



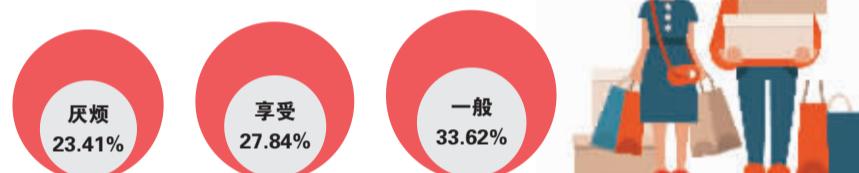
# 全渠道未彻底 有产品还需有态度

作为新零售改造的主战场,传统超市业态在互联网思维和数字化赋能下,在商品和服务能力上都有所提高。但不可否认的是,职业技能培训制度不够完善、数字化技术不够高、会员服务意识不够强等问题依然存在,这使得超市业态的总体服务满意度水平与购物中心、餐饮等业态相比并不高,超市业态在服务态度、收银效率、全渠道、会员服务等方面都还有需要改善的地方。

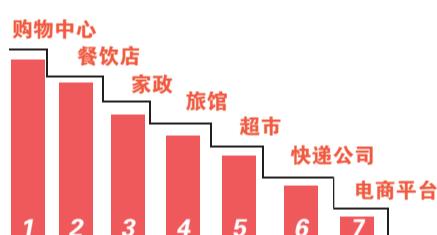
## 服务态度有待改善

超市工作人员的服务态度时刻影响着消费者的满意度。根据调查显示,消费者对于超市业态服务态度的满意度排名并不高,只有36.9%的消费者认为超市工作人员的服务态度令人满意,该比例位列购物中心、餐饮店、旅馆等业态之后。另外,消费者认为超市服务的专业水平及处理投诉的效率也不如购物中心、餐饮等业态。与此同时,对于超市工作人员的推销宣传,23.41%的消费者感到厌烦。

### ■消费者对超市工作人员推销宣传的感受



### ■商业服务业业态服务态度满意度排名



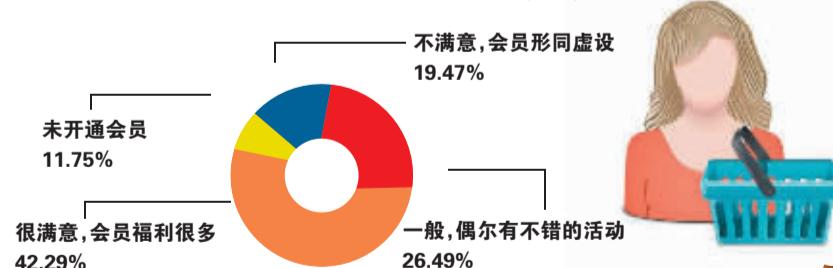
### ■商业服务业业态投诉处理效率排名



## 会员延伸服务需求高

消费升级趋势下,顾客的购物需求变得更加个性化,这也要求超市企业在商品和服务能力上构筑差异化竞争力,会员消费数据的积累与应用因此变得至关重要。本次调查显示,42%的消费者对于超市的会员服务表示很满意,认为针对会员的福利活动很多。另外,还有近20%的消费者对超市提供的会员服务感到不满意,认为会员身份形同虚设。

### ■消费者对超市会员服务满意度



## 企业声音

### 超市发总裁王增庆:

不同区域不同业态的客群存在消费差异,而数字化运营能力是提升整体服务质量最有效的方法。数字化的终极目标就是识别顾客,之后做顾客的转化,延展到运营、营销、商品、服务各方面,建立与顾客的有效连接。

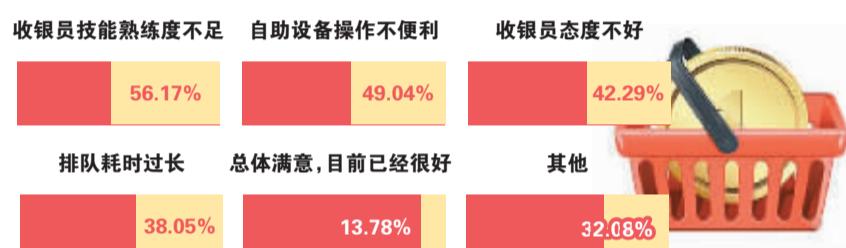
### 多点总裁张峰:

过去,商超虽然拥有会员,但很难对会员进行系统性管理和有效的分析,因此也难以提供更精准、有效的服务。为了更好地满足消费升级需求,企业需要提升会员服务能力,通过对会员管理、权益管理完成会员一体化流量闭环的建设。

## 收银环节仍需升级

由于排队时长、工作人员操作不流畅等问题,收银环节几乎成为传统超市顾客满意度最低的部分。调查显示,有高达56%的消费者认为收银员技能熟练度不足,42%的消费者认为收银员态度不好,这说明超市企业还应当进一步加强对收银工作者职业技能及道德素养、服务意识的系统培训工作。另外,收银结算效率与满意度也有待改善,38%的消费者认为收银台前排队耗时过长,49%的消费者认为自助收银设备操作不够便利。

### ■消费者对超市收银环节的服务感受



## 全渠道尚未彻底

伴随消费变得碎片化,传统超市也开始推行全渠道战略。但消费者对其电商和O2O服务尚存在一些不满意的地方。调查显示,只有约14%的消费者对超市提供的电商服务感到总体满意。而超过一半的消费者认为超市自建的电商平台存在商品不够丰富、价格高于实体店的问题。另外,还有18%的消费者对超市上门送货服务感到不满意,认为存在超时未送、漏送等问题。

### ■消费者对超市上门送货服务满意度



### ■消费者对超市电商平台的服务感受

