

KONSEPT- HÅNDBOK WOW



— Innhold

4	Hva er jakten på WOW?	30	Betjent kasse
6	Hva skal vi gjøre i jakten på WOW?	43	Selvskanning
8	Løpende kundemålinger	48	Reklamasjon: En mulighet til å imponere
10	LKM: Dagligvare	50	Du eier kundemøtet
14	LKM: Byggevare	51	Rom for personlig service
18	Sekundering	52	Løftsamtale
20	De 14 målepunktene	54	Gullpin
22	Hvordan score WOW?	55	De ansatte er fantastiske
24	Salgsflaten		

Kunden først
og jakten på
WOW



Extra Selbu

Hva er jakten på WOW?

Jakten på WOW er Coop Midt-Norge sitt servicekulturprogram.

Gjennom lederutvikling, kursing, trening og oppfølging skal vi bygge en felles servicekultur på tvers av alle butikker. Vi skal få kundene til å si WOW - fordi vi har fantastiske ansatte som alltid prøver å levere det lille ekstra, og gir en service i verdensklasse!

Alle i Coop Midt-Norge er toppidrettsutøvere innenfor det vi jobber med.

For at du skal være i stand til å konkurrere på dette nivået, må du trene. JAKTEN PÅ WOW handler mest av alt om dette: Vi skal trene på å bli enda flinkere i kundemøtene.

I denne konsepthåndboken kan du lese mer om hvordan du blir med i JAKTEN PÅ WOW, tips til hvordan dine kundemøter kan og skal være, samt hvordan vi kan gi deg personlige tilbakemeldinger og oppfølging underveis.

Du er den viktigste suksessfaktoren for at kundene velger nettopp DIN butikk.

Lykke til!



Ledergruppen i Coop Midt-Norge

WOW

Vi gjør dette fordi



Vi har grunnleggende tro på at alle ansatte har et utviklingspotensial, en rett til å bli sett og få mulighet til å ta ut sitt potensial og sine ambisjoner.



Vi skal ha en sterk vinnerkultur preget av kontinuerlig forbedringsarbeid og langsiktighet. Vi setter alltid kunden først.



Vi skal ha et arbeidsmiljø der ansatte og ledere gleder seg til å gå på jobb, trives sammen med sine kollegaer og jobber sammen for å nå felles mål.



Vi skal ha de mest fornøyde kundene i de bransjene vi driver butikkvirksomhet i. Vi skal være det foretrukne valget, enkelt og greit! Gode kundeopplevelser skapes av våre ansatte.

De ansatte i Coop Midt-Norge er fantastiske!



Hva skal vi gjøre i jakten på WOW?

1. Vi skal investere i utvikling og kursing av deg som er butikkleder.

Gjennom lederutviklingssamlinger, veiledning og oppfølging vil du få faglig og personlig påfyll som gjør deg i stand til å forberede din butikk og veilede dine ansatte i JAKTEN PÅ WOW. Du er trener for ditt lag, og vi vet at du vil gjøre det til et vinnerlag!

2. Vi skal investere i kursing og oppfølging av deg som er butikkmedarbeider.

Gjennom servicekurs i hver enkelt butikk vil du lære mer om hva skal til for å skape fantastiske kundeopplevelser. Servicekurset er basert på konsepthåndboken du holder i hendene. Du skal få de verktøyene som skal til for at du blir trygg i din rolle og i dine kundemøter. JAKTEN PÅ WOW handler mest av alt om at vi skal trene på å bli enda flinkere i kundemøtene.

3. Vi skal investere i treningsverktøy som gir deg personlig tilbakemelding og oppfølging.

Det viktigste treningsverktøyet er sekunderinger som gir hver enkelt ansatt en personlig tilbakemelding på noen enkle og faste målepunkter i butikk.

Butikken din vil jevnlig få besøk av sekundanter eller hemmelige kunder. Sekundantene er fra vår eksterne samarbeidspartner Pegasus. De er profesjonelle, objektive og vil gi en tilbakemelding til deg basert på målepunkter og kriterier som du finner lengre bak i denne konsepthåndboken.

I tillegg til de nye sekunderingene, vil dagligvare- og byggevarebutikkene også få de vanlige kundetilbakemeldingene i Løpende Kundemåling (LKM).

4. Vi skal feire de gode prestasjonene.

Når du eller en kollega får en fantastisk sekundering, skal dette selvsagt markeres og feires! Som synlig bevis på at du leverer service i verdensklasse vil det deles ut gullpins. Du kan lese mer om kriteriene på side 19 og 54.

Hvordan måler vi kundeopplevelsen?

Vi har to ulike målinger for å fange opp hvordan kundene trives i våre butikker.



Løpende kundemåling, også kjent som LKM, gjennomføres i alle samvirkelagens dagligvare- og byggevarebutikker. Her måles kundetilfredshet innenfor en rekke områder i butikken. Resultatene fra LKM gir god veiledning i å forstå hva kundene mener er bra og mindre bra med din butikk.



Sekundering er vårt nye måle- og treningsverktøy. Vår eksterne samarbeidspartner Pegasus besøker butikken din med hemmelige kunder. Disse vurderer ulike målepunkter i butikken ved hjelp av objektive kriterier. Slik får du din helt personlige tilbakemelding fra kundemøtet.

På de neste sidene går vi litt mer i dybden og forklarer de to ulike målingene.

Løpende kundemåling

Vi i Coop Midt-Norge har over flere år vært helt i LKM-toppen blant samvirkelagene: Våre kunder er blant de mest fornøyde i landet!

I fjor ga våre medlemmer 28.764 tilbakemeldinger i LKM på hvordan de opplevde våre butikker. Hver butikk finner sine rapporter i driftsportalen. Tilbakemeldingene fra kundene skjer gjennom at de besvarer et webskjema mottatt på e-post.

Følgende forutsetninger gjelder for å kunne delta i LKM:

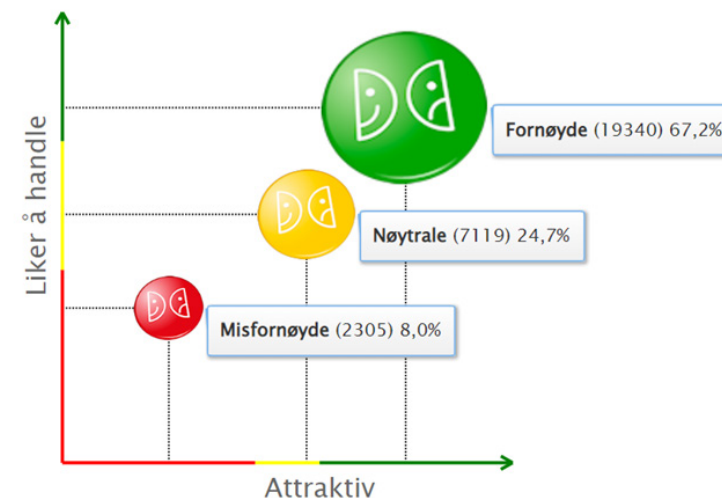
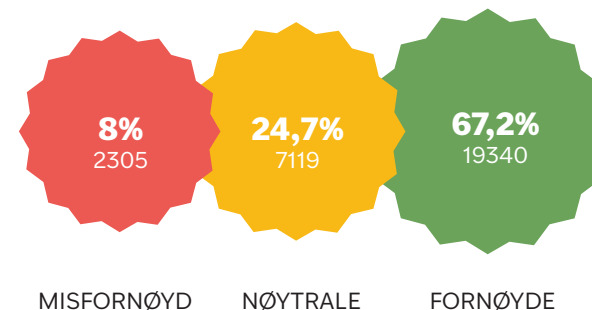
- **KUNDEN MÅ VÆRE MEDLEM I ET SAMVIRKELAG.**
- **KUNDEN MÅ HA GITT SAMTYKKE TIL Å MOTTA INFORMASJON OG UNDERSØKELSER FRA COOP.**
- **KUNDEN MÅ HA GJENOMFØRT ET KJØP PÅ MINIMUM 70 KRONER (150 KRONER FOR OBS BYGG).**

Det skal gå minst 45 dager mellom hver gang et medlem får LKM-utsendelse fra samme butikk.



Obs Bygg Verdal

I LKM skilles det mellom misfornøyde, nøytrale og fornøyde kunder. I 2021 fordelte de 28.764 besvarelsene fra kunder i våre butikker seg slik:



Når kunden velger å bruke tid for å svare på spørsmål i LKM om din butikk, er det viktig å følge opp og vurdere om noe kan gjøres for å forbedre ting. Enhver tilbakemelding er en mulighet til å bli bedre!

Det er også viktig at alle ansatte i butikken gjøres kjent med tilbakemeldingene i LKM. Gjør gjerne dette til et fast tema i personalmøter, eller legg ut rapportene på spiserommet.

Dagligvare

For deg som jobber i dagligvarebutikk, gir kundene tilbakemeldinger innenfor 6 forskjellige områder.

1. Om butikken

- Hvor fornøyd er du med å handle i denne butikken?
- Alt i alt hvor attraktiv syns du denne butikken er i forhold til andre butikker innenfor din handelsavstand?
- Hvor sannsynlig er det at du vil handle i denne butikken neste gang du skal handle dagligvarer?

2. Hvor fornøyd var du med butikken på følgende områder?

- Rent og ryddig
- Ventetid i kassen
- Tydelig og riktig prismerking/plakatering
- Jeg fikk de varene jeg hadde behov for (varen var ikke utsolgt)

Kunden rangerer oss fra 1-7 på følgende spørsmål.

På en skala hvor 1 er dårligst og 7 er best, svarer kundene som mottar spørreskjemaet på følgende spørsmål om besøket i din butikk. Om kunden svarer «ikke aktuelt», teller ikke dette med i summeringen av scoringene.

SVÆRT MISFORNØYD	SVÆRT FORNØYD						
1	2	3	4	5	6	7	
○	○	○	○	○	○	○	○
							IKKE AKTUELT



3. Frukt- og grøntavdelingen

- Varene i frukt- og grøntavdelingen hadde god kvalitet
- Vareutvalget i frukt- og grøntavdelingen var meget bra
- Varene i frukt- og grøntavdelingen var friske og innbydende
- I frukt- og grøntavdelingen fikk jeg de produktene jeg ønsket å kjøpe (varene var ikke utsolgt)
- Dersom butikken var utsolgt for frukt/grønt du skulle ha: hvilket produkt var det?

L K M



Extra Lilleby

4. Brødavdeling

- Vareutvalget i brødavdelingen var meget bra
- I brødavdelingen fikk jeg det brødet jeg ønsket å kjøpe (brødet var ikke utsolgt)
- Dersom butikken var utsolgt for det brødet du skulle ha: hvilket brød var det?

5. Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

- Prisene er gode
- Tilbudene er gode
- Jeg finner og får de produktene jeg forventer
- Det er topp kvalitet på det jeg ønsker å handle
- De ansatte er fantastiske og gir meg lyst til å komme tilbake
- Jeg blir belønnet ekstra som medlem hver gang jeg handler

SVÆRT
MISFORNØYD

SVÆRT
FORNØYD

1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

IKKE
AKTUELT



I tillegg kan kundene gi oss kommentarer i fritekst. Det er svært viktig at disse gjennomgås av hver enkelt butikk. Her kan vi få både ris og ros!

6. Skriv merknad og send inn skjema

- Hva er du mest fornøyd med (slik at vi kan fortsette med dette)?
- Hva er du minst fornøyd med (slik at vi kan forbedre oss på dette)?

LKM

Byggevare

For deg som jobber i byggevarebutikk, gir kundene tilbakemeldinger innenfor 7 forskjellige områder.

1. Om butikken

- Hvor fornøyd er du med å handle i denne butikken?
- Alt i alt hvor attraktiv syns du denne butikken er i forhold til andre butikker innenfor din handelsavstand?
- Hvor sannsynlig er det at du vil handle på denne butikken neste gang du skal handle byggvarer?

2. Hvor fornøyd var du med butikken på følgende områder?

- Rent og ryddig
- Ventetid i kassen
- Tydelig og riktig prismerking/plakatering
- Jeg fikk de varene jeg hadde behov for (varen var ikke utsolgt)

På en skala hvor 1 er dårligst og 7 er best, svarer kundene som mottar spørreskjemaet på spørsmålene om besøket i din butikk.

SVÆRT
MISFORNØYD

1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

SVÆRT
FORNØYD

IKKE
AKTUELT

3. Hvor fornøyd var du med avdelingen for tyngre bygg/ Drive in?

- Det er lett å orientere seg i avdelingen
- Jeg fikk den hjelpen jeg trengte da jeg hadde behov
- Medarbeiderne hadde god produktkompetanse

4. Hvor fornøyd var du med malingsavdelingen?

- Ventetiden var kort for å få blandet malingen
- Medarbeideren hadde god produktkompetanse



Obs Bygg Leangen

Dersom du handlet innenfor ett eller flere av følgende områder:



5. Var du fornøyd med handleopplevelsen slik at den gir deg lyst til å komme tilbake?

- Dører og vindu
- Bad og garderobe
- Gulv og varme
- Verktøy
- Hage/sesong



På en skala hvor 1 er dårligst og 7 er best, svarer kundene som mottar spørreskjemaet på spørsmålene om besøket i din butikk.

SVÆRT
MISFORNØYD

1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

SVÆRT
FORNØYD

IKKE
AKTUELT

6. Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

- Jeg finner og får de produktene jeg forventer
- Det er topp kvalitet på det jeg ønsker å handle
- Prisene er gode
- Tilbudene er gode
- De ansatte er fantastiske og gir meg lyst til å komme tilbake
- Jeg blir belønnet ekstra som medlem hver gang jeg handler

I tillegg kan kundene gi oss kommentarer i fritekst. Det er svært viktig at disse gjennomgås av hver enkelt butikk. Her kan vi få både ris og ros!

7. Skriv merknad og send inn skjema

- Hva er du mest fornøyd med (slik at vi kan fortsette med dette)?
- Hva er du minst fornøyd med (slik at vi kan forbedre oss på dette)?

Sekundering

Sekundering er vårt viktigste målings- og treningsverktøy. Vi trener for å bli bedre, og sekunderingene hjelper oss med dette.

Sekunderingen skjer ved at vår eksterne samarbeidspartner Pegasus besøker butikken din med hemmelige kunder.

De hemmelige kundene, eller sekundantene, vurderer 14 forskjellige målepunkter i butikken. Målepunktene er valgt ut fordi vi vet at de betyr mye for kundene våre og deres opplevelse av handleturen.



Coop Prix Bjerka

Definisjon - score

Målepunktene vurderes ved hjelp av objektive kriterier. Kriteriene er knyttet opp mot konkrete situasjoner i butikkarbeidet og gir score 6 (WOW), 4 (godkjent) eller 1 (ikke godkjent). Vi skal gå grundigere gjennom dette på de neste sidene.

Gjennom at du øver deg på målepunktene kommer du til å merke at kundene gir deg positiv respons, og at din egen mestringsfølelse øker. Det er slik fantastiske kundeopplevelser skapes!

Wow (Score 6)

Langt mer enn forventet - det lille ekstra. **WOW-FAKTOR.**



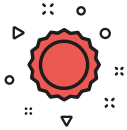
Godkjent (Score 4)

Som forventet - vi har gjort jobben vår.



Ikke godkjent (Score 1)

Mindre enn forventet - ting å ta fatt i.



— 14 målepunkter

De hemmelige kundene vil vurdere kundemøtet gjennom 14 ulike målepunkter i møtet med deg og de ansatte i butikken.

MÅLEPUNKT SALGSFLATEN

1. FIKK DU ØYEKONTAKT, SMIL, ELLER ET NIKK FRA DEN ANSATTE - BLE DU SETT?
2. FIKK DU RÅD I FORHOLD TIL DITT BEHOV?
3. BLE DU SPURT OM DET VAR NOE MER MEDARBEIDER KUNNE GJØRE FOR DEG?
4. BLE KUNDEMØTET PÅ SALGSFLATEN AVSLUTTET PÅ EN NATURLIG OG FIN MÅTE?
5. HADDE ANSATT NAVNESKILT?

MÅLEPUNKT BETJENT KASSE

6. FIKK DU ØYEKONTAKT, SMIL, ELLER ET NIKK FRA DEN ANSATTE - BLE DU SETT?
7. FIKK DU TILBUDT KVITTERING PÅ EN HYGGELIG MÅTE?
8. BLE KUNDEMØTET I KASSEN AVSLUTTET PÅ EN NATURLIG OG FIN MÅTE?
9. HADDE KASSERER NAVNESKILT?
10. BLE DU SPURT OM MEDLEMSKORT?

MÅLEPUNKT SELVSKANNING:

11. BLE DU MØTT PÅ EN GOD MÅTE?
12. BLE DITT BEHOV FOR HJELP/DIN UTFORDRING LØST PÅ EN GOD MÅTE?
13. BLE KUNDEMØTET AVSLUTTET PÅ EN HYGGELIG MÅTE?

MÅLEPUNKT EN MULIGHET TIL Å IMPONERE:

14. REKLAMASJON/PROBLEM = EN MULIGHET TIL Å IMPONERE

På de neste sidene går vi gjennom hvert eneste målepunkt og hvordan de vil bli vurdert.

Salgsflaten

1 MÅLE- PUNKT

Fikk du øyekontakt, smil, nikk eller hilsen av den ansatte - ble du sett?

Vi ønsker å ha fokus på kundene allerede når de kommer inn døren. Dette gjør vi ved å gi kunden et tegn på at h*n er sett, gjerne med øyekontakt, et nikk eller smil. Den første kontakten kan gjerne være fra deg som sitter i kassen og observerer kundene når h*n kommer inn. Noen butikker har kun én person på jobb, og da er kassen et naturlig kontaktpunkt.

Av og til er det travelt! Det kan være tidspunkter der du står opptatt med en annen kunde, har et ærend på lageret, eller dager der det rett og slett «koker» av folk i butikken. Det vi streber etter da, er de gode opplevelsene der kunden føler at h*n blir godt ivaretatt.



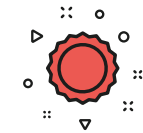
Wow effekten.

Den gode følelsen av å bli tatt godt imot. Du ser kunden, smiler og viser tydelig at kunden er velkommen inn i din butikk.



Godkjent.

Du har øyekontakt og hilser på kunden.



Ikke godkjent.

Du holder på med ditt og viser ikke interesse for kunden. Kunden føler seg oversett og lite verdsatt.



MÅLE- PUNKT 2

Fikk du råd i forhold til ditt behov?

Dette er et servicepunkt der du for eksempel skal veilede kunden frem til riktig produkt. Du skal ha øyekontakt med kunden når h*n henvender seg til deg for å få svar på sine spørsmål. Følg kunden til stedet der varen ligger så langt det lar seg gjøre.

For Obs og Obs Bygg kan det være store avstander og ikke naturlig å følge kunden helt frem til varen eller avdelingen.



Obs Mo i Rana



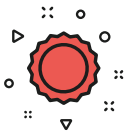
Wow effekten.

Du ser kunden, smiler og gir tydelig tegn på at du ønsker å hjelpe kunden. Du kommer med råd i forhold til kunden sine behov, veileder i produktvalg på en flott måte og viser interesse.



Godkjent.

Du ser kunden, har øyekontakt og viser/peker i retning av hvor varen ligger.



Ikke godkjent.

Du holder på med ditt og viser ikke interesse for kunden. Kunden føler seg oversett og lite verdsatt.

DET LILLE
EKSTRA

3 MÅLE- PUNKT

Ble du spurt om det var noe MER medarbeider kunne gjøre for deg?

Spør om det er noe mer du kan gjøre for kunden! Finn din egen måte å gjøre det på, slik at det kjennes naturlig i den situasjonen du befinner deg i.

Målet er at du på din egen måte, med tydelighet og engasjement, formidler til kunden at du bryr deg. Hvordan kan du gjøre dette på din egen måte? Tenk gjerne gjennom dette.



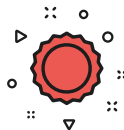
Wow effekten.

Du ser kunden, smiler og gir tydelig tegn på at du ønsker å hjelpe kunden med noe mer. Du er den aktive part i å tilby hjelp. Du skaper den gode opplevelsen for kunden, tar deg tid og haster ikke videre. Du spør om det er noe mer du kan hjelpe til med, eller om kunden ser etter noe annet. Dette kan også gi mersalg!



Godkjent.

Du er den passive parten i samtalen med kunden. «Bare si fra hvis du trenger mer hjelp».



Ikke godkjent.

Du haster videre uten å spørre om det er noe mer kunden trenger bistand med.



Coop Mega Røros

MÅLE- PUNKT 4

Ble kundemøtet på salgs- flaten avsluttet på en naturlig og fin måte?

En avsluttende hilsen på salgsflaten defineres som øyekontakt, et smil og noen hyggelige ord.

Målet er at du på din egen måte, med tydelighet og engasjement, formidler til kunden at du bryr deg. Hvordan kan du gjøre dette på din egen måte? Tenk gjerne gjennom dette.

Coop Prix Hemnesberget



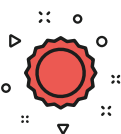
Wow effekten.

Du avslutter kundemøtet på en god måte, du er den aktive parten i praten og ønsker kunden en fin dag videre eller en annen avsluttende frase! Du skal gi kunden den gode følelsen! Det lille ekstra! Jakten på WOW!



Godkjent.

Du sier "hadet" uten engasjement. Du mangler et smil og øyekontakt.



Ikke godkjent.

Du går uten en avslutning.

ET SMIL

Hadde den ansatte navneskilt?

Alle ansatte skal bære navneskilt lett synlig for kundene.

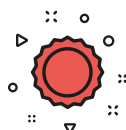
For målepunkt 5 «Navneskilt» er det kun mulig å få godkjent eller ikke godkjent. Det er ingen WOW effekt knyttet til dette målepunktet.

De som utfører sekunderingen vil alltid forsøke å legge merke til navnet ditt selv om navneskiltet kun er delvis synlig.



Godkjent.

Du har navneskilt godt synlig.



Ikke godkjent.

Du har ikke navneskilt synlig/
delvis skjult.



— Betjent kasse

6
MÅLE-
PUNKT

Fikk du øyekontakt, smil, nikk eller hilsen av den ansatte – ble du sett?

En hilsen av den ansatte kan defineres som umiddelbar kontakt, øyekontakt, et smil, eller noen hyggelige ord.

Enkelte kunder møter du kun i kassepunktet. Derfor er kassen et svært viktig servicepunkt i butikken. Et godt møte med deg som sitter i kassen kan være det som skal til for at kunden får en flott dag og synes at din butikk har fantastiske ansatte!

I enkelte butikker kan du treffe samme kunde i kassen som tidligere på salgsflaten. Da kan det være unaturlig å gi en innledende hilsen på nytt. Gjør det som er naturlig for deg – det er du som eier kundemøtet!



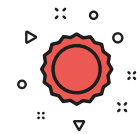
Wow effekten.

Du ser kunden, smiler og gir tydelig tegn på at kunden er velkommen til kassepunktet. Du skaper den gode følelsen av å bli tatt godt imot – du skaper det lille ekstra!



Godkjent.

Du har øyekontakt og hilser på kunden.



Ikke godkjent.

Du holder på med ditt og ser verken opp eller tilkjenne gir at du har tenkt å ta kontakt. Kunden føler seg oversett og lite verdsatt.



Fikk du tilbud om kvittering på en hyggelig måte?

Kunder skal tilbys kvittering i kassen.



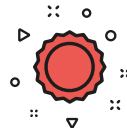
Wow effekten.

Du ser på kunden og spør på en hyggelig måte om h*n ønsker kvittering.



Godkjent.

Du spør kunden om h*n vil ha kvittering. For Obs Bygg er det også godkjent å gi kvitteringen uoppfordret til kunden.



Ikke godkjent.

Du holder på med ditt og verken ser opp eller tilkjenne gir du har tenkt å gi kunden kvittering. For Obs Bygg er det ikke godkjent å ikke tilby kvittering.



MÅLE- PUNKT 8

Ble kundemøtet i kassen avsluttet på en naturlig og fin måte?



En avsluttende hilsen defineres som øyekontakt, et smil og noen hyggelige ord etter handelen.

Det er viktig at du finner din naturlige måte å gi en avsluttende hilsen – «ha det bra», «ha en fin dag», «takkk for handelen», «vær så god, her er kvitteringen», «ha det» er godkjente hilsener. Det er viktig at det ikke blir en innlært og unaturlig frase som du føler deg tvunget til å si. Husk øyekontakt – det er viktig! Få kunden til å gå ut av butikken med et smil.



Intersport Røros



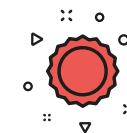
Wow effekten.

Du ser kunden, smiler og gir uttrykk for at det var hyggelig å ha kunden i din butikk. Du har skapt den gode følelsen, det lille ekstra!



Godkjent.

Du sier «ha det bra» eller annen avsluttende hilsen.



Ikke godkjent.

Du har ikke fokus på kunden.

HA EN FIN DAG

Hadde den ansatte navneskilt?

Alle ansatte skal bære navneskilt lett synlig for kundene.

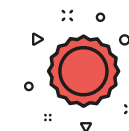
For målepunkt 5 «Navneskilt» er det kun mulig å få godkjent eller ikke godkjent. Det er ingen WOW effekt knyttet til dette målepunktet.

De som utfører sekunderingen vil alltid forsøke å legge merke til navnet ditt selv om navneskiltet kun er delvis synlig.



Godkjent.

Du har navneskilt godt synlig.



Ikke godkjent.

Du har ikke navneskilt synlig/
delvis skjult.

NAVNE- SKILT

Ble du spurt om medlemskort?



Kunden skal spørres om medlemskort når handelen gjennomføres.

Om du ser at kunden benytter Coopay, så bemerk gjerne dette på en hyggelig måte. Da trenger du ikke spørre om medlemskort.



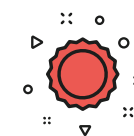
Wow effekten.

Du ser kunden, smiler og spør om h*n vil bruke medlemskortet. Du skaper den gode følelsen ved å minne om en fordel kunden har som Coop-medlem. Og hos oss i Coop Midt-Norge er kjøpe-utbyttet på hele 3 prosent! Hvis svaret er nei, kan det lille ekstra være å spørre kunden om h*n ønsker å bli medlem, eller informasjon om medlemskap.



Godkjent.

Du spør om kunden har medlem-skort.



Ikke godkjent.

Når du ikke spør kunden om medlemskort.

MEDLEM?



— Selvskanning

MÅLE- PUNKT

Ble du møtt på en god måte?

Det skal alltid være positivt å ankomme selvskanningsområdet, og det skal alltid være en kundevert i nærheten. Det kan være mange kunder i området, og kun én vert. Det forventes ikke at verten skal hilse på alle, men kunden skal føle seg sett.

Selvskanning er en effektiv måte å redusere kø og ventetid for kundene i butikken. For mange er dette fortsatt en uvant løsning, og veiledning i hvordan man bruker selvskanningskassene kan være viktig for mange av kundene. Det skal alltid være en kundevert i området. I noen tilfeller kan kundeverten være den som sitter i nærmeste betjente kasse. Kundeverten skal bistå de kundene som trenger hjelp.



Extra Klæbu



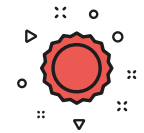
Wow effekten.

Du som kundevert er i området, og du er utadvendt og oppsøkende. Du gir kunden et inntrykk av at h*n er ønsket i selvskanningen, og kunden føler seg godt ivaretatt.



Godkjent.

Du som kundevert er i området, og du ser kunden.



Ikke godkjent.

Det er ingen kundevert i området. Du som kundevert er passiv, eller ser ikke kunden.

GOD HJELP

MÅLE- PUNKT 12

Ble ditt behov for hjelp/din utfordring løst på en god måte?

Det skal alltid være en kundevert i nærheten. Noen ganger kan det være mange kunder i området, og kun én vert. Det forventes ikke at verten skal hilse på alle, men kunden skal føle seg sett.



Kjente utfordringer i selvskanningskassene kan være:

- **KUNDEN ER UKJENT MED SELVSKANNINGSKASSER OG ER USIKKER ELLER I VILLREDE.**
- **KUNDEN HAR KJØPT EN VARE UTEN STREK-KODE OG ER USIKKER PÅ HVORDAN DETTE SKAL SLÅS INN.**
- **KUNDEN HAR SKANNET SAMME VARE TO GANGER OG TRENGER HJELP TIL Å KORRIGERE ANTALL.**
- **KUNDEN HAR IKKE TATT MED SEG KVITTERING OG FÅR IKKE ÅPNET KUNDEPORTEN.**



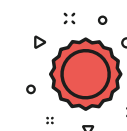
Wow effekten.

Du som kundevert er aktiv og oppmerksom, du henvender deg til kunden, tilbyr hjelp og tilrettelegger («vi har en ledig kasse her», «trenger du hjelp», «er alt ok» o.l.). Du skaper den gode opplevelsen!



Godkjent.

Du som kundevert er i området. Du er aktiv og behjelpelig, men kunden må selv ta initiativ for å få hjelp selv om man tydelig kan se at kunden har utfordringer.



Ikke godkjent.

Du som kundevert er passiv, eller ser ikke kunden.



MÅLE- PUNKT 13

Ble kundemøtet avsluttet på en hyggelig måte?



Selv om dette er et selvbetjent område, skal kundeverten avslutte kundemøtene på en hyggelig måte.

På samme måte som i vanlig betjent kasse, skal kundeverten avslutte kundemøtet på en hyggelig måte. Dette er det siste kunden opplever før h*n forlater butikken, her har du som kundevert en mulighet til å imponere og la kunden gå ut med et smil om munnen!



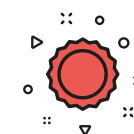
Wow effekten.

Du som kundevert avslutter på en hyggelig måte med øye-kontakt og spørsmål om «var det noe mer du trenger hjelp til», «noe annet jeg kan gjøre for deg», «ha en fortsatt fin dag» - eller noe annet som føles naturlig. Du gir kunden en følelse av at det var en god opplevelse å bruke selvskanning.



Godkjent.

Du som kundevert gir en kort avslutning som «ha det», «ok» eller lignende.



Ikke godkjent.

Du som kundevert gir ingen avslutning, fortsetter til en annen kunde eller trekker deg tilbake.



Obs Lade

— En mulighet til å imponere

MÅLE-
PUNKT

Reklamasjon/problem = En mulighet til å imponere!

Et problem er en mulighet til å imponere! Dette betyr at vi tar kunden på alvor når h*n har et problem som ønskes løst.

IMPONERE



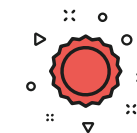
Wow effekten.

Du ser kunden, smiler og gir tydelig til kjenne at du har fullt fokus på personen som legger frem sitt problem. Det er alltid en god følelse å bli tatt på alvor eller bli trodd. Du veileder kunden på en forbilledlig måte.



Godkjent.

Du har fokus på å hjelpe kunden og gir nødvendige råd og veiledning.



Ikke godkjent.

Du har ikke fokus på problemet, sender kunden videre til kassen eller andre ansatte uten å ta eierskap til å løse utfordringen. Du sier at du må ha kvitteringen for at kunden skal få bytte varen.



Du eier kundemøtet

Det er viktig å tenke selv. I Coop Midt-Norge har alle ansatte tillit og myndighet til å eie kundemøtet og ta beslutninger som bidrar til at kunden kommer tilbake til din butikk, og forteller sine venner og familie om hvor gode vi er på service!

Det er ditt ansvar å skape fornøyde kunder. Du eier kunden når dere snakker sammen.

- Du har myndighet til å ta beslutninger!

- «DET ER MITT (!) ANSVAR Å SKAPE FORNØYDE KUNDER»
- «JEG EIER KUNDEN NÅR VI SNAKKER SAMMEN»
- «JEG LAR ALDRI EN KUNDE GÅ MISFORNØYD FRA MIN BUTIKK»
- «MITT MÅL ER AT KUNDEN SKAL BLI BEGEISTRET - JEG SKAL SKAPE WOW!»

Rom for personlig service

Vi gir de ansatte tillit og myndighet til å gjøre det rette for kundene gjennom å lage et rammeverk som gir rom for personlig service. Informasjon om rammeverket finner du i "Rutine for kasse" og "Personalhåndbok med arbeidsreglement".



UTGANGSPUNKT: KUNDEN HAR ALLTID RETT

Feil pris

Når kunden mener at en vare går inn til feil pris, skal dette umiddelbart rettes opp ovenfor Kunden. Kunden skal betale den prisinformasjon som kunden mener er korrekt i henhold til, hyllekantetikett, plakatering, annonse eller annen prisinfo kunden har fanget opp.

Retur av vare - uansett årsak

Alle reklamasjoner- uavhengig av årsak, opptil kr. 1 000,- , også varer uten kvittering - skal bli tatt i retur uten videre diskusjoner. Dersom beløpet overstiger dette skal butikksjef/salgssjef/ ansvarlig kontaktes.

Kvalitetsavvik. Der kunden ikke har med vare i retur

Behandles som retur av vare.

- Vi tilbakebetaler alltid med et smil!

Løftsamtale

Jakten på WOW handler om å trene

Gjennom trening, sekundering og tilbakemelding, for deretter å trene enda litt mer, blir vi litt bedre for eneste dag som går – som enkeltmennesker, som butikk og som bedrift.



Løsningsfokusert tilnærming = LØFT

Vi ønsker å løfte den ansatte slik at den blir bedre, enten fra 1-4 eller fra 4-6



Extra Byneset

Ikke godkjent (Score 1)

Godkjent (Score 4)

Wow (Score 6)

- En LØFT-samtale er en positiv pep-talk der leder og medarbeider snakker sammen som et ledd i treningen, om hva som skal til for å løfte seg fra for eksempel score 1 til 4, eller fra score 4 til 6. Kriteriene for hvert enkelt kundemøte er beskrevet tidligere i konsepthåndboken, og forklarer forskjellen mellom de ulike kravene til hver enkelt score.
- LØFT står for «Løsningsfokusert tilnærming». Dette betyr at vi er opptatt av utviklingsmulighetene hos hver enkelt medarbeider. I LØFT har vi fokus på de positive erfaringene, og at man hele tiden skal gjøre mer av det som fungerer bra.
- I LØFT-samtalen går leder og medarbeider sammen gjennom rapporten fra sekunderingen, og diskuterer hva som kan gjøres enda bedre for å gi kundene en fantastisk service.
- En LØFT-samtale skal gjennomføres så fort resultatene fra en sekundering foreligger. Leder sørger for å skrive et kortfattet referat.

Du som butikksjef må gjerne ta kontakt med driftssjef eller WOW-general om du trenger råd eller ytterligere veiledning.

Gullpin

En GULLPIN er det synlige beviset på at du leverer service i verdensklasse – WOW!

Du kan få en GULLPIN på to måter, enten fra sekundering eller ved å bli nominert av din butikksjef eller en av dine kollegaer.



GULLPIN - sekunderinger

- **Salgsflaten:** Alle score må være 6/WOW.
- **Betjent kasse:** Alle score må være 6/WOW. Det tillates score 4/Godkjent for medlemskort.
- **Selvskanning:** Alle score må være 6/WOW.
- **Mulighet til å imponere:** Score 6/WOW.



GULLPIN - nominasjon

- Forslag med begrunnelse sendes til butikksjef eller driftssjef.
- Nominasjonsforslag på ledere skal vurderes av driftssjef.
- Butikksjef/driftssjef sender forslag med begrunnelse og sin vurdering til WOW-general for endelig beslutning.

Merk: Det er ikke anledning til å påskjønne/belønne med gaver, gavekort eller lignende i tillegg til GULLPIN.

VI SER ALLTID KUNDENE VÅRE

Vi sier hei, smiler, nikker eller ønsker velkommen

Kunden blir ikke sett eller føler seg velkommen

VI ER TILGJENGELIGE OG HJELPSOMME

Vi er lett å få tak i og tar initiativ til å hjelpe

Kunden får ikke hjelp, blir ikke sett eller vi tar ikke initiativ

VI AVDEKKER ALLTID KUNDENES BEHOV

Vi er interessert i hva kunden faktisk trenger - vi spør om det er MER vi kan gjøre

Kunden får ikke spørsmål om det er MER vi kan hjelpe med

VI STREKKER OSS STADIG LENGRE FOR KUNDENE VÅRE

Vi hjelper kunden med det kunden trenger

Kunden får ikke den hjelpen som vi lover

VI SENDER KUNDENE VIDERE MED ET SMIL

Vi smiler og avslutter kundemøtet slik at kunden vil komme igjen

Kunden får ikke en hyggelig avslutning på kundemøtet

ET PROBLEM ER EN MULIGHET TIL Å IMPONERE

Vi gjør alt vi kan for å løse kundens utfordringer/problem

Kunden føler ikke at vi prøver å løse problemet



DE ANSATTE ER FANTASTISKE!

WOW

