKUSZ REKRUTACYJNY

DATA BADANIA:

GODZINA BADANIA:

NUMER WYWIADU:

PYTANIA KWALIFIKUJĄCE DO BADANIA		
22. Zaznacz przedsiębiorcę, z którego klientem prowadzony jest wywiad.	22. Kwaciarnia „Frezja” 23. Zakład optyczny Izabela Gil 24. Dorabianie kluczy 25. „Veronique” – konfekcja damska 26. Sklep odzieżowy „Madam” 27. Lady’s make up 28. Atelier Urody 29. Cafe Kamienica 30. Kawiarnio-lodziarnia „Wera Vita” 31. Sklep z warzywami	
23. Czy osoba, z którą prowadzony jest wywiad skorzystała dziś z oferty handlowej przedsiębiorcy wskazanego w pkt. 1 (tj. zakupiła produkt lub usługę)?	29. Tak 30. Nie (<i>zakończenie badania</i>)	
24. Płeć rozmówcy	31. Kobieta 32. Mężczyzna	
25. Wiek rozmówcy	57. 18-25 59. 36-45 61. 56-65	58. 26-35 60. 46-55 62. 66+
26. Wykształcenie rozmówcy	23. Podstawowe/gimnazjalne 24. Zawodowe 25. Średnie 26. Wyższe	

Zgoda rozmówcy na udział w badaniu i nagranie rozmowy

Oświadczam, że udzielam zgody na udział w badaniu i nagranie przeprowadzonej rozmowy. Ponadto oświadczam, że zostałem poinformowany, że nagranie zostanie zanonimizowane, a następnie wykorzystane wyłącznie do sporządzenia raportu badawczego. Nagraniem będzie dysponował tylko realizator badania, tj.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020 Stowarzyszenie „Przedsiębiorcy z Wyboru” oraz zleceniodawca tj. Urząd Miasta Dąbrowa Górnicza. Nagranie nie zostanie udostępnione osobom postronnym.

(Podpis badanego)

SCENARIUSZ INDYWIDUALNEGO WYWIADU POGŁĘBIONEGO

Przed rozpoczęciem rozmowy, moderator przedstawi uczestnikowi wywiadu cel badania oraz jego zleceniodawcę, a także poprosi o pisemną zgodę na nagranie rozmowy, uprzedzając wcześniej, że nagranie nie będzie udostępniane nikomu poza realizatorem badania i zamawiającym oraz że zostanie ono, podobnie jak i sporządzona z niego transkrypcja, zanonimizowane.

*Moderator informuje również, że przewidywany czas rozmowy będzie wynosił ok. 30 min. W ramach wywiadu zostaną poruszone następujące tematy: m. in. **wygląd przestrzeni przed lokalem, w którym badany dokonał zakupu, wygląd wnętrza lokalu, opinia dot. obsługi oraz proponowanej oferty handlowej.***

Poniższe pytania stanowią przykład pytań, które można zadać. Mają na celu zwrócenie uwagi moderatorowi na tematy, które powinien omówić w czasie rozmowy z uczestnikiem badania.

I WPROWADZENIE DO BADANIA

Moderator zadaje wstępne, bardzo ogólne pytania, aby rozpocząć rozmowę. Powinny one dotyczyć ogólnej opinii badanego o ulicy 3 Maja i jej kondycji oraz informacji o dokonanym właśnie zakupie u jednego ze wskazanych przedsiębiorców.

- a. Znajdujemy się na ulicy 3 Maja. Proszę mi coś o niej opowiedzieć. Czy lubi P. robić tu zakupy? Po jakie zakupy najczęściej P. tutaj przychodzi?
- b. Jak ustaliliśmy, jest P. klientem **firmy X**¹. Proszę opowiedzieć o dzisiejszej wizycie w **firmie X**:

21. Co P. dziś kupił(a)/z jakiej usługi skorzystał(a)?

22. Jak często P. tu kupuje i dlaczego?

II ESTETYKA PRZESTRZENI ZEWNĘTRZNEJ

2.1. Proszę chwilę zastanowić się nad tym, jak wygląda okolica **firmy X**? Proszę o niej opowiedzieć. Co jest w niej P. zdaniem dobre, a co wymagałoby poprawy?

2.2. Jak oceni P. okolicę pod względem (*moderator kolejno dopytuje o poszczególne aspekty*):

8. Czystości. Dlaczego/Co P. ma na myśli? Poproszę o jakiś przykład.

9. Zieleni (natury) . Dlaczego/Co P. ma na myśli? Poproszę o jakiś przykład.

¹ W miejscu sformułowania „**firma X**” moderator wstawi badanego przedsiębiorcę.

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

10. Zadbana. Dlaczego/Co P. ma na myśli? Poproszę o jakiś przykład.

11. Bezpieczeństwa. Dlaczego/Co P. ma na myśli? Poproszę o jakiś przykład.

2.3. Przeczytam P. pewne stwierdzenia, proszę wskazać na ile się P. z nimi zgodzi, a na ile nie (Odpowiadając proszę używać liczb od 1 do 5, gdzie **1 oznacza 'całkowicie się nie zgadzam', a 5 oznacza 'całkowicie się zgadzam'**):

Stwierdzenie	1	2	3	4	5
28. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.					
29. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni.					
30. Otoczenie lokalu jest zadbane .					
31. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .					
32. Otoczenie wygląda na bezpieczne .					
33. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					

Odpowiedzi moderator zapisuje w *Ankiecie uzupełniającej wywiad*.

2.4. Proszę chwilę zastanowić się nad wyglądem zewnętrznym lokalu **firmy X**, jego wejściem. Podobnie jak poprzednio, proszę mi o nim opowiedzieć. Jakże sprawia wrażenie? Co jest w nim dobre, a co wymagałoby, P. zdaniem, poprawy?

2.5. Porozmawiajmy teraz o witrynie lokalu **firmy X** (jeśli jest). Co P. z niej pamięta? Jakże ma P. wrażenia jej dotyczące? Czy wydaje się atrakcyjna, ciekawa? Co jest w niej dobre, a co wymagałoby, P. zdaniem, zmiany?

2.6. Przeczytam P. pewne stwierdzenia, proszę wskazać na ile się P. z nimi zgodzi, a na ile nie (Odpowiadając proszę używać liczb od 1 do 5, gdzie **1 oznacza 'całkowicie się nie zgadzam', a 5 oznacza 'całkowicie się zgadzam'**):

Stwierdzenie	1	2	3	4	5
33. Witryna lokalu jest czysta .					
34. Witryna lokalu jest uporządkowana .					
35. Witryna lokalu jest zadbana .					
36. Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .					
37. Witryna jest nowoczesna .					
38. Witryna zachęca do wejścia do lokalu .					

Odpowiedzi moderator zapisuje w *Ankiecie uzupełniającej wywiad*.

III ESTETYKA PRZESTRZENI WEWNĘTRZNEJ

3.1. Teraz wchodzimy do środka. Proszę przypomnieć sobie jak wyglądało wnętrze lokalu **firmy X**. Proszę o nim opowiedzieć i wskazać te elementy, które się P. podobały, a które nie. Co P. czuł(a) w tym pomieszczeniu i dlaczego? Jakże P. ma wrażenia?

3.2. Jak oceni P. lokal **firmy X** pod względem (*moderator kolejno dopytuje o poszczególne aspekty*):

12. Czystości. Dlaczego/Co P. ma na myśli? Poproszę o jakiś przykład.

13. Zadbana. Dlaczego/Co P. ma na myśli? Poproszę o jakiś przykład.

14. Bezpieczeństwa i ładu. Dlaczego/Co P. ma na myśli? Poproszę o jakiś przykład.

3.3. Przeczytam P. pewne stwierdzenia, proszę wskazać na ile się P. z nimi zgodzi, a na ile nie (Odpowiadając proszę używać liczb od 1 do 5, gdzie **1 oznacza 'całkowicie się nie zgadzam', a 5 oznacza 'całkowicie się zgadzam'**):

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

Stwierdzenie	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest przyjazna dla klienta.					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest nowoczesna .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest zadbana .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest czysta .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest uporządkowana .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest bezpieczna .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu sprawia wrażenie profesjonalnej .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu zachęca do zakupu.					

Odpowiedzi moderator zapisuje w *Ankiecie uzupełniającej wywiad*.

IV JAKOŚĆ OBSŁUGI

4.1. Porozmawiajmy teraz o osobie, która P. obsługiwała w **firmie X**. Jaka ona była? Czy coś zwróciło w szczególny sposób P. uwagę?

4.2. Proszę opisać jej zachowanie i nastawienie do P. Jak je P. oceni?

4.3. Proszę opowiedzieć, na ile jest P. zadowolony(a) z obsługi i dlaczego? Czy coś w tym zakresie można by poprawić?

4.4. Przeczytam P. pewne stwierdzenia, proszę wskazać na ile się P. z nimi zgodzi, a na ile nie (Odpowiadając proszę używać liczb od 1 do 5, gdzie **1 oznacza 'całkowicie się nie zgadzam'**, a **5 oznacza 'całkowicie się zgadzam'**):

Stwierdzenie	1	2	3	4	5
g) Sprzedawca* był sympatyczny .					
h) Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .					
i) Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .					
j) Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .					
k) Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.					
l) Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).					
m) Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb .					
n) Sprzedawca wyrażał się jasno .					
o) Sprzedawca był kompetentny .					
p) Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę .					
q) Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.					

*w przypadku salonów kosmetycznych przez pojęcie sprzedawcy rozumie się obsługę salonu, tj. kosmetyczkę.

Odpowiedzi moderator zapisuje w *Ankiecie uzupełniającej wywiad*.

V STRATEGIA PROMOCYJNA

26.1. Czy **firma X** proponuje klientom jakieś promocje/okazje? Jeśli tak, proszę o nich opowiedzieć. Jeśli tak proszę ocenić czy są atrakcyjne i dlaczego.

26.2. Proszę wskazać skąd się P. dowiedział(a) o promocjach i okazjach. Miały one wpływ na decyzję o zakupie?

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

26.3. W jaki sposób **firma X** się reklamuje, tj. informuje klientów o swoich towarach i usługach. Czy **firma X** jest P. zdaniem dobrze rozreklamowana? Dlaczego P. tak twierdzi?

26.4. Czy jest coś, co **firma X** mogła by P. zdaniem poprawić w zakresie informowania klienta o własnych produktach/usługach?

VI OFERTA HANDLOWA

6.1. Proszę opowiedzieć, co – tj. jakie produkty i usługi oferuje **firma X**. Z których zwykle P. korzysta?

6.2. Jak P. zdaniem wypada **firma X** na tle innych tego typu przedsiębiorstw? Czy jest coś czego **firmie X** brakuje albo przeciwnie, co jest wyjątkowe, tylko u w **firmie X**?

6.3. Czy jest P. zadowolony(a) z dokonanego zakupu/zakupionej usługi? Proszę opowiedzieć, dlaczego?

*Pytanie 6.4. zadane zostanie tym klientom, którzy mają świadomość treści reklam i ogłoszeń **firmy X** (jeżeli takie istnieją).*

6.4. P. zdaniem **firma X** proponuje swoim klientom to, co obiecuje w swoich reklamach/ogłoszeniach? Proszę podać przykład.

VII PODSUMOWANIE BADANIA

a. Jak poleciłby(aby) P. **firmę X** swoim znajomym (Co by P. im powiedział(ała)?). Na jakie cechy zwróciłby (aby) P. uwagę, jeśli w ogóle?

b. Ma P. ochotę wrócić ponownie do **firmy X**? Dlaczego?

c. Jakie cechy **firmy X**, chciałby(aby) P. zmienić, a jakie chciałby(aby) P. utrzymać?

d. Jeśli ma P. jakieś pytania, refleksje dotyczące tematu naszej rozmowy, bardzo proszę o podzielenie się nimi w tej chwili.

Moderator dziękuje za udział w badaniu i informuje, że jego wyniki pojawią się na stronie Zamawiającego, tj. <http://fabrykapelnazycia.pl/>

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

ANKIETA UZUPEŁNIAJĄCA WYWIAD

NUMER WYWIADU:

Odpowiedzi na pytania zapisuje moderator (1= całkowicie się nie zgadzam; 5= całkowicie się zgadzam).

2.3.

Stwierdzenie	1	2	3	4	5
13. Lokal znajduje się w czystym otoczeniu, tj. wokół wejścia nie leżały papierki, niedopałki itd.					
14. W bezpośrednim otoczeniu lokalu jest dużo zieleni .					
15. Otoczenie lokalu jest zadbane .					
16. Otoczenie lokalu zachęca do jego odwiedzenia .					
17. Otoczenie wygląda na bezpieczne .					
18. Otoczenie lokalu oceniam jako nowoczesne .					

2.6.

Stwierdzenie	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest czysta .					
<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest uporządkowana .					
<input type="checkbox"/> Witryna lokalu jest zadbana .					
<input type="checkbox"/> Elementy zawarte w witrynie lokalu są ze sobą spójne .					
<input type="checkbox"/> Witryna jest nowoczesna .					
<input type="checkbox"/> Witryna zachęca do wejścia do lokalu.					

3.3.

Stwierdzenie	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest przyjazna dla klienta.					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest nowoczesna .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest zadbana .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest czysta .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest uporządkowana .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu jest bezpieczna .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu sprawia wrażenie profesjonalnej .					
<input type="checkbox"/> Przestrzeń lokalu zachęca do zakupu.					

4.4.

Stwierdzenie	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Sprzedawca* był sympatyczny .					
<input type="checkbox"/> Sprzedawca był uprzejmy/kulturalny .					
<input type="checkbox"/> Sprzedawca wykazywał chęć udzielenia mi pomocy .					
<input type="checkbox"/> Sprzedawca chętnie odpowiadał na moje pytania .					

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

<input type="checkbox"/> Sprzedawca był zorientowany na moje potrzeby.					
<input type="checkbox"/> Sprzedawca był zaangażowany w moją sprawę (tj. odczuwalnie starał się spełnić oczekiwania klienta).					
<input type="checkbox"/> Sprzedawca dopasowywał proponowane produkty do moich potrzeb .					
<input type="checkbox"/> Sprzedawca wyrażał się jasno .					
<input type="checkbox"/> Sprzedawca był kompetentny .					
<input type="checkbox"/> Sprzedawca posiadał wymaganą na stanowisku wiedzę .					
<input type="checkbox"/> Postawa sprzedawcy zachęcała do zakupu.					

CZĘŚĆ C

ZGODA PRZEDSIĘBIORCY NA UDZIAŁ W BADANIU I NAGRYWANIE ROZMÓW

Nazwa badanego przedsiębiorstwa:

Zgoda na udział w badaniu i nagranie rozmowy

Oświadczam, że udzielam zgody na udział w badaniu pn. *Diagnoza podstawowych problemów przedsiębiorców POR CENTRUM* i nagranie przeprowadzonej rozmowy. Ponadto oświadczam, że zostałem poinformowany, że nagranie zostanie zanonimizowane, a następnie wykorzystane wyłącznie do sporządzenia raportu badawczego. Nagranie będzie dysponował tylko realizator badania, tj. Stowarzyszenie „Przedsiębiorcy z Wyboru” oraz zleceniodawca tj. Urząd Miasta Dąbrowa Górnicza. Nagranie nie zostanie udostępnione osobom postronnym.

Podpis uczestnika badania

Zgoda na publikację wyników w postaci zanonimizowanych raportów w bazie wiedzy

Oświadczam, że udzielam zgody na publikację wyników w postaci zanonimizowanych raportów w bazie wiedzy dostępnej na stronie projektu „Fabryka Pełna Życia - rewitalizacja śródmieścia Dąbrowy Górniczej”, tj. <http://fabrykapelnazycia.pl>.

Podpis uczestnika badania

SCENARIUSZ INDYWIDUALNEGO WYWIADU POGŁĘBIONEGO (IDI) Z PRZEDSIĘBIORCAMI

Przed rozpoczęciem rozmowy, moderator przedstawi uczestnikowi wywiadu cel badania oraz jego zleceniodawcę, a także poprosi o pisemną zgodę na nagranie rozmowy, uprzedzając wcześniej, że nagranie nie będzie udostępniane nikomu poza realizatorem badania i zamawiającym oraz że zostanie ono, podobnie jak i sporządzona z niego transkrypcja, zanonimizowane. Moderator prosi o podpisanie przygotowanych zgód i oświadczeń.

Moderator informuje również o tym, jaki będzie temat rozmowy, a także ile może ona potrwać.

I HISTORIA I CHARAKTERYSTYKA FIRMY

- 1.1. Proszę powiedzieć, jak długo P. prowadzi własną działalność gospodarczą na ulicy 3 Maja? Czy działalność ta była prowadzona nieprzerwanie? Czy to jedyny punkt, w którym prowadzi P. działalność?
- 1.2. Proszę opowiedzieć o początkach i powodach założenia działalności na ul. 3 Maja. Jakie były wtedy warunki prowadzenia działalności?
- 1.3. Jak od tamtej pory zmieniła się P. działalność w rejonie tej ulicy? Czy można mówić o jakichś etapach rozwoju P. firmy?

II OFERTA FIRMY I JEJ PROMOCJA

- 2.1. Proszę opowiedzieć, czym zajmuje się P. firma i jaka jest jej oferta?
- 2.2. Jak P. zdaniem wypada P. firma na tle innych tego typu przedsiębiorstw w okolicy?
- 2.3. Proszę scharakteryzować P. klientów. Kto najczęściej korzysta z oferty P. firmy?
- 2.4. Proszę opowiedzieć, co P. robi, żeby przyciągnąć lub zatrzymać klientów?
- 2.5. Czy oferuje P. jakieś promocje lub programy lojalnościowe dla klientów? Jeśli tak, proszę o nich opowiedzieć, jeśli nie, dlaczego?
- 2.6. Z jakich form kontaktu z klientami (promocji firmy) P. korzysta? Dlaczego akurat te?

III MOCNE STRONY FIRMY

- 3.1. Wielu przedsiębiorców skarży się na trudności w utrzymaniu działalności gospodarczej. Czy istnieją jakieś dobre sposoby, aby utrzymać rentowność? Jak P. sobie z tym radzi?
- 3.2. Jakie P. działania można by polecić jako dobre praktyki innym firmom? Co P. zdaniem ludzi do P. firmy przyciąga?

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

3.3. Z których decyzji dotyczących działań firmy jest P. szczególnie zadowolony/a?

IV SŁABE STRONY FIRMY

4.1. Co jest P. zdaniem najbardziej problematyczne w prowadzeniu działalności na ul. 3 Maja? Jak P. sobie z tym radzi?

4.2. Dostrzega P. jakieś trudności związane z kwestiami formalnymi, tj. dotyczące zarządzania firmą? Jeśli tak, proszę o nich opowiedzieć.

4.3. Czy dostrzega P. jakieś inne trudności w prowadzeniu działalności? Jeśli tak, proszę o nich opowiedzieć.

V SZANSE I ZAGROŻENIA ROZWOJU

5.1. Jakie P. zdaniem są perspektywy prowadzenia działalności na ul. 3 Maja w najbliższej przyszłości? Dlaczego?

5.2. Czy jest coś czego się P. obawia w przyszłości w kontekście P. działalności?

5.3. Czy dostrzega P. jakieś potrzeby klientów, których inni w P. branży, w okolicy nie dostrzegają? Czy jest coś nowego, co można by wprowadzić do oferty?

5.4. Jakie dostrzega P. szanse w przyszłości dla rozwoju działalności lub utrzymania jej na satysfakcjonującym poziomie?

VI POTRZEBY

6.1. Co, ogólnie rzecz biorąc, P. zdaniem, mogłoby polepszyć sytuację P. firmy? Proszę o tym opowiedzieć.

6.2. Czy ma P. jakieś potrzeby szkoleniowe, tj. dotyczące uprawnień, umiejętności, wiedzy, potrzebnej w prowadzeniu firmy (kursy, szkolenia)? Czy jakaś wiedza byłaby dziś dla P. lub osoby przez P. zatrudnianej szczególnie przydatna i chętnie P. skorzystał(a)by ze szkolenia na ten temat?

6.3. Czy dostrzega P. potrzebę większej współpracy z organami administracyjnymi? Jeśli tak, proszę o nich opowiedzieć.

6.4. Ile osób aktualnie P. zatrudnia. Proszę krótko o nich opowiedzieć.

6.5. Czy dostrzega P. potrzebę zatrudnienia większej liczby osób lub zmniejszenia zatrudnienia? Jeśli tak, kogo P. szuka? Czy ma P. jakieś potrzeby w zakresie rekrutacji nowych pracowników?

VII PODSUMOWANIE BADANIA

7.1. Czy ma P. jakieś uwagi w temacie prowadzenia biznesu na ulicy 3 Maja lub P. potrzeb, jako przedsiębiorcy?

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

*Moderator dziękuje za udział w badaniu i informuje, że jego wyniki pojawią się na stronie Zamawiającego, tj.
<http://fabrykapelnazycia.pl/>*

SCENARIUSZ INDYWIDUALNEGO WYWIADU POGŁĘBIONEGO (IDI) Z PRACOWNIKAMI

Przed rozpoczęciem rozmowy, moderator przedstawi uczestnikowi wywiadu cel badania oraz jego zleceniodawcę, a także poprosi o pisemną zgodę na nagranie rozmowy, uprzedzając wcześniej, że nagranie nie będzie udostępniane nikomu poza realizatorem badania i zamawiającym oraz że zostanie ono, podobnie jak i sporządzona z niego transkrypcja, zanonimizowane. Moderator prosi o podpisanie przygotowanych zgód i oświadczeń.

Moderator informuje również o tym, jaki będzie temat rozmowy, a także ile może ona potrwać.

Poniższe pytania stanowią przykład pytań, które można zadać. Mają na celu zwrócenie uwagi moderatorowi na tematy, które powinien omówić w czasie rozmowy z uczestnikiem badania.

I PYTANIA WSTĘPNE

- 1.1. Jak długo pracuje P. w tym miejscu? Proszę opowiedzieć o początkach pracy tutaj.
- 1.2. Jak jest P. zdanie o ul. 3 Maja (z perspektywy sprzedawcy)? Dlaczego?

II OFERTA FIRMY I JEJ PROMOCJA

- 2.1. Proszę opowiedzieć, czym zajmuje się P. firma i jaka jest jej oferta?
- 2.2. Jak P. zdaniem wypada P. firma na tle innych tego typu przedsiębiorstw w okolicy?
- 2.3. Kim są najczęściej P. klienci?
- 2.4. W jaki sposób P. firma przyciąga klientów lub dąży do ich utrzymania?
- 2.5. Czy ma P. jakieś uwagi co do potrzeb klientów? Czy zdarzyło się, aby klienci wskazywali - sugerowali, że coś w ofercie firmy byłoby ciekawe/potrzebne? Jeśli tak, co to było?

III MOCNE I SŁABE STRONY FIRMY

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020

3.1. Proszę się zastanowić nad tym, co P. zdaniem ludzi do Was przyciąga? Jakie działania firmy są dobre, skuteczne i należałoby je utrzymać?

3.2. Czy jest coś co P. zdaniem wymagałoby poprawy (np. wprowadzić jakiś produkt/promocje lub wprowadzić zmiany prowadzić w otoczeniu lokalu lub w jego wnętrzu)? Czy ktoś na coś się skarżył lub coś sugerował? Jeśli tak, co to takiego?

IV SZANSE I ZAGROŻENIA ROZWOJU

4.1. Jakie P. zdaniem są perspektywy prowadzenia działalności na ul. 3 Maja w najbliższej przyszłości? Dlaczego?

4.2. Czy dostrzega P. jakieś potrzeby klientów, których inni w P. branży w okolicy nie dostrzegają? Czy jest coś nowego, co można by wprowadzić do oferty?

V POTRZEBY

5.1. Czy jako pracownik, dostrzega P. jakieś potrzeby szkoleniowe? Czy chciałaby P. jakoś poszerzyć swoją wiedzę, uzyskać nowe umiejętności potrzebne do pracy na tym stanowisku?

5.2. Czy dostrzega P. jakieś potrzeby kadrowe, np. zatrudnienia kogoś dodatkowego?

VI PODSUMOWANIE BADANIA

6.1. Czy ma P. jakieś uwagi w temacie prowadzenia biznesu na ulicy 3 Maja i potrzeb firmy?

*Moderator dziękuje za udział w badaniu i informuje, że jego wyniki pojawią się na stronie Zamawiającego, tj.
<http://fabrykapelnazycia.pl/>*