



Primer iz prakse: Kakovost storitev in HRM



1. Splošno o Baby Centru



1.1. Predstavitev podjetja

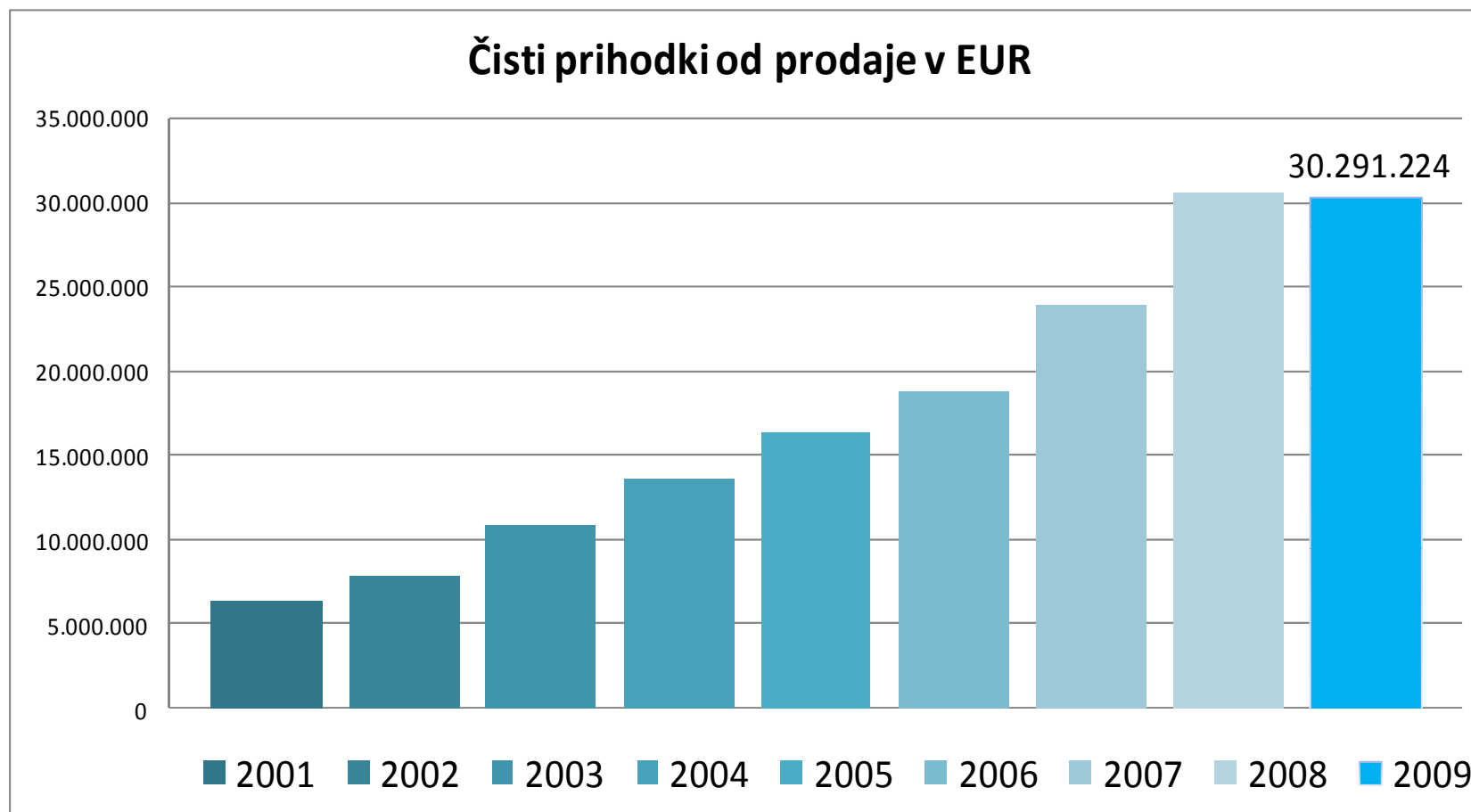
- Baby Center d.o.o. je zasebno trgovsko podjetje, ustanovljeno leta 1990. Iz leta v leto smo rasli in iz malega trgovca postali eno vodilnih podjetij na področju prodaje proizvodov za otroke od rojstva do osmih let starosti, s posebnim fokusom na primarno ciljno skupino - nosečnice in starše otrok, starih do 4 leta.
- Baby Center je s svojim prodajnim programom prisoten v različnih kategorijah:
 - otroška oprema
 - pohištvo
 - igrače
 - pripomočki (stekleničke, dude), hrana , kozmetika
 - tekstil – otroška oblačila, oblačila za nosečnice

1.2. Zgodovina

- 1990 – ustanovitev podjetja
- 2004 – spletna trgovina
- 2004 - prodaja prek telefona
- 2006 – prevzem podjetja Ariel
- 2007 – storitev osebnega svetovanja v trgovini BTC v Ljubljani
- 2008 – odprtje franšize v Prištini
- 2008 – združitev verig Ariel in Baby Center pod enotno blagovno znamko Baby Center
- 2009 – nagrada Superbrands Slovenia



1.3. Rast prihodkov

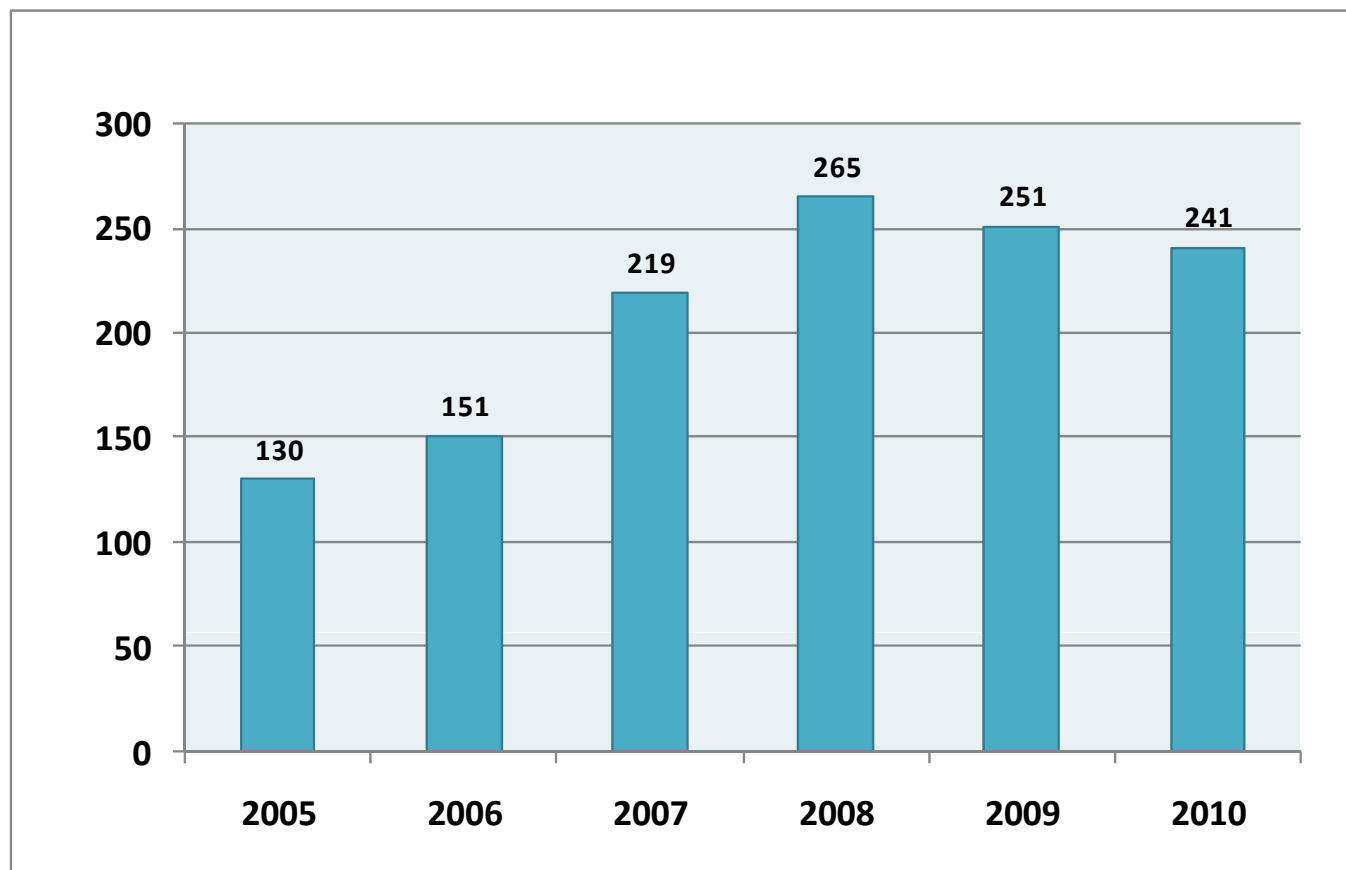


1.4. Trgovine

- 32 lastnih trgovin in 2 franšizni trgovini po vsej Sloveniji
- 1 franšizna trgovina v Prištini, Kosovo
- Celotna neto prodajna površina znaša 17.187 m².

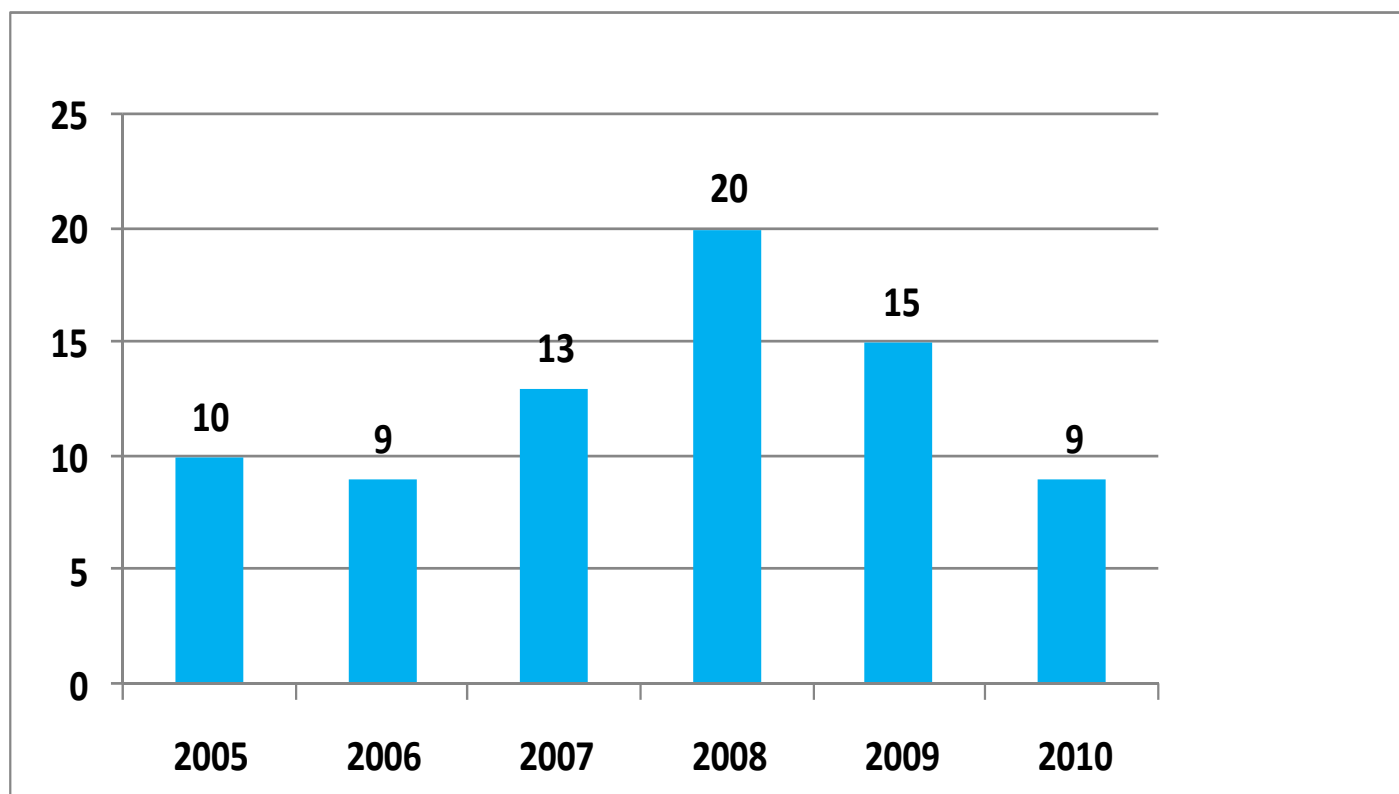


1.5. Število zaposlenih



Podatki za leta 2005-2009 so na dan 31.12., podatek za leto 2010 pa je na dan 30.9.

1.6. Fluktuacija zaposlenih (%)



Podatki za leta 2005-2009 so na dan 31.12., podatek za leto 2010 pa je na dan 30.9.

2. Kakovost storitev v Baby Centru



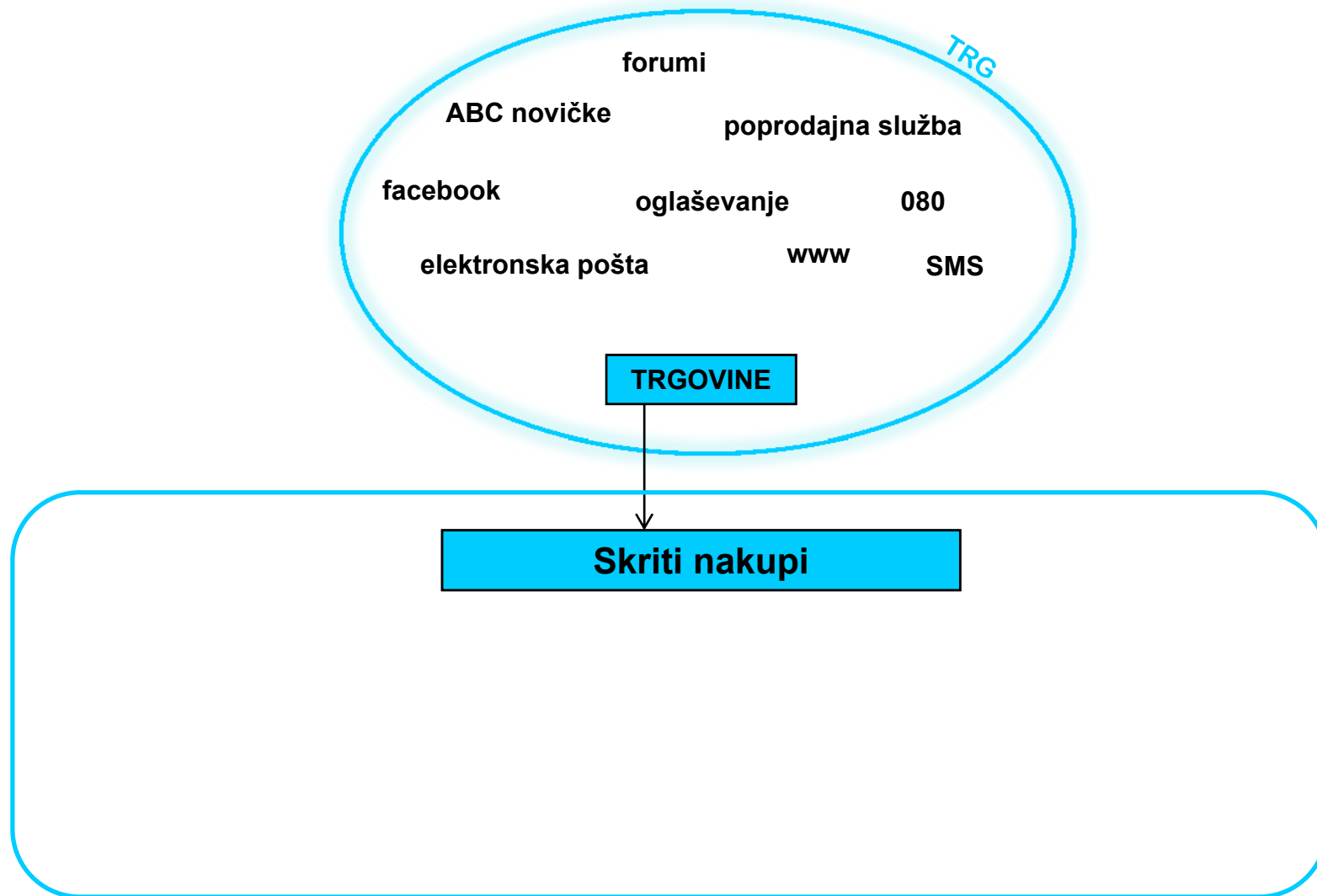
2.1. Kaj za nas pomeni kakovostna storitev?

Izhodišče za kakovost: celovita izkušnja z Baby Centrom

- cilj so zadovoljni kupci:
 - ki se vračajo
 - ki nas priporočijo sorodnikom in prijateljem
 - ki dobijo dobre in prave strokovne nasvete
 - do katerih so zaposleni prijazni in hitro odzivni
 - ki so dobili, kar so želeli (informacije ali blago)
 - ki so kupovali v prijetnem okolju

“What can’t be measured, can’t be managed”

2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?



2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?

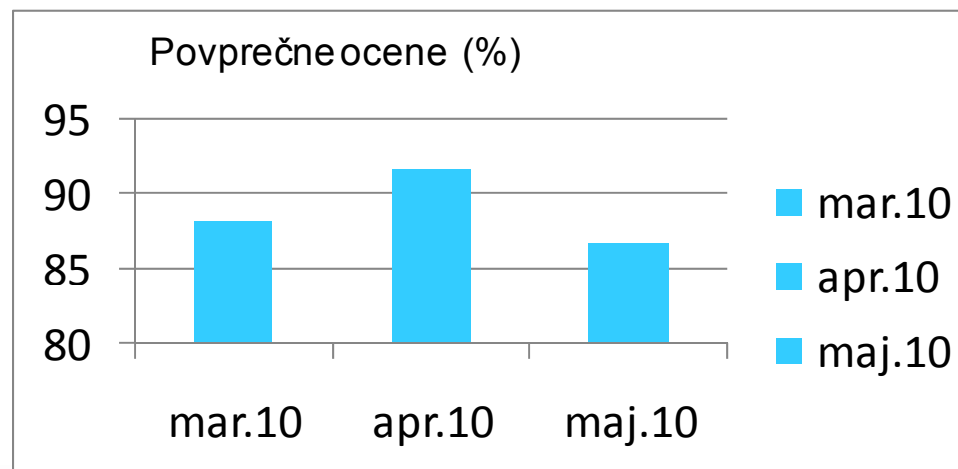
2.2.1. Skriti nakupi

- redno izvajanje v večjih centrih
- stalna prenova in izboljšanje izvajanja skritih nakupov
- analiza z vidika celovite izkušnje nakupa in ocena storitve konkretnih oseb v prodajalni, ki dobijo natančno povratno informacijo
- rezultati kažejo na visoko kakovost storitev:
- število skritih nakupov v zadnjem letu: 11
- povprečna ocena skritega nakupa v zadnjem letu: 88,8%

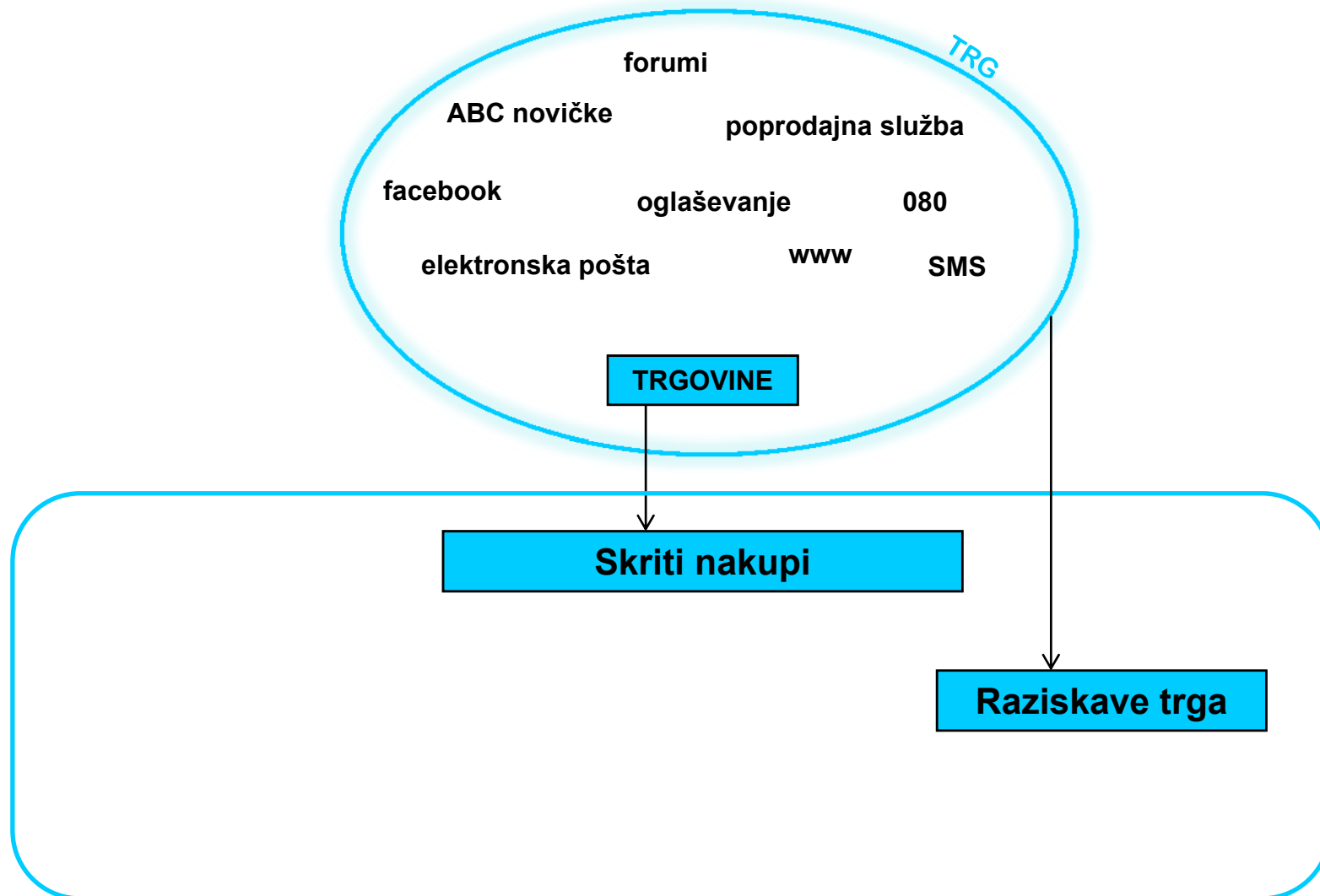
1 Splošni podatki (0%)	
#	Vprašanje
1	Datum raziskave:
2	Čas prihoda:
3	Čas odhoda:
4	Število kupcev v prodajalni
5	Število zaposlenih:
6	Na katerem oddelku ste kupovali (oprema, igrače, tekstil, pripomočki - hrana, plenice, drobna oprema za otroke)?
7	Po čem ste povpraševali na oddelku?
8	Kaj ste kupili?
9	Znesek računa:
10	Številka prejetega računa:

2 Prodajalec na oddelku (75%)	
#	Vprašanje
11	Ali vas je kateri od uslužbencev pozdravil s pogledom v oči in se vam nasmehnil ob prihodu v prodajalno v 30 sekundah?

Baby Center d.o.o., Letališka 3c, SI-1000 Ljubljana / BABY CENTER - obisk 2010-0



2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?



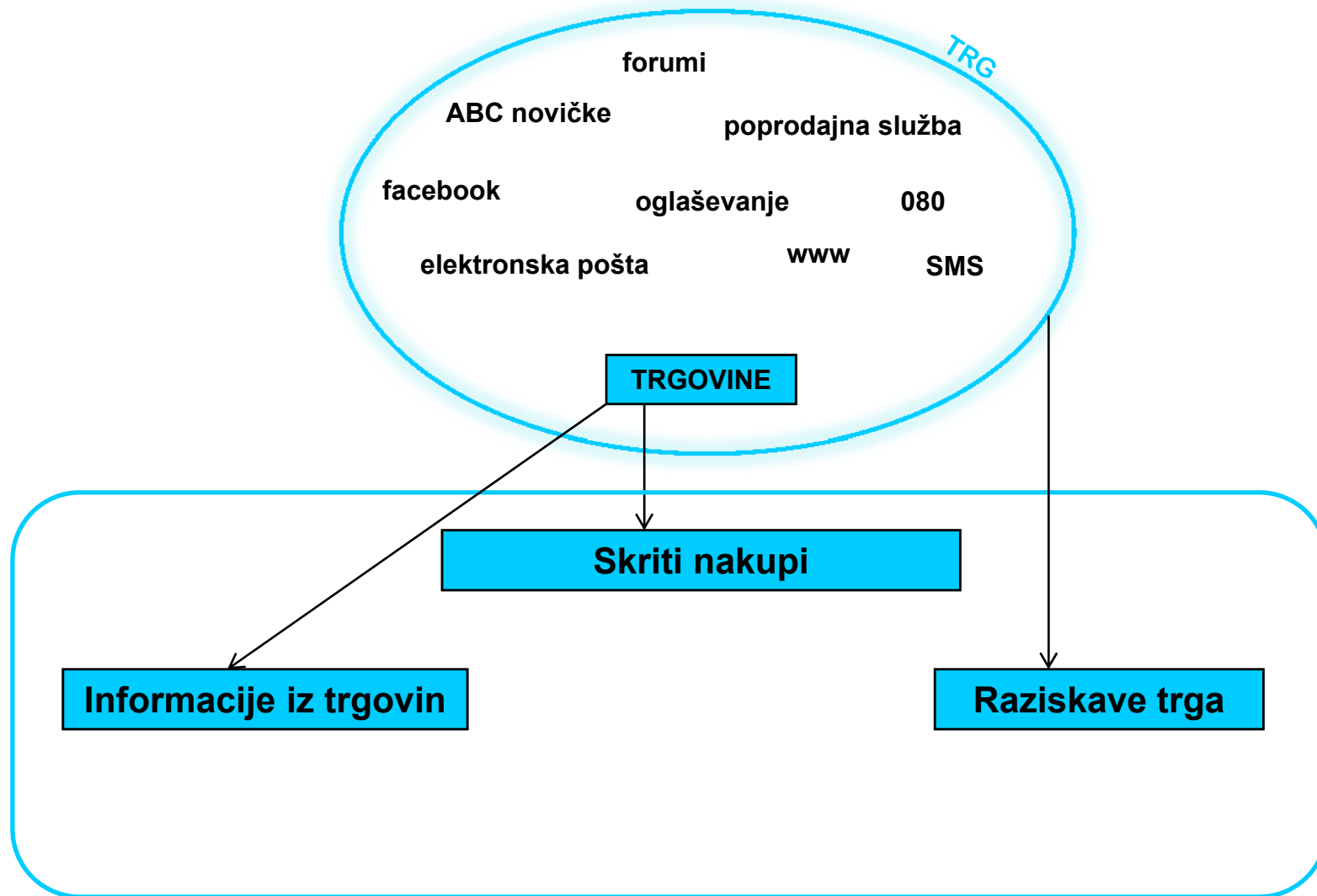
2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?

2.2.2. Raziskave podobe Baby Centra

- Moč blagovne znamke
- Podoba blagovne znamke
- Percepcija Baby Centra na trgu
- Pozicija Baby Centra na trgu
- Nakupne navade

- Interna javnost

2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?

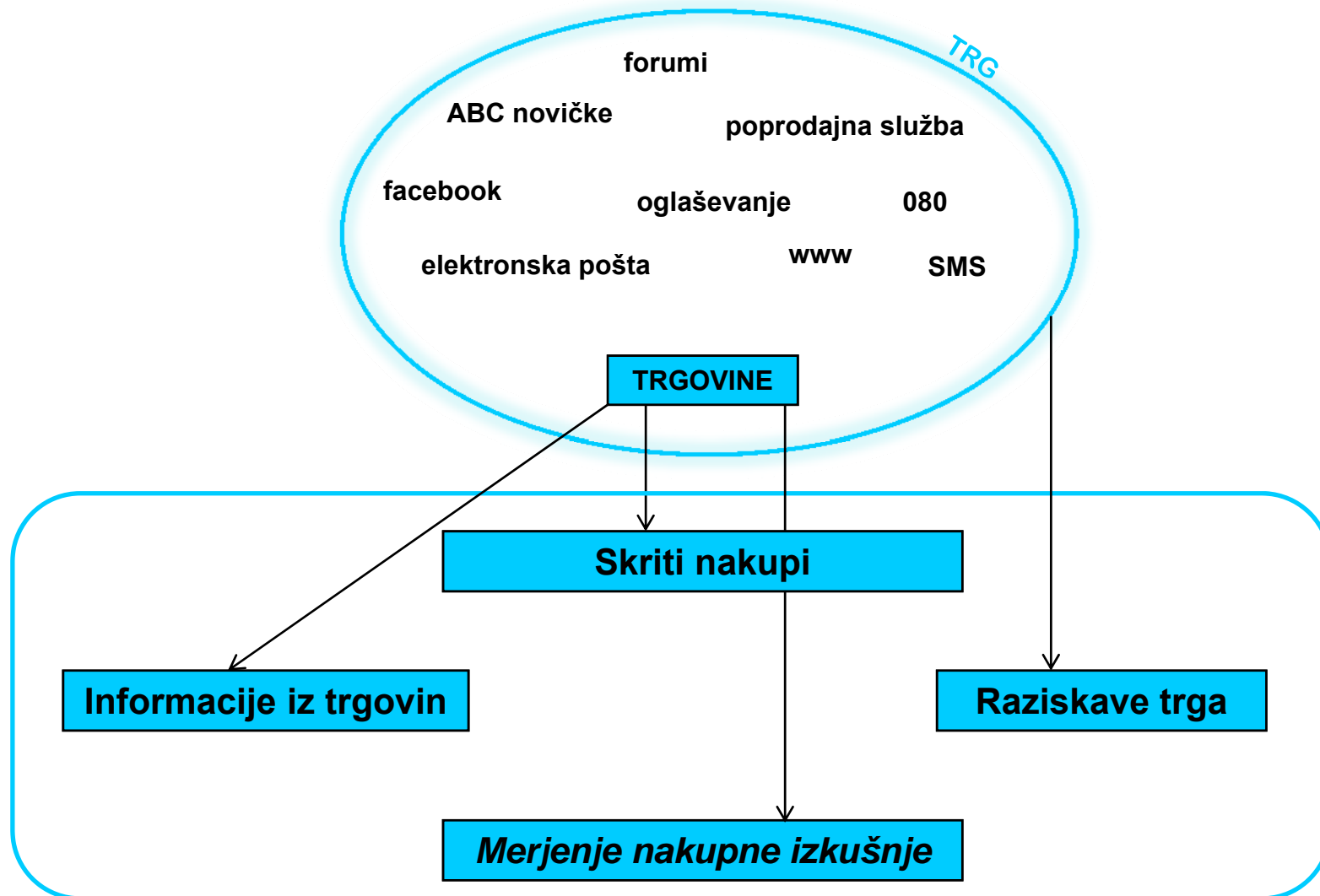


2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?

2.2.3. Povratna informacija iz trgovin

- novo delovno mesto regijskega vodje maloprodaje z namenom pogostejšega obiska prodajaln in skrbi za kakovostno storitev v vseh prodajalnah
- intenzivno delo s poslovodji:
 - redna komunikacija in povratna informacija
 - skrb za zagotavljanje enakega standarda storitve v različnih prodajalnah
- tedenska poročila poslovalnic
- redni obiski iz uprave
- delo zaposlenih na upravi v trgovini

2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?

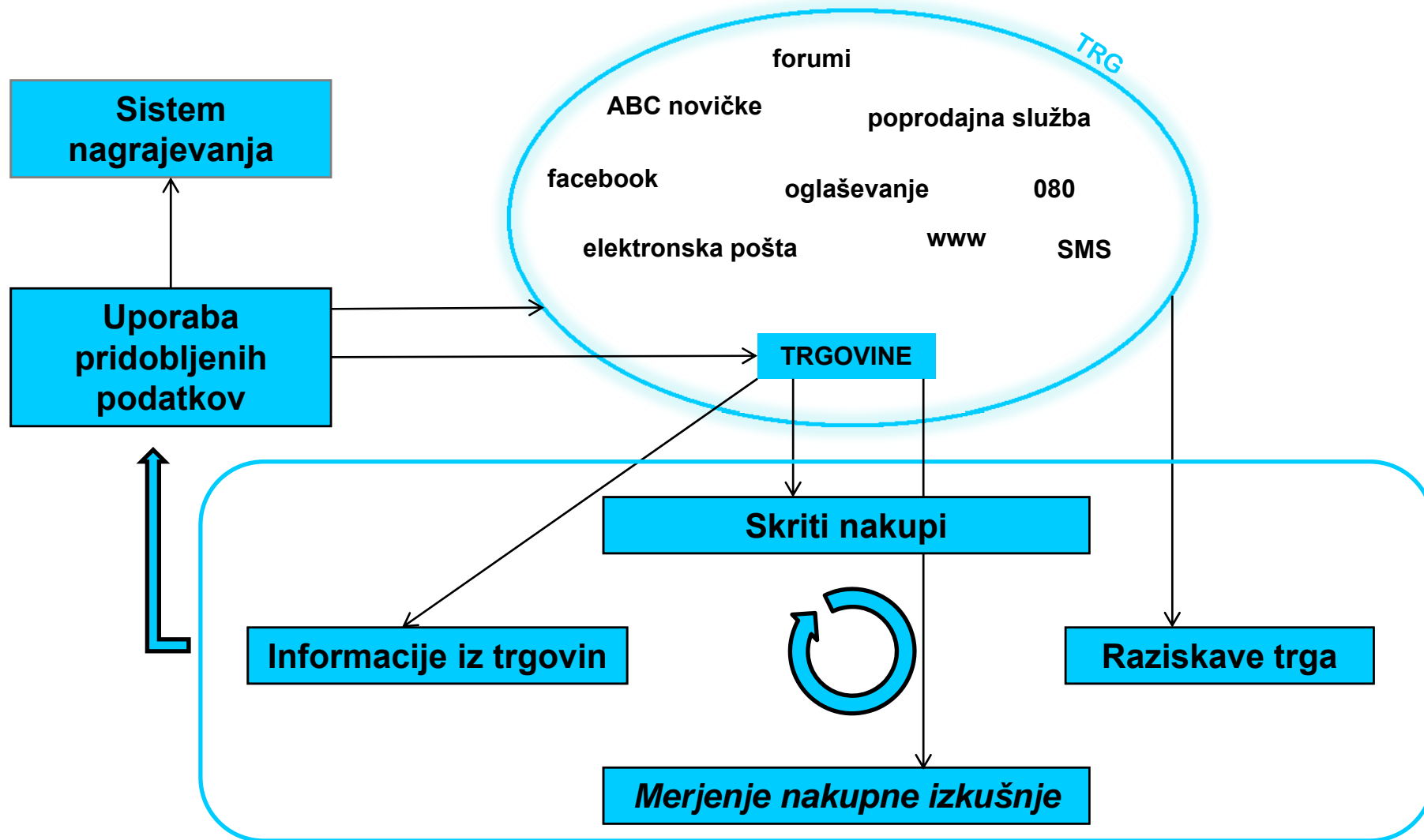


2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?

2.2.4. Planirana aktivnost: Merjenje nakupne izkušnje

- anketa zadovoljstva s kakovostjo storitve na prodajnem mestu (vse prodajalne)
- kriteriji ocenjevanja:
 - strokovnost
 - prijaznost
 - razpoložljivost zaposlenih
 - razporeditev izdelkov
 - splošno počutje v trgovini

2.2. Kako ugotavljamo kakovost storitev?



2.3. Primer zagotavljanja kakovosti

2.3.1. Osebno svetovanje – nova oblika storitve

- brezplačno individualno svetovanje bodočim in obstoječim staršem - svetovanje povsem prilagojeno individualnim željam in potrebam udeležencev. Trajanje: 2-3 ure)
- predhodna prijava pri specializiranem prodajalcu - prijavi se lahko vsakdo; nakup ni pogoj za udeležbo
- kje: posebna za ta namen urejena sobica oz prostor (zagotavlja intimo, je prijetna, prilagojena visoko nosečim mamicam)



3. HRM v povezavi s kakovostjo storitve



3.1. Prakse, ki spodbujajo kakovost storitev

3.1.1. Stalno izobraževanje zaposlenih

- **strokovnost** je pomembna komponenta kakovosti storitve v Baby centru
- dva tipa izobraževanj:
 - s strani dobaviteljev o izdelkih
 - prodajno področje
- v letu 2010 je bilo na prodajnem področju izvedeno eno izobraževanje na temo tehnike prodaje, v 10 terminih med aprilom in majem 2010, katerega so se udeležile prodajalke in prodajalci – teme izobraževanja so bile profesionalni pristop in prvi vtis, zavedanje, da je stranka vaš pravi delodajalec, obvladovanje različnih situacij pri delu s strankami, ponuditi pravi izdelek in dodatna prodaja.
- strokovno izobraževanje s strani dobaviteljev o izdelkih je bilo v letu 2010 izvedeno 12-krat – namen tovrstnih izobraževanj je predstaviti novosti na izdelkih blagovnih skupin, poslovni partner predstavi nove izdelke, udeleženci izobraževanja poslušajo, nato tudi sami poizkusijo (npr. sestaviti ali montirati avtosedež).

3.1. Prakse, ki spodbujajo kakovost storitev

3.1.2. Ustrezen izbor kadrov

- najti zaposlene, ki bodo zagotavljali kakovost storitve:
 - poudarek na izboru ustreznih poslovodij
 - poudarek na izboru vodij, ki so kompatibilni (namen: dobro sodelovanje med internimi enotami, saj je timsko delo pot do uspeha)
- zaposlovanje oseb, ki spadajo v korporativno kulturo Baby Centra in se identificirajo z blagovno znamko
- za pomembnejše pozicije se natančno definira profil iskanih kandidatov ter izvede psihološko testiranje
- pri izboru za pomembnejše pozicije se odloča več ključnih ljudi

3.1. Prakse, ki spodbujajo kakovost storitev

3.1.3. Krepitev pripadnosti zaposlenih

- Posebni popusti za zaposlene:
 - tekstilni kuponi
 - splošni kuponi

Samo za zaposlene v Baby Centru

-30% OTROŠKA OBLAČILA

BABYCENTER

Kupon je unovčljiv do **31.8.2010** za enkratni nakup največ **5 kosov** otroških oblačil **novih in rednih kolekcij**.

BABYCENTER

-20%
do 31.12.2010

na igrače, oblačila, pripomočke, kozmetiko, pohištvo in opremo (razen Bugaboo)

Samo za zaposlene v Baby Centru

BABYCENTER

-7%
do 31.12.2010

na plenice, hrano in vozičke Bugaboo

Samo za zaposlene v Baby Centru

BABYCENTER

-7%
do 31.12.2010

na plenice, hrano in vozičke Bugaboo

Samo za zaposlene v Baby Centru

BABYCENTER

-20%
do 31.12.2010

na igrače, oblačila, pripomočke, kozmetiko, pohištvo in opremo (razen Bugaboo)

Samo za zaposlene v Baby Centru

- **Obdarovanje ob jubilejih:**
 - Zaposlenim za 15 let: Vikend paket za toplice



- **Majčke za zaposlene – prenova dizajna za boljše počutje**

- **Interni dogodki**
 - Štorkov piknik za zaposlene (2010)



BABYCENTER

ŠTORKOV PIKNIK

12. september, Podgrad pri Ljubljani

Spoštovani,

poletje se bo počasi prevesilo v jesen in štorklje se bodo počasi začele seliti v toplejše kraje . Še preden pa zadnja štorklja razpre krila vas vabimo, da v družbi našega Štorka skupaj ujamemo zadnje prijetne trenutke poletja in nabereemo energijo za nadaljnje skupne korake.

Pridružite se nam na tradicionalnem Baby Center pikniku, ki bo v nedeljo, **12. septembra v Podgradu pri Ljubljani, Pr' Peclju.**

Septembrske nedelje so kot nalašč za prijetno druženje ter športne in družabne aktivnosti. Za vse bo poskrbljeno, zabaval pa nas bo tudi Adi Smolar.

Prosimo vas, da svojo udeležbo na pikniku potrdite najkasneje do **27. avgusta** po e- pošti na naslov lidija.strgar@baby-center.si. Za zaposlene v enotah iz oddaljenih regij (Dolenjska, Štajerska in Primorska) je zagotovljen organiziran prevoz na piknik.

Vzemite si čas za sproščeno igro in druženje!

Z lepimi pozdravi.

Jure Tomc,
direktor



- **Interni dogodki**
 - Prednovoletna zabava za otroke zaposlenih (2009)



3.1. Prakse, ki spodbujajo kakovost storitev

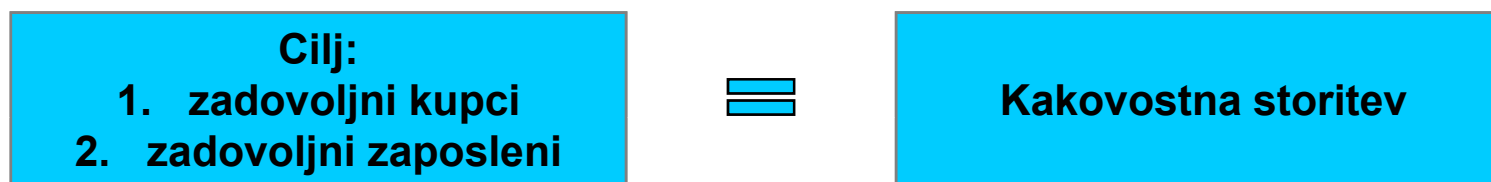
3.1.4. Spodbujanje kakovosti skozi sistem nagrajevanja

- Kakovost storitve pomembna komponenta: trenutni kriteriji ocenjevanja delovne uspešnosti v maloprodaji:
 - *Sposobnost obvladovanja prodaje in naročanja*
 - *Skrb za urejenost prodajnega prostora*
 - *Poslovanje*
 - *Odnos delavca / lastnosti prodajalca*
 - *Obvladovanje dodatne prodaje*
- V teku – prenova sistema nagrajevanja
 - **Namen:** zagotoviti nagrajevanje za vse zaposlene, poenostaviti sistem in ga še bolj usmeriti v kakovost storitve kot tudi timsko delo ter sodelovanje
 - **Predvidena nadgradnja v skladu z namenom:**
 - Ocena zadovoljstva s strani kupcev (anketa – 1x letno vse PE)
 - Bolj natančno opredeljeni kriteriji za osebno oceno (še večji poudarek na celoviti nakupni izkušnji in prodajnih aktivnostih)
 - Izboljšana povratna informacija o oceni delovne uspešnosti s strani nadrejenih
 - Več nivojev nagrajevanja: osebno, PE, področje maloprodaje, podjetje kot celota

4. Zaključek



4. Zaključek



Kdo je odgovoren za kakovostno storitev?

Hvala za pozornost!

