

Informują najlepiej w regionie

Data publikacji: 13.07.2009 15:11

□

Po raz pierwszy w historii, kilka tygodni temu, przeprowadzono badanie poziomu obsługi klienta w placówkach Informacji Turystycznej województwa śląskiego. Zadania podjęło się Naukowe Koło Marketingu "Meritum" działające przy Akademii Ekonomicznej w Katowicach, przy współpracy z PENTOR Research International. Partnerem projektu była Śląska Organizacja Turystyczna.

Każdy z punktów IT w województwie śląskim był odwiedzany dwa razy, po to by móc rozróżnić podejście do obsługi klienta indywidualnego i grupowego. Według rankingu sporządzonego na podstawie wyników audytu dotyczącego obsługi klientów indywidualnych najlepsze okazało się Regionalne Centrum Informacji Turystycznej z Katowic prowadzone przez Śląską Organizację Turystyczną, drugą lokatę zajęło Centrum Rezerwacji Noclegów, IT – Wistour z Wisły prowadzone przez TWA Group Polska, trzecie było Gminne Centrum Informacji Turystycznej z Lipowej prowadzone przez tamtejszy Urząd Gminy. W kategorii obsługi klientów grupowych, najwyższe noty audytorów otrzymało Centrum Rezerwacji Noclegów, IT – Wistour z Wisły, kolejne lokaty zajęli: Informacja o Mieście z Tarnowskich Gór oraz Regionalne Centrum Informacji Turystycznej z Katowic.

- Jesteśmy bardzo zadowoleni z wyniku i jednocześnie nim zaskoczeni. Co prawda zawsze zwracaliśmy sporą uwagę na poziom obsługi klienta, lecz nie spodziewaliśmy się, że zostanie on tak wysoko oceniony. Cieszymy się, że takie badania są przeprowadzane, gdyż na pewno wpłyną pozytywnie na rozwój wszystkich placówek IT. Jednocześnie chciałbym podkreślić, iż wysoka pozycja Wistouru jest zasługą całego naszego zespołu i dwóch lat ciężkiej pracy. Ten sukces jeszcze bardziej zmotywuje nas to do dalszego podnoszenia kwalifikacji naszego personelu – mówi Wojciech Rozkoszny z Centrum Rezerwacji Noclegów – Wistour z Wisły.

- Serdecznie gratuluję pracownikom Wistouru wspaniałych wyników badania. Cieszę się, że firma zapewnia najwyższy poziom obsługi turystów, budując pozytywny wizerunek Wisły w oczach odwiedzających nasze miasto gości - mówi Andrzej Molin, burmistrz Wisły.

W ramach projektu wykorzystano technikę badawczą Mystery Shopping, na bazie której audytorzy pojawili się „incognito” w placówkach IT. Obserwowali tam uważnie zachowania personelu, sprawdzali jego kompetencje, fachowość oraz uprzejmość, a także szereg innych elementów niezwiązanych bezpośrednio z procesem świadczenia usług, takich jak wygląd placówki, jej oznakowanie, czy też higienę miejsca pracy. Oryginalność tej techniki badawczej polegała na tym, że na żadnym etapie badania audytorzy nie zbierali informacji od już obsłużonych klientów placówek IT. Obiektywizm i wiarygodność badania zostały w tym przypadku zapewnione poprzez standaryzację przebiegu wizyty, odpowiednio zbudowane narzędzie badawcze (scenariusz badania i kwestionariusz obserwacji) oraz właściwe wyszkolenie audytorów.