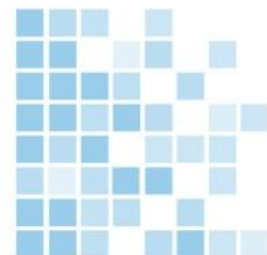


СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ МАГАЗИНОВ

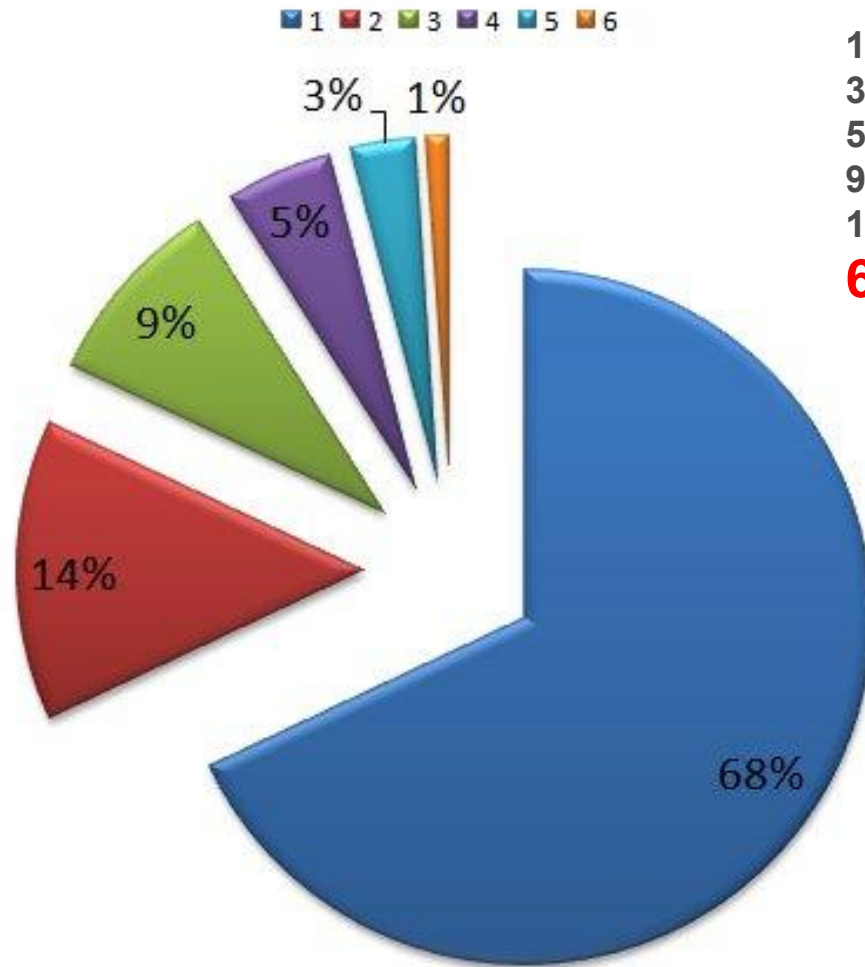


СЕТЬ СУПЕРМАРКЕТОВ
ЦИФРОВОЙ
ТЕХНИКИ



Почему компании теряют клиентов?

Причины потерь клиентов

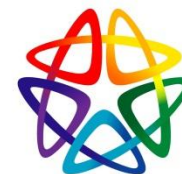


- 1% банкротство, смерть
- 3% переезжают
- 5% меняют привычки
- 9% из-за цен
- 14% из-за качества товаров

68% безразличное отношение персонала к своим клиентам



Чем DNS отличается от всех брендов на рынке?



позитроника
сеть магазинов компьютерной техники



Как сделать клиента счастливым?



Если **мы не выявили потребности клиента**, а значит, не смогли их удовлетворить и тем самым соответствовать его ожиданиям? Клиент уйдет от нас в негативе, он вряд ли захочет вновь вернуться в наш магазин и уйдет **к конкурентам**.



Если **мы удовлетворим потребности клиента**? Вспомните, что вы испытываете, когда получаете то, что соответствует вашим ожиданиям. Обычно в таком случае звучат фразы: «**Я на это и рассчитывал**», «**Я этого в принципе и ожидал**»... Т.е. Вас ничем приятно не удивили, вы получили то, чего хотели. И вы уходите из магазина в нейтральном состоянии.

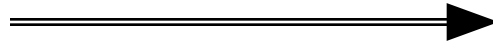


Если обслуживание в магазине **превысит Ваши ожидания**, и Вы получите то, на что не рассчитывали или о чем не думали, но то, что Вас приятно удивило!? Именно в этом случае Вы уйдете из магазина довольным, при возможности обязательно вернетесь туда снова, и будете рекомендовать его своим друзьям и знакомым. Вот в этом и заключается основное отличие качественного обслуживания клиентов от простого удовлетворения их потребностей.

**Бренды привлекают клиентов,
а сервис, ориентированный на бренд, побуждает
их возвращаться**



**Сначала мы работаем на
Бренд**



**Затем бренд работает на
нас**

Увидьте силу бренда...



НАША АУДИТОРИЯ

Наша целевая аудитория живет в быстро меняющемся мире.

ДЕМОГРАФИЯ:

13 - 50 летние, с оптимизмом смотрящие в будущее.

С разным образованием и с различной географией проживания от Дальнего Востока до небольшого городка на юге.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ:

мы разделили нашу аудиторию на два больших сегмента

ПО ОТНОШЕНИЮ К ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ ПРОГРЕССУ

ОБЫЧНЫЕ ЛЮДИ

Люди, которым достаточен умеренный личный успех
Которым нужна современность
Которым нужна простота, ясность и ощущение своего собственного места в постоянно меняющемся мире

НОВАЯ МОЛОДЕЖЬ

Люди, которые мечтают об успехе
Которые требуют всего самого последнего и интересного
Которым нужны возможности, предоставляемые новыми технологиями

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

У Бренда есть уникальная возможность сыграть важную роль в жизни своей целевой аудитории как с рациональной, так и с эмоциональной сторон:

ОБЫЧНЫЕ ЛЮДИ

Им нужны
убеждение и
помощь...

**ДНС ОБЪЯСНИТ И
ПОМОЖЕТ**



НОВАЯ МОЛОДЕЖЬ

Им нужны
вдохновение и
поддержка...

**ДНС УДИВИТ И
ПРЕДЛОЖЕТ**

“Я выбираю ДНС...”

“Потому что ДНС предлагает мне все, что нужно для экономии времени и денег”

“Потому что в ДНС есть все, для достижения успеха”

“Потому что ДНС позволяет мне жить более комфортной жизнью... и показывает мне, что возможно в будущем...”



“Потому что ДНС дает мне все что нужно для движения вперед”

“Потому что ДНС помогает мне свободно ориентироваться не только в ассортименте но и в современном быстроменяющемся мире”

“Потому что ДНС дает мне возможность общаться в Internet.”

“ДНС ОТКРЫВАЕТ ДОСТУПНЫЙ МИР ТЕХНИКИ”



СПАСИБО