

Benchmarking

CRITERIUL	Nivelul importanței	Nivelul de maturitate			Scor	Valoare Maxima	Scor	Valoare Maxima	Scor	Valoare Maxima
		Solarino	Belvedere	Cea mai buna experienta	Solarino	Belvedere	Restaurantul 3			

Criteriul 1 : ACCES

1.1. Locația

1.1.1. Acces la informație (ușurința de a ajunge la informația necesara)	78.33	66.33	73.5	82.33	5196	6633	5757.26	7350	6449	8233
1.1.2. Accesibilitate (ușurința de a avea acces la persoana/zona potrivita)	75.69	66	76	76.33	4996	6600	5752.44	7600	5777	7633
1.1.3. Puncte de contact	60.78	63.17	73.33	75.67	3839	6317	4457	7333	4599	7567

1.2. Context

1.2.1. Mediu emotiv adaptat la circumstanțe emoționale (cum ar fi copil bolnav, avionul pierdut)	62.56	67.17	71.17	73.33	4202	6717	4452.4	7117	4588	7333
1.2.2. Distanță geografică	66.88	55.17	71	76.67	3690	5517	4748.48	7100	5128	7667
1.2.3. Importanța livrării la timp	80.58	64.67	71.5	75.17	5211	6467	5761.47	7150	6057	7517
1.2.4. Importanța tranzacției	74.94	72.33	72.67	75.17	5420	7233	5445.89	7267	5633	7517

1.3. Atmosfera

1.3.1. Mediul inconjurator	73.23	74.67	75.17	80	5468	7467	5504.7	7517	5858	8000
1.3.2. Retea de specialisti (clientul are acces ușor la acești specialiști)	68.88	65.5	74.83	93.33	4512	6550	5154.29	7483	6429	9333
1.3.3. Navigare (clientul găsește drumul în magazin, site, etc)	70.61	64.83	71.17	78.33	4578	6483	5025.31	7117	5531	7833

Criteriul 2 : BRAND(PRODUS)/ SERVICIU

2.1. Produs/Serviciu	82.09	71.5	76.17	80.83	5869	7150	6252.8	7617	6635	8083
-----------------------------	-------	------	-------	-------	------	------	--------	------	------	------

2.2. Siguranta/ Securitate

2.2. 1. Siguranta bunurilor	82.23	73.17	73.83	83.33	6017	7317	6071.04	7383	6852	8333
-----------------------------	-------	-------	-------	-------	------	------	---------	------	------	------

2.3. Impachetarea si etichetarea

	70.65	65.95	74.33	81.5	4659	6595	5251.41	7433	5758	8150
--	-------	-------	-------	------	------	------	---------	------	------	------

2.4. Fiabilitate/Incredere

2.4.1. Facturare exactă	79.86	75.17	77.83	83.17	6003	7517	6215.5	7783	6642	8317
2.4.2. Acționând asa cum s-a convenit	73.77	74.17	77.67	82.67	5472	7417	5729.72	7767	6099	8267
2.4.3. Clientul este capabil de a verifica calitatea înainte de a face comanda	70.97	67.33	72.83	76.67	4778	6733	5168.75	7283	5441	7667
2.4.4. Diseminarea de informații (dinspre organizația furnizoare)	59.73	69.67	73.17	77.67	4161	6967	4370.44	7317	4639	7767
2.4.5. Calitatea (produse si servicii)	81.94	68.33	76	80.83	5599	6833	6227.44	7600	6623	8083
2.4.6. Încredere (păstrarea promisiunilor, spre deosebire de a incalca promisiunile)	76.23	69.5	75.33	78.83	5298	6950	5742.41	7533	6009	7883
2.4.7. Organizarea procesului de vânzări (proces organizat; fără greseli)	70.31	73.17	80.17	82.17	5145	7317	5636.75	8017	5777	8217
2.4.8. Supravegherea (furnizor trebuie să fie supravegheat; întreținere mare vs. nesuprvegheat)	66.67	69.5	72	79.83	4634	6950	4800.24	7200	5322	7983

Criteriul 3 : PRET / VALOARE

3.1. Valoarea pentru timp										
3.1.1. Performanța de livrare (rapid / la timp)	77.42	66.5	72.83	79.83	5148	6650	5638.5	7283	6180	7983
3.1.2. Utilizarea eficientă a timpului	72.83	70	73.33	81.67	5098	7000	5340.62	7333	5948	8167
3.1.3. Răspunsul la întrebări/solicitari	72.48	70.83	75.67	80.67	5134	7083	5484.56	7567	5847	8067
3.1.4. Receptivitate (bun și rapid în a răspunde)	73.36	73.17	74.17	82.67	5368	7317	5441.11	7417	6065	8267
3.1.5. Timpul pentru a servi / timpul de așteptare	70.31	69	72.33	76.67	4851	6900	5085.52	7233	5391	7667

3.2. Valoarea pentru bani										
3.2.1. Reduceri (oferte speciale)	65.58	62.33	64	70.67	4088	6233	4197.12	6400	4635	7067
3.2.2. Telefon gratuit (dacă trebuie să intre în contact cu compania, apelurile sunt gratuite)	56.61	48.5	53	53.33	2746	4850	3000.33	5300	3019	5333
3.2.3. A primi pentru ce s-a plătit	76.2	72.5	73	81	5525	7250	5562.6	7300	6172	8100
3.2.4. Programul de loialitate (stimulente oferte)	66.11	59.83	63.5	71.83	3955	5983	4197.99	6350	4749	7183
3.2.5. Nivelul prețului (față de prețul de piață mediu)	69.33	65.67	72.83	77.67	4553	6567	5049.3	7283	5385	7767
3.2.6. Prețuri (fix vs negociabil)	64.77	63.83	69	72	4134	6383	4469.13	6900	4663	7200

Criteriul 4 : VARIETATE (ASSORTMENT)/ALEGERE

4.1. Mixul de oferta/categoria										
4.1.1. Alegerea (lasa clientul sa aleaga ceea ce doreste în timp ce alte companii fac selecția și clientul trebuie să o accepte)	72.98	70	74.67	82.33	5109	7000	5449.42	7467	6008	8233

4.1.2. Alegerea educata (compania oferă diferite opțiuni și informații înainte de cumpărare, astfel încât clientul să poată decide)	73.55	70.5	73.33	80.67	5185	7050	5393.42	7333	5933	8067
4.1.3. Servicii stratificate (compania oferă diferite niveluri de servicii și clientul poate decide)	67.73	70.33	69.17	78.83	4763	7033	4684.88	6917	5339	7883
4.1.4. Natura produsului (complex vs. simplu)	65.8	73	72.33	82.33	4803	7300	4759.31	7233	5417	8233
4.1.5. Alegere (libera alegere a ceea ce vrei; permit să se aleaga ceea ce se dorește)	71.59	73.5	77.5	82.17	5262	7350	5548.23	7750	5883	8217
4.1.6. Dimensiunea categoriei (varietatea de produse, varietate vs. gamă limitată)	69.42	73.17	73.17	79.67	5079	7317	5079.46	7317	5531	7967
4.1.7. Model de cumpărare (re-cumpărare, același produs/serviciu din nou vs. achiziționarea de produse/servicii diverse)	63.73	70.5	72	79.83	4493	7050	4588.56	7200	5088	7983
4.1.8. Varietatea (cantitatea potrivită de opțiuni vs. prea multe opțiuni); Asortiment dirijat	63.02	72	71	79.33	4537	7200	4474.42	7100	4999	7933
4.1.9. Bine aprovizionat	72.55	74.5	74.67	80.17	5405	7450	5417.31	7467	5816	8017

Criteriul 5 : COMPONENTE ALE EXPERIENTEI

5.1 Elemente spirituale și emotionale

5.1.1. Oferirea cunoștințelor										
5.1.1.1. Competența	70.96	72.83	71.2	79.67	5168	7283	5052.35	7120	5653	7967
5.1.1.2. Expertiza	63.78	73.33	72	79.17	4677	7333	4592.16	7200	5049	7917
5.1.1.3. Cunoștințe	70.61	75.67	76	83.17	5343	7567	5366.36	7600	5873	8317

5.1.2. Atitudinea

5.1.2.1. Atitudine (util și eficient vs. nu vreau să știu)	68.23	74.67	74.67	81.5	5095	7467	5094.73	7467	5561	8150
--	-------	-------	-------	------	------	------	---------	------	------	------

5.1.2.2. Grijă pentru clienți	73.47	73.17	73.67	83	5376	7317	5412.53	7367	6098	8300
5.1.2.3. Așteptarea (a primi mai mult decât era așteptat)	62.8	68.33	69.33	78.83	4291	6833	4353.92	6933	4951	7883
5.1.2.4. Prietenie, empatie	60.05	73.5	71.67	80.67	4414	7350	4303.78	7167	4844	8067
5.1.2.5. De ajutor (atent la nevoile)	66.77	72.5	72.33	80.5	4841	7250	4829.47	7233	5375	8050
5.1.2.6. Onestitate (a spune adevărul; obținerea de informații corecte)	74.3	69.83	72.67	76.17	5188	6983	5399.38	7267	5659	7617
5.1.2.7. Profesionalismul (concentrându-se pe sarcina avută vs. distras, ocupat cu problemele personale)	74.8	75.33	74	82.17	5635	7533	5535.2	7400	6146	8217
5.1.2.8. Insistență	51.97	57.33	58.67	60	2979	5733	3049.08	5867	3118	6000

5.1.3. Grijă față de proceduri/procese										
5.1.3.1. Grijă de după cumpărare	54.17	61.33	59.83	75.17	3322	6133	3240.99	5983	4072	7517
5.1.3.2. Înțelegere implicită a nevoilor clienților	62.23	68.83	68.33	79	4283	6883	4252.18	6833	4916	7900
5.1.3.3. Rezolvarea problemelor	68.8	67.33	67.17	77.83	4632	6733	4621.3	6717	5355	7783
5.1.3.4. Servicii de recuperare / gestionarea comunicării reclamațiilor	66.95	64.67	66.67	75	4330	6467	4463.56	6667	5021	7500
5.1.3.5. Publicitate (clientul este conștient de companie / produs prin expunere în mass-media)	73.75	72.5	69.33	78	5347	7250	5113.09	6933	5753	7800
5.1.3.6. Contact (punctul dedicat și unic de contact)	63.14	71.17	70.83	76.33	4494	7117	4472.21	7083	4819	7633
5.1.3.7. Centrarea pe client (conversație personalizată vs. un răspuns generic dintr-un scenariu)	67.02	73	71.17	78.33	4892	7300	4769.81	7117	5250	7833
5.1.3.8. Explicație (compania oferă motive pentru ceea ce face)	64.58	70.5	70.5	77	4553	7050	4552.89	7050	4973	7700
5.1.3.9. Feedback	69.92	75.5	67.67	79.17	5279	7550	4731.49	6767	5536	7917

5.1.3.10. Deschiderea	68.34	73.5	74	79.5	5023	7350	5057.16	7400	5433	7950
5.1.3.11. Plasarea comenzilor (dificil, birocratic vs ușor, simplu)	66.8	74.67	73.33	82.67	4988	7467	4898.44	7333	5522	8267
5.1.3.12. Definiția procesului cunoscuta de client (clientul intelege procesul de vânzare)	68.02	72.5	74.67	81	4931	7250	5079.05	7467	5510	8100

5.1.4. Emotionalitate										
5.1.4.1. Prestator de experienta (articole pentru agrement)	61.11	69.67	71	81	4258	6967	4338.81	7100	4950	8100
5.1.4.2. Factorul de „a se simti bine”	71.94	76.33	76	79.5	5491	7633	5467.44	7600	5719	7950
5.1.4.3. Oferă spațiu pentru probleme importante din viața	60.34	68.67	67.33	77.83	4144	6867	4062.69	6733	4696	7783

5.1.5. Personalizare										
5.1.5.1. Atenția pentru clienți (recunoașterea clientului)	73.26	71.33	70.17	80.83	5226	7133	5140.65	7017	5922	8083
5.1.5.2. Personalizare (adaptate pentru individ)	64.41	68.5	72.67	80	4412	6850	4680.67	7267	5153	8000
5.1.5.3. Gradul de contact personal	64.38	69.17	72.67	73.17	4453	6917	4678.49	7267	4711	7317
5.1.5.4. Flexibilitate (modificarea ofertei, ca răspuns la nevoile specifice ale clienților sau cerințelor în schimbare)	70.47	70.5	72.83	79.83	4968	7050	5132.33	7283	5626	7983

5.2 Mediul social și trend										
5.2.1. Relația cu alți clienți (Peer-to-peer)	63.11	73.5	68.17	78.83	4639	7350	4302.21	6817	4975	7883

5.2.2. Impactul social										
------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5.2.2.1. Moda (bine recunoscuta de prieteni)	63.13	74	75.83	81.67	4672	7400	4787.15	7583	5156	8167
5.2.2.2. Afluenta percepută (arată altora că pot să-i permita)	56.11	71.67	75.67	78.83	4021	7167	4245.84	7567	4423	7883
5.2.2.3. Marca premium	61.53	65.33	72.33	78.14	4020	6533	4450.46	7233	4808	7814
5.2.2.4. Trend / Actual	66.34	72.5	75.33	84.33	4810	7250	4997.39	7533	5594	8433

5.3. Actul comercial si efecte/relatia generata

5.3.1. Relatia de parteneriat										
5.3.1.1. Trecerea de la tranzactie la relatie	59.03	67.67	72.67	76	3995	6767	4289.71	7267	4486	7600
5.3.1.2. Angajament	65.49	73.67	76.17	80.67	4825	7367	4988.37	7617	5283	8067
5.3.1.3. Abordarea CRM (organizația prin salariați are o cultura CRM)	61.78	71.5	74.67	77.33	4417	7150	4613.11	7467	4777	7733
5.3.1.4. Ușor de a stabili relații	64.05	74.33	75.33	82.83	4761	7433	4824.89	7533	5305	8283
5.3.1.5. Frecvența	61.69	71.5	76.5	81.17	4411	7150	4719.29	7650	5007	8117
5.3.1.6. Numărul de persoane (implicate în relația)	55.8	68	68.17	77.83	3794	6800	3803.89	6817	4343	7783
5.3.1.7. Incredere	74.45	71.5	77.33	80	5323	7150	5757.22	7733	5956	8000

5.3.2. Rezultate pe termen lung										
5.3.2.1. Impactul impresiilor (impresie de durată, de exemplu, clientul își amintește pentru o lungă perioadă de timp)	74.95	69.83	72.5	81.67	5234	6983	5433.88	7250	6121	8167
5.3.2.2. Rezultatul relatiei	71.11	65.5	67.67	78.67	4658	6550	4812.01	6767	5594	7867

5.3.3. Starea/Relatia cu furnizorii (SCM)										
5.3.3.1. Produse proprii (furnizorul este producător și distribuitor vs. numai distribuitor)	66.83	66.17	72.83	81.17	4422	6617	4867.23	7283	5425	8117

5.3.3.2. Relatia directa cu furnizorul furnizorului	56	68.17	70.83	71.67	3818	6817	3966.48	7083	4014	7167
5.3.4. Promotii	77.38	66.17	64.33	71.17	5120	6617	4977.86	6433	5507	7117
5.3.5. Publicitate (clientul este conștient de companie / produs prin expunere în mass-media)	80.59	72.33	74.67	77.83	5829	7233	6017.66	7467	6272	7783