

Взаимодействие с покупателями

Цель «Магнита» в части клиентского сервиса – стать проще, быстрее, доступнее и лояльнее к покупателю. Мы стремимся быть открытыми на всех уровнях и постоянно совершенствуем наши коммуникации с потребителями. Это помогает нам повышать качество продуктов и услуг, добиваться успехов в области продаж, разрабатывать новые продукты и внедрять новые технологии.

Наш подход к управлению

Наша система обслуживания клиентов нацелена на быстрое и качественное решение запросов покупателей. Наш сервис формируется на основе трех принципов.

1. Мы выстраиваем простые и оптимальные бизнес-процессы, учитывая интересы покупателя.
2. Мы поддерживаем высокую культуру общения с потребителями.
3. Мы учитываем мнение наших покупателей, проводя опросы и получая обратную связь о качестве обслуживания.

Наш основной вектор – это открытость к общению с покупателями, готовность помочь, профессиональное и быстрое обслуживание, удобные сервисы.

Ключевые документы

- ▶ Политика обработки персональных данных

Ключевые события 2022 года

- ▶ Старт пилотного проекта по работе с обращениями покупателей, зарегистрированных на геосервисах Google, «Яндекс», «2ГИС».
- ▶ Старт пилотного проекта по работе с отзывами в мобильном приложении «Магнит».
- ▶ Реализация программы тренировок «Дружественный сервис» для руководителей групп торговых объектов, администраторов и линейных сотрудников магазинов.
- ▶ Создание единого инструмента по комплексной оценке качества обслуживания по всем форматам сети «Магнит».
- ▶ Изменение подхода к обслуживанию покупателей в зоне прилавочной торговли.
- ▶ Реализация программы по повышению качества кассовой дисциплины.
- ▶ Запуск проекта «Всё для семьи – всё для родственников» в Центральном округе с целью выстраивания продуктивных взаимоотношений с покупателями.

Обращения покупателей

Чтобы быстро обрабатывать обращения наших покупателей, включая вопросы по качеству обслуживания, в Компании функционируют три контактных центра, которые фиксируют все полученные обращения с помощью автоматизированной системы. Мы внимательно прислушиваемся к отзывам покупателей, изучаем ситуацию, проводим расследования, принимаем корректирующие меры по всем полученным обращениям и предоставляем обратную связь нашим покупателям.

В 2022 г. в Компанию поступило 4 618 092 обращения от покупателей, что на 16% выше аналогичного показателя за 2021 г. Рост количества обращений отражает улучшение коммуникаций с покупателями с помощью подключения новых каналов связи, таких как геосервисы. Кроме того, на рост числа обращений оказало влияние открытие новых магазинов и развитие сервиса доставки.

Мы прислушиваемся к отзывам покупателей, изучаем ситуацию, проводим расследования, принимаем корректирующие меры по всем полученным обращениям и предоставляем обратную связь.

Мы стали глубже и детальнее разбирать каждое обращение, ввели для сотрудников показатели эффективности ответа: он должен быть не формальным или общим, а конкретным. За 2021–2022 гг. мы в половину снизили число обращений с жалобами на внешний вид персонала, на треть – на качество обслуживания, несоответствие или отсутствие ценников. Среднее время ответа на обращение покупателя сократилось на 52% по сравнению с 2021 г.

Итоги по обращениям покупателей за 2022 год

Блок	Динамика жалоб по отношению к 2021 г. (на 100 тыс. чеков), %
Невыдача наклеек, купонов, призов	-49
Обсчет или обвес	-17
Невежливость или некомпетентность сотрудников	-12
Очереди	-8
Качество товара	-5

Как мы обрабатываем обращения покупателей



Взаимодействие с покупателями

(продолжение)



Пилотный проект «Геосервисы»

В начале июня 2022 г. мы запустили пилотный проект по работе с обращениями покупателей, зарегистрированных на геосервисах Google, «Яндекс», «2ГИС». Проект позволяет повысить рейтинг магазина в интернете, влияет на лояльность и доверие покупателей, а также на ранжирование в локальной выдаче при поиске. Обращения покупателей регистрируются операторами внутреннего контакт-центра под новым каналом связи «Геосервисы» и передаются сотрудникам «Магнита» для решения проблем и ответа на вопросы потребителей. За период работы сервиса с июня по декабрь 2022 г. среднее количество отзывов о работе наших магазинов выросло на 35%, а их общая тональность сдвинулась в положительную сторону.

Опрос потребителей

Чтобы правильно подобрать ассортимент, запустить новинку, разработать действенную рекламную кампанию, установить цену на товар или спланировать промоакцию, мы выясняем мнение потребителей по данным вопросам. Мы регулярно проводим исследования удовлетворенности клиентов с помощью онлайн-опросов, а также интервью с фокус-группами. Одним из результатов исследований является индекс потребительской лояльности (NPS²), который показывает, насколько потребители готовы рекомендовать сеть другим.

В 2022 г. индекс NPS для «Магнита у дома» составил 11, а для «Магнит Косметик» – 35.

Индекс NPS по форматам сети «Магнит», апрель – декабрь 2022 года

Магазины у дома	11
Магнит Семейный	19
Магнит Экстра	18
Магнит-Косметик	35

в 2 раза выросло количество положительных отзывов о работе «Магнита»

на 6 % сократилось число жалоб на работу торговых точек

¹ В сравнении с периодом с января по май 2022 г., когда проект «Геосервисы» еще не начал работу.

² Net Promoter Score – показатель приверженности потребителей товару или компании. Замеры построены на вопросе, рекомендует ли клиент компанию своим друзьям, с оценкой от 0 до 10 баллов. NPS используют, чтобы оценить готовность покупателя к повторным покупкам.

Развитие клиентского сервиса

Забота о покупателе – одна из наших ключевых ценностей. «Магнит» остается островком стабильности для миллионов покупателей. Они приходят и совершают привычный ритуал – покупают продукты для семьи. Мы прилагаем все усилия для того, чтобы сделать этот опыт приятным.



Открытость на всех уровнях и прозрачность процессов

Мы выстраиваем новые каналы коммуникаций с клиентами и совершенствуем существующие: используем соцсети и сервисы доставки, внедряем новые технологии в ежедневные процессы. «Магнит» открыт к обратной связи и считает ее одним из главных инструментов качественных изменений.



Вовлеченность всех сотрудников «Магнита» в повышение качества обслуживания

Хороший сервис начинается с сотрудников магазина. Фундаментальное знание и понимание природы качественного обслуживания идет сверху, от руководителей всех уровней. Наши менеджеры становятся амбассадорами сервиса, постоянно наращивают свои компетенции в этой области и умело передают знания сотрудникам. Региональные менеджеры по клиентскому сервису ведут комплексное сопровождение по улучшению показателей обслуживания. Сотрудники торговых точек постоянно повышают свои навыки и стремятся оказать лучшие услуги нашим покупателям.

В начале 2023 г. мы подвели итоги работы по повышению уровня обслуживания в сети. За период с июня по декабрь 2022 г. вдвое выросло количество позитивных отзывов о магазинах «Магнит» в геосервисах, а число жалоб на работу торговых точек сократилось на 6%. Все это стало возможным благодаря нашей целенаправленной работе по повышению качества товаров, обслуживания и работы магазинов.

Обучение дружественным коммуникациям

Чтобы зарядить персонал на позитивное отношение к покупателям, Управление по клиентскому сервису разработало тренинг «Дружественный сервис», нацеленный на предоставление качественной услуги покупателю, основанной на профессиональном и уважительном отношении. В рамках тренинга сотрудники магазинов и их руководители подробно изучают существующие стандарты и новые приемы работы с покупателями,

а также прорабатывают сценарии сложных ситуаций в общении с потребителями. На основе материалов тренинга руководители групп торговых объектов разработали меры по улучшению качества обслуживания в магазинах. В отчетном году наши региональные менеджеры провели обучение более 3,5 тыс. сотрудников «Магнита».

Получив хорошие результаты тренинга «Дружественный сервис», Управление

по клиентскому сервису вместе с Корпоративной академией «Магнита» разработали еще один обучающий проект – «Лидерские мастерские. Команда и клиенты». На этом тренинге руководители торговых объектов разбирают взаимосвязь действий руководства в отношении коллектива и качества обслуживания и учатся находить причины проблем и их решения.

Взаимодействие с покупателями

(продолжение)

Рейтинг качества обслуживания

С 2022 г. Управление по клиентскому сервису разработало и внедрило новый инструмент оценки сервиса в магазинах – рейтинг качества обслуживания для всех форматов сети «Магнит». Пилотный проект стартовал и успешно тестировался в Московском округе под руководством старшего менеджера по клиентскому сервису. В 2023 г. он будет распространен на всю сеть.

Рейтинг формирует ежемесячные отчеты о работе с покупателями. С их помощью мы отслеживаем и оцениваем работу магазинов по основным критериям качества обслуживания, определяем сильные и слабые стороны каждого магазина в сфере сервиса и видим его конкурентные преимущества.

Мы постоянно совершенствуем оформление наших магазинов. Это помогает покупателям лучше ориентироваться в торговом зале и обращать внимание на новые предложения, акции и сервисы. В декабре 2022 г. мы представили Стандарт визуального оформления рекламно-информационными материалами для формата «Магнит у дома». Новый стандарт определяет набор рекламно-информационных материалов (РИМ), размещаемых в торговых залах, способы размещения РИМ и правила для разработки навигации. В 2023 г. такие стандарты будут разработаны для всех форматов «Магнита». Это поможет нам повысить лояльность потребителей, а также привлечь в наши магазины новых покупателей.

Улучшение визуальных коммуникаций

Мы постоянно совершенствуем оформление наших магазинов. Это помогает покупателям лучше ориентироваться в торговом зале и обращать внимание на новые предложения, акции и сервисы. В декабре 2022 г. мы представили

Стандарт визуального оформления рекламно-информационными материалами для формата «Магнит у дома». Новый стандарт определяет набор рекламно-информационных материалов (РИМ), размещаемых в торговых залах, способы

размещения РИМ и правила для разработки навигации. В 2023 г. такие стандарты будут разработаны для всех форматов «Магнита». Это поможет нам повысить лояльность потребителей, а также привлечь в наши магазины новых покупателей.

Рейтинг качества

- ▶ Способствует улучшению качества услуг:
 - возможность быстро реагировать на отклонения по критериям клиентского сервиса;
 - стимул для работников лучше обслуживать покупателей
- ▶ Упрощает оценку работы магазина:
 - все основные показатели качества обслуживания в одном отчете;
 - возможность анализа рейтинга по округам, группам, руководителям;
 - мобильная фильтрация по многочисленным метрикам
- ▶ Представляет данные системно:
 - анализ и оценка на ежемесячной основе
- ▶ Мотивирует персонал:
 - определение лучших и отстающих магазинов в разрезе округа, группы магазинов менеджера любого уровня – комплексно и по отдельным критериям;
 - поощрение лучших в рейтинге

Структура рейтинга

- ▶ Проверки тайного покупателя
- ▶ Жалобы покупателей
- ▶ Скорость обслуживания
- ▶ Нагрузка на кассы
- ▶ Показатели программы лояльности
- ▶ Показатели, связанные с отзывами в геосервисах

Обучение активным продажам

В отчетном году мы запустили пилотный проект «Активные продажи» в 25 магазинах большого формата в Московском, Северо-Западном, Центральном и Южном округах. Его целью стало повышение качества консультирования в зоне прилавочной торговли. Наши сотрудники прошли интерактивные тренинги, где отработали сценарии обслуживания, изучили этапы продаж и подход к коммуникациям с покупателями, представленными в видеоматериалах по активным продажам и мини-роликах с эталонными примерами обслуживания.

Все 25 магазинов, участвовавших в проекте, получили благодарности от Компании, а лучшим сотрудникам магазинов-лидеров были вручены поощрительные призы. В 2023 г. мы планируем масштабировать проект «Активные продажи» на магазины «Магнит Экстра» и «Магнит Семейный» во всех округах.

Поддержание продуктивных отношений с покупателями

Команда Центрального округа вместе с Управлением клиентского сервиса запустила проект «Все для семьи – для родственников», нацеленный на выстраивание хороших отношений с покупателями. В его основу легла идея о заботливом, практически «семейном» подходе «Магнита» к клиентам. На первом этапе был проведен опрос 1 650 покупателей из 13 филиалов, в рамках которого респонденты отметили, что им нравится в работе магазинов формата «Магнит у дома», и что необходимо улучшить. Получив результаты исследования, наши сотрудники провели мозговые штурмы, чтобы найти способы решения проблем, и составили планы действий по улучшению обслуживания клиентов. Итогом проекта должно стать повышение доли лояльных клиентов.

Результаты проекта

+3,5%

продажи позиций собственного производства

+39%

показатель анкеты тайного покупателя

Высокая осведомленность покупателей о сервисах

NPS по итогам опроса

66%

все покупатели

65%

покупатели до 30 лет

68%

покупатели 60+

Взаимодействие с покупателями

(продолжение)

Повышение качества кассовой дисциплины

От четкой работы и высокого уровня организации кассового узла зависит качество работы магазина. Чтобы улучшить работу наших касс и сделать процесс покупки быстрым и приятным для покупателей, в 2022 г. мы реализовали ряд проектов.

Рейтинг кассиров

Наши коллеги из Направления по стандартам кассовой дисциплины «Магнита» и региональный менеджер Кавказского округа разработали рейтинг кассиров. Он дает возможность оценить качество и скорость работы сотрудников кассы в магазинах больших форматов. На основании рейтинга мы организовали чемпионаты кассиров в округах, победители которых получили поощрения. Этот проект позволил нам повысить мотивацию кассиров «Магнита» к работе и улучшить качество обслуживания.

Разработка компетенции продавца-кассира

В отчетном году совместно с WordSkills Russia «Магнит» разработал компетенцию продавца-кассира и учредил чемпионат для сотрудников розничных сетей. Мы подготовили все необходимые регламентные документы, а также провели обучение экспертов, которые будут сопровождать все чемпионаты. Уверены, что проект даст нам возможность повысить статус профессии продавца-кассира, развить навыки и укрепить ценности сотрудников розницы.

Чат-бот «Эксперт по кассе»

«Магнит» стремится внедрять новые технологии для улучшения работы с клиентами. В 2022 г. мы разработали чат-бота «Эксперт по кассе». Он помогает нашим сотрудникам найти ответы на вопросы

по кассовым процессам и стандартам и связаться с коллегами из Направления по стандартам кассовой дисциплины, чтобы задать дополнительные вопросы или отправить свои предложения по улучшению процессов.

Витрина с кассовыми метриками

Чтобы быстро отслеживать основные показатели в работе на кассах и вносить корректировки в обучение и адаптацию персонала, мы запустили витрины с кассовыми метриками. Это позволило нам снизить ошибки кассиров и нарушения кассовой дисциплины на 54%.

на **54%** сократилось число ошибок кассиров и нарушений кассовой дисциплины

Защита персональных данных потребителей

GRI 418-1

Для нас критически важен вопрос защиты персональных данных наших покупателей, которые могут использоваться нами в маркетинговых целях. Мы обрабатываем персональные данные, учитывая необходимость обеспечения защиты прав и свобод субъектов персональных данных, в том числе защиты

права на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну.

Все персональные данные «Магнит» получает от владельцев или их законных представителей. Обработка полученной информации ведется в соответствии с действующим законодательством Российской

Федерации на основании согласия субъекта персональных данных¹. Мы принимаем все необходимые меры по обеспечению конфиденциальности данных. На основании запроса владелец персональных данных или его законный представитель могут получить доступ к своим данным, а также отозвать их.

Ответственные маркетинговые практики

Разрабатывая маркетинговые инициативы, мы осознаем степень воздействия рекламы на общество и ответственно подходим к продвижению достоверной информации. Наши маркетинговые проекты полностью отвечают законодательным нормам, этическим стандартам и добровольно принятым обязательствам.

Наш подход к разработке маркетинговых инициатив

Мы используем только добросовестные методы продвижения и обеспечиваем достоверность и прозрачность информации о безопасности и качестве пищевых и непищевых продуктов, используемой в ходе маркетинговых коммуникаций.

Будучи одним из крупнейших ритейлеров в стране, мы имеем возможность оказывать влияние на привычки широкого круга покупателей. Поэтому мы стремимся продвигать принципы устойчивого развития как через собственные торговые марки,

так и с помощью партнерства с брендами, товары которых реализуются в нашей сети.

«Магнит» улучшает качество жизни покупателей на территории всей страны, продвигая ЗОЖ и корзину здоровых продуктов для сбалансированного питания через свои маркетинговые кампании. Особое внимание мы уделяем контролю за маркетинговыми коммуникациями, связанными с алкогольной и табачной продукцией, четко соблюдая все требования законодательства к рекламе этих товаров.

Система управления маркетинговыми проектами



Ключевые документы

Внутренние документы

- ▶ Политика благотворительной, спонсорской и волонтерской деятельности ПАО «Магнит»
- ▶ Кодекс деловой этики ПАО «Магнит»
- ▶ Положение об информационной политике ПАО «Магнит»
- ▶ Политика в области здоровья и обеспечения качества жизни ПАО «Магнит»
- ▶ Политика по качеству и безопасности пищевых и непищевых продуктов ПАО «Магнит»

Внешние документы

- ▶ Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе»

Существенные темы

- ▶ Формирование долгосрочных партнерств с участием многих заинтересованных сторон для поддержки достижения целей в области устойчивого развития

Приоритетные ЦУР ООН



¹ За исключением случаев, предусмотренных Федеральным законом № 152-ФЗ.