Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

20.05. 2020

Mystery Shopping - Corona Index Monitoring Weekly Update

Von Smart Concept AG



Bild Rechte
Smart Concept AG

Corona Exit Monitoring Index Wochen Update KW 20
Mystery Shopping der Schutzkonzepte

Branchenlockerungen Phase 2 - Gelungener Start aus dem Lockdown

(Volketswil)(PPS) **Mit Spannung wurden die Lockerungen im Handel und der Gastronomie erwartet. Der Handel verzeichnete nicht nur bezüglich Frequenzen und Umsätze, sondern auch in der Einhaltung der Schutzkonzepte einen gelungenen Start.**

In Österreich und in Deutschland blieb der Kundenansturm im Detailhandel aus. Ganz anders die Situation in der Schweiz. Die Erwartungen an die Umsätze wurden in der ersten Lockerungswoche mehr als erfüllt.

Mit über 500 Monitoring Mystery Shopping Besuchen in der KW 20, wurde in der ersten Woche der Lockerung im Handel und der Gastronomie die Qualität der Umsetzung der Schutzkonzepte auf den Zahn gefühlt.

In beiden Bereichen ist eine gute Umsetzung der Schutzkonzepte zu attestieren. 67% der Kunden haben bei den Besuchen das Gefühl erhalten, dass die Mitarbeitenden die

Umsetzung der Schutzkonzepte «sehr ernst» genommen haben.

93% fühlten sich in den Geschäften «sicher» oder «sehr sicher». In den Situationen, wo dies nicht zutraf (rund 7%) waren es jeweils zu je 50% die Mitarbeitenden und die Kunden, die zu kritischen Situation in den Geschäften führten.

Online Ergebnisse unter www.smartconcept.ch/coemi

Gastronomie – subjektives Sicherheitsempfinden sehr gut

> **Das Schutzkonzept wurde in 74% der Betriebe bei den Toiletten nicht eingehalten**

Die Gastronomiebetriebe hatten zum Start der Lockerungen eines der bisher anspruchsvollsten Schutzkonzepte zu erfüllen. Gleichzeitig waren diese aufgrund der Restriktionen mit massiv reduzierten Gästezahlen konfrontiert.

Trotz der Herausforderungen erzielte die Gastronomiebranche in der ersten Corona Exit Monitoring Woche mit einem Index von 78.4% in der bedienten Gastronomie und mit 81.8% in der Selfservice-Gastronomie solide Corona Exit Monitoring Ergebnisse.

Bei Restaurantbesuchen in der letzten Woche waren 72% der Kunden der Meinung, dass die Betriebe das Schutzkonzept sehr ernst genommen haben. 96% fühlten sich in den Betrieben «sicher» oder «sehr sicher».

Konsequente Umsetzung bei der Personenzahl pro Tisch, den Abständen zwischen den Tischen sowie die Einhaltung der Abstandsregel durch die Mitarbeitenden waren zentrale Aspekte für das positive Feedback der Gäste.

Optimierungen sind in den Abstandsmarkierungen im Eingangsbereich sowie auf den Toiletten anzustreben. Nur in 61% (Eingangsbereich) und in 74% (Toiletten) wurde das Schutzkonzept erfüllt.

Weitere Verbesserungen: In den Buffetkonzepten wurden 30% und in den bedienten Konzepten 44% der Kunden in keiner Form darauf aufmerksam gemacht, sich beim Besuch des Betriebs die Hände zu desinfizieren.

Handel Non Food – hohe Frequenzen, verantwortungsvolle Schutzkonzeptumsetzung

Der Handel hat den Start in die Lockerung gut umgesetzt. Trotz zeitweise sehr hoher Frequenzen in den Geschäften haben sich in der ersten Woche 84% der Kunden in den Geschäften «sicher» oder «sehr sicher» gefühlt.

Die Läden waren in über 80% der Besuche so organisiert, dass zwischen den Gestellen der Abstand zu anderen Kunden eingehalten werden konnte. In fast 90% der Beratungen wurden die Abstandsregeln vom Mitarbeiter zum Kunden eingehalten. 70% der Kunden attestieren den Mitarbeitenden, dass diese die Umsetzung der Schutzkonzepte «sehr ernst» genommen haben.

Die Social Distancing Situation bei den Umkleidekabinen ist noch ungenügend

In den Fashion-Stores in Bezug wurden die Anforderungen in Bezug auf die Umkleidekabinen knapp «genügend» gelöst. Zwar waren Abstandmarkierungen in 82% der Fälle vorhanden. Eine Einschränkung der Umkleidekabinen – nur jede zweite Kabine freizugeben – wurde nur in 68% der getesteten Geschäfte praktiziert.

Das grösste Verbesserungspotential ist in der Ein- und Auslasskontrolle zu finden. Eine solche Kontrolle findet bei 52% der Fashion-Stores und in 43% der restlichen Non-Food Geschäfte weder durch einen Mitarbeitenden noch durch andere Hilfsmittel statt.

Auch bei den Kundenstauzonen und Abstandsmarkierungen müssen die Geschäfte noch Verbesserungen vornehmen. Diese wurden in nur rund 77% der Besuche gemäss Branchen-Schutzkonzept erfüllt.

Floristen – keine Verbesserungen in den Blumenläden auch in der dritten Woche

Nach 3 Wochen der Exit Monitoring in den Blumengeschäften verzeichnet das subjektive Sicherheitsempfinden weiterhin kritische Ergebnisse. Nur rund 48% der Kunden stimmten der Frage «voll und ganz zu», dass die Mitarbeitenden das

Sicherheitskonzept ernst genommen haben. 85% der Kunden fühlen sich in den Blumenläden «sicher» oder «sehr sicher» (-5% gegenüber Vorwoche).

Enge Platzverhältnisse, fehlendes Social Distancing und weiterhin hohe Frequenzen führten auch in der dritten Woche in den Blumenläden zu kritischen Kundensituationen. Eine Verbesserung der Lage scheint sich aktuell nicht abzuzeichnen.

Weiterhin sind fehlende Ein- und Auslasskontrollen ein Grundproblem (findet bei 53% der Besuche nicht statt – ein Minus von 15% gegenüber Vorwoche).

Fehlende Abstandmarkierungen und Distanz der Mitarbeitenden bei der Kundenberatung sowie beim Kassieren sind ausserdem Schutzkonzeptanforderungen, die weiterhin nicht konsequent erfüllt werden.

Coiffeur-Geschäfte – Grundsätzlich nachhaltig mit kleinen Anzeichen von Lockerheit

Den Coiffeur-Geschäften gelingt es gut, die ganzheitliche Umsetzung der Schutzkonzepte nachhaltig zu sichern und damit das Vertrauen der Kunden auf gutem Niveau zu halten.

Nachdem in der zweiten Woche beim Sicherheitsempfinden der Kunden ein negativer Trend zu verzeichnen war (-7%), konnten die Werte bezüglich der Umsetzung des Schutzkonzeptes sowie dem subjektiven Sicherheitsgefühl der Index um 4%-Punkte verbessert werden.

11% der Kunden müssen beim Coiffeure keine Masken tragen

Der Schutzmaterial Index von 69.4% bleibt auch in der dritten Woche die grösste Herausforderung. In 11% der Fälle ist das Tragen von Schutzmasken für Kunden nun freiwillig und in weiteren 11% ist das Maskentragen für den Kunden keine Anforderung mehr.

In 4% der Besuche tragen die Mitarbeitenden selber in der dritten Woche keine Maske mehr. Die Schutzkonzeptpunkte «Handschuhe und Schutzanzug tragen» verlieren an Bedeutung. In 15% der Fälle wird die Garderobe des Kunden durch den

Mitarbeitenden aufgehängt (in der Vorwoche nur in 10% der Fälle).

In kleinen Punkten ist zu erkennen, dass das Risiko zunehmend steigt, dass Schutzkonzeptanforderungen lascher und weniger konsequent umgesetzt werden.

Wochenfazit

Der Start der neuen Branchen und Geschäfte in die Lockerung ist insgesamt gut gelungen. Sowohl im Handel wie auch in der Gastronomie wurden die wesentlichen Aspekte der Schutzkonzepte erfüllt.

Ganz generell sind die Einlass- und Auslasskontrollen sowie die Markierungen und Hinweise zu Social Distancing und zu Hygienevorschriften als Verbesserungswürdig einzustufen.

Bei den Geschäften, die sich bereits in der dritten Woche befinden, sind erste Ermüdungserscheinungen in einzelnen Aspekten zu verzeichnen. Insbesondere die nachhaltige und konsequente Anwendung der zur Verfügung stehenden Schutzmaterialien durch die Mitarbeitenden werden zunehmend vernachlässigt.

Dort ist die Geschäfts- und Filialleitung eines jeden Geschäfts in der täglichen Führungsarbeit gefordert, durch laufende Sensibilisierung, Beobachtung und Vorbildfunktion sicherzustellen, dass die Schutzkonzepte auch nachhaltig umgestezt werden.

Jetzt Online-Ergebnisse unter www.smartconcept.ch/coemi

Jetzt detailliertes Weekly Update gratis downloaden unter:
https://www.smartconcept.ch/de/news/corona-exit-monitoring-index-weekly…

Über die Organisation:

Smart Concept AG ist ein führendes Dienstleistungsunternehmen, welches sich auf alle Fragestellungen und Problemlösungen rund um erfolgreiche Kundenbeziehungen im Handel und Dienstleistungsbereich spezialisiert hat.

- Mystery Shopping
- Customer Experience Management
- Omnichannel Research

- Smart Audit
- Kundenbefragungen

Zum Kundenkreis zählen nationale Unternehmen aus den folgenden Branchen: Banken, Versicherungen, Detailhandel, Gastronomie, Pharmaindustrie, Immobilien, Telekommunikation, Verkehr & Transport, Elektroversorger und Verbände.

Pressekontakt:

Smart Concept AG
Grabenwisstrasse 3
8604 Volketswil
Tel. 044 980 43 43

www.smartconcept.ch
info @ smartconcept.ch

Ansprechperson:
David Meloni
Inhaber & CEO

Kategorie
Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/mystery-shopping-corona-index-monitoring-weekly-update*