



KLANTCASE · RETAIL

Gal & Gal

Van wisselend advies naar consistente klantbeleving op de werkvloer

Een klant staat bij de toonbank. Vraagt om een aanbeveling bij het diner. De medewerker kent het assortiment, noemt twee flessen, zegt dat het allebei goede keuzes zijn. De klant pakt er een en loopt door. Niet overtuigd. Geholpen genoeg om te vertrekken.

In 575 vestigingen. Elke dag.

Gemeten over 247 winkels · Periode: 6 maanden

8.2

Mystery shopping advies was 6.9

+29

NPS score was +14

81%

gesprek volledig afgerond was 54%

-67%

spreiding tussen winkels minder variatie

WAT WRINGT OP DE VLOER

Goed bedoeld. Toch niet overtuigend.

Gall & Gall onderscheidt zich op expertise. Medewerkers die weten waar ze over praten. Maar weten is iets anders dan dat kennis ook terugkomt in het gesprek met de klant. Zeker niet als je 575 keer per dag aan de klant moet bewijzen dat je het waard bent.

Klanten kwamen terug. Ze waardeerden de sfeer. Maar als een mystery shopper vroeg om een advies op maat, gaf de medewerker een antwoord dat klopte maar niet overtuigde. De adviescomponent bleef steken op 6.9 van de 10. De norm was 7.5. Drie kwartalen op rij.

De kwaliteit van het advies hing af van de persoon achter de toonbank. Niet van de organisatie die achter die persoon stond. Dat is geen probleem van slechte medewerkers. Dat is een probleem van ontbrekende structuur.

"Ze doen hun best. Maar het gesprek met de klant blijft te vaak generiek."



KPI'S VOOR TINQWISE

6.9/10Mystery shopping advies
norm: 7.5**+14**NPS score
3 kwartalen stabiel**54%**adviesgesprek afgerond
46% stopt eerder**>1.8**scorepunten spreiding
tussen winkels

WAT ER ÉCHT OP DE VLOER GEBEURT

Drie momenten waar het misgaat

01**Tijddruk kapt het gesprek af**

Op een drukke zaterdag staan er drie klanten. De medewerker helpt de eerste, wil de tweede niet laten wachten. Het gesprek eindigt eerder dan normaal. Niet uit onwil. Uit tijddruk.

De klant krijgt een antwoord. Niet het goede advies.

02**Shortcuts worden doorgegeven**

Nieuwe medewerkers kijken hoe ervaren collega's het gesprek opbouwen. Ze kopiëren welke flessen ze aanbevelen en wanneer ze afronden. Inclusief de shortcuts die die collega's zich door de jaren hebben aangeleerd.

*Het patroon zet zich voort.
Onzichtbaar voor de manager.*

03**De manager ziet de score. Niet het gedrag.**

De mystery shopping-score komt binnen. De manager ziet het getal maar weet niet of het ligt aan kennis, aan lef of aan hoe het gesprek werd opgebouwd. Bijsturen op wat je niet ziet is lastig.

Scoreverschil van 1.8 punt tussen winkels. Onverklaard.

WAT ANDERS WERD GEORGANISEERD

Niet opnieuw trainen. De omgeving anders inrichten.

Gall & Gall koos er niet voor om de training opnieuw te doen. Ze keken naar wat er op de vloer ontbrak.

Met TinQwise werd productkennis beschikbaar op het moment dat een medewerker het nodig heeft. Niet de avond ervoor in een module die medewerkers in hun pauze doornemen, maar direct in het gesprek met de klant.



Kennis op het werkmoment

Productinformatie en adviesstructuur beschikbaar op de vloer, op het moment dat de klant een vraag stelt.



Kritische stappen zichtbaar voor medewerkers zelf

Medewerkers zien welke stappen in het adviesgesprek ze wel en niet zetten. Niet een maand later.



Storemanagers sturen op gedrag

Realtime inzicht welke productcategorieën en teams extra ondersteuning nodig hebben.



RESULTATEN NA TINQWISE

247 winkels · 6 maanden · stabiel daarna

KPI	Vóór	Na
Mystery shopping advies	6.9	8.2 ↑
NPS score	+14	+29 ↑
Gesprek afgerond	54%	81% ↑
Spreiding winkels	>1.8 pt	<0.6 pt ↓

- Uitrollen naar nieuwe vestigingen: zelfde aanpak, zelfde effect.
- Nieuwe medewerkers bouwen sneller competentie op in het adviesgesprek.
- Managers sturen nu op gedrag in het moment, niet op scores achteraf.

"Als servicekwaliteit afhangt van wie er die dag werkt, heb je geen service. Dan heb je geluk."



Gerbrand van Putten

Retail Academy · TinQwise

Plan een meeting

gerbrand.vanputten@tinqwise.com

tinqwise.com