



ПРЕСС-РЕЛИЗ

«ДОБРЫЙ СЕРВИС» В МАГАЗИНАХ «ДИКСИ»

Москва, Российская Федерация, 18 декабря 2015 г.

Развивая принцип добрососедства, сеть магазинов «ДИКСИ» делает акцент на стандарты обслуживания покупателей. В 2015 году на основе действующего в компании перечня регламентов была сформирована программа «Добрый сервис». Стандарты клиентского сервиса в «ДИКСИ» охватывают все сферы работы сотрудников - от внешнего вида до коммуникации с покупателями, получения обратной связи.

«Вне зависимости от экономических реалий эмоциональная составляющая является одной из ключевых при выборе покупателем магазина, особенно для ежедневных покупок. Конечно, важно, чтобы сотрудники знали основные операционные регламенты, но мы поставили себе цель добавить к этим знаниям и «стандарты доброты»», - рассказала директор по персоналу ГК «ДИКСИ» **Виктория Лобанова**.

Для разработки единых стандартов обслуживания компания привлекла сертифицированных экспертов в области технологий продаж, культуры общения и профессионалов в сфере личностного роста. Обучение выработанным принципам прошли уже около двадцати тысяч кассиров, сотрудников торгового зала и администрации магазинов. Основы клиентского менеджмента сотрудники осваивают в рамках обучающих курсов на учебных площадках корпоративной «ДИКСИ - Академии», а нестандартные ситуации из практики рассматриваются на специально организованных мастерских, в рамках которых сотрудники обсуждают собственные примеры и поэтапно разбирают алгоритмы действий.

«Каждый из магазинов «ДИКСИ» ежедневно обслуживает несколько тысяч покупателей. В своей повседневной работе сотрудникам иногда приходится оказывать разнообразную помощь клиентам. «Добрый сервис» в «ДИКСИ» - это обслуживание, которое включает не только комфортные условия общения - улыбку, компетентные ответы на вопросы и доброжелательность, но и искреннее желание сделать немного больше, чем этого требует работа», - добавляет **Виктория Лобанова**.

Для того чтобы иметь возможность оценить текущий уровень сервиса и покупательские настроения, в сети действует многоканальная система обратной связи. В каждом магазине размещены традиционные

книги жалоб, а для решения оперативных вопросов в зоне касс размещено объявление с мобильным телефоном регионального менеджера, которому покупатель может позвонить немедленно и рассказать о проблеме. Для своих отзывов покупатели также могут использовать телефон горячей линии и официальные группы «ДИКСИ» в социальных сетях. В месяц специалисты сети обрабатывают около трех тысяч обращений, среди которых благодарности за проявленное внимание сотрудников.

Реальные примеры работы «Доброго сервиса»:

- Управляющие магазинов проходят обучение алгоритмам оказания первой медицинской помощи. Благодаря этим знаниям сотрудница одного из магазинов в Рязани остановила приступ эпилепсии у покупателя. На мастерской она рассказала, что теперь, когда слышит по рации, что ее срочно вызывают в торговый зал, на всякий случай захватывает с собой аптечку - для того, чтобы оперативно помочь возможному «пациенту».

- Постоянным покупателем одного из магазинов в Калуге является незрячий мужчина, он заходит в магазин три раза в неделю примерно в одно и то же время. Собака-поводырь сопровождает покупателя до входа, где его встречают сотрудники. Они интересуются, какие нужны продукты, и сопровождают мужчину по торговому залу, складывая в тележку товары, которые он называет. Затем, уже на кассе, сотрудник сам складывает продукты в пакет, покупателю остается лишь оплатить покупку банковской картой. Покупателя провожают к собаке-поводырю и, убедившись, что все в порядке, возвращаются на рабочее место.

- В Тверской области рядом с магазином расположен интернат для детей, оставшихся без попечения родителей. Малыши часто заходят за покупками со списком продуктов. Сотрудники помогают им выбрать необходимые товары и рассчитать их стоимость в соответствии с выданной взрослыми суммой, а после оплаты следят за тем, чтобы дети надежно убрали кошелек, а в темное время суток иногда и провожают их до интерната.

Группа компаний «ДИКСИ» (ММВБ: DIXY) - одна из лидирующих российских компаний в сфере розничной торговли продуктами питания и товарами повседневного спроса.

Открыв первый магазин «ДИКСИ» в 1999 году в Москве, после периода интенсивного органического развития и приобретения в июне 2011 года Группы Компаний «Виктория», по состоянию на 30 ноября 2015 года Группа управляла 2 667 магазинами, включая: 2 526 магазинов «у дома» «ДИКСИ», 104 магазина «Виктория», 1 магазин Cash и 36 компактных гипермаркетов «Мегамарт» и «Минимарт».

География деятельности Группы распространяется на четыре федеральных округа России: Центральный, Северо-Западный, Приволжский и Уральский, а также на Калининград и Калининградскую область.

Торговая площадь ГК «ДИКСИ» по состоянию на 30 ноября 2015 года составляла 890 963 кв.м.

В 2014 году общая выручка Группы компаний «ДИКСИ» достигла 229 млрд рублей (6,0 млрд долларов США). Группа компаний занимает третье место по размеру выручки, торговых площадей и количеству магазинов среди национальных розничных операторов, работающих в продовольственном сегменте.

Общее число сотрудников Группы более 50 тысяч человек.

В мае 2007 года Группа компаний провела IPO на РТС и ММВБ на сумму US\$ 360 млн. Контрольным пакетом акций ГК «ДИКСИ» (54,4%) владеет многопрофильный холдинг Группа Компаний «Меркурий».

По версии рейтингового агентства «Эксперт» Группа компаний «ДИКСИ» входит в 100 крупнейших российских компаний.

Контакты

Анастасия Орлова

Директор по работе со СМИ

Тел.: +7 (495) 933 1450 (2132)

Моб.: +7 (916) 953 2056

E-mail: a.orlova@hq.dixy.ru

www.dixygroup.ru