



PRESSENOTAT:

Infact-undersøkelse:

Nordmenn slakter barnas favorittbutikker

– Fagkunnskapen i 30 bransjer under lupen

(Oslo. 3. april 2013). Fagkunnskap, veiledning og kompetanse blir et stadig viktigere konkurransefortrinn, men det er stor forskjell mellom bransjene. En fersk undersøkelse utført for Euro Business School plasserer apotek, optikere og frisører på topp i forhold til fagkompetanse. Derimot slaktes fagkunnskapen til ansatte i barnas favorittbutikker; bransjene for salg av leketøy og barneutstyr.

Rundt om i Norge finnes det mange dyktige fagspesialister som lever av å tilby sin innsikt og kunnskap innen et spesielt fagfelt. I følge det norske folk jobber de flinkeste av dem enten i apotek, optikere og eller som frisør.

På bakgrunn av det siste butikkbesøket, ble respondentene i undersøkelsen spurt om å navngi inntil fem fagbransjer som på bakgrunn av egne opplevelser har høyest fagkompetanse. Totalt var 30 bransjer inkludert i undersøkelsen. Desidert på topp troner apotekbransjen, hvor hele 72 prosent av de spurte sier at har høy tillit til denne bransjens fagkompetanse. Dernest følger optikk og frisør med henholdsvis 31,7 prosent og 23,4 prosent som sier de har høy tillitt til fagkompetansen i disse bransjene.

– Undersøkelsen gir et klart signal om hvilke bransjer nordmenn har mest tillitt til når det gjelder fagkunnskap. Du oppsøker fagspesialister fordi du ikke har innsikt i fagområdet selv, fordi du trenger veiledning eller ønsker å få utført en tjeneste. Da forventer du at fagpersonen forstår din situasjon. Det er tydelig at folk flest får innfridd sine forventinger når de oppsøker norske apotek, optikere og frisører, og at de ansatte jevnt over holder et høyt faglig kompetansenivå, sier Per Kjetil Parr, administrerende direktør i Euro Business School.

Tilliten til fagkompetansen blant selgere av leketøy og barneutstyr er imidlertid svært lav. Dette er bransjer det burde vært mer tillit til ettersom det handler om både kvalitet, bruksområder og sikkerhet. Kun 1,4 prosent oppgir leketøybransjen som en av de bransjene de har høyest tillit når det gjelder fagkompetanse, men så er også dette en bransje som preges av selvbetjening. Tilliten til fagkompetanse er også lav til forhandlere av barneutstyr, hvor tilsvarende andel er kun 3,4 prosent. Selv om man velger ut kjernemålgruppen i alderen 30-44 år er tilliten til bransjens fagkompetanse fortsatt meget lav (5,3 prosent).

– Når du kjøper tjenester som gjelder barna så har mange naturlig nok høye krav til kompetansen hos tjenestetilbyderen. At disse bransjene oppnår en så svak score tyder

på at veldig mange nordmenn har hatt dårlige handleopplevelser hos dem. Det kan være flere årsaker til dette, men både kunnskapsløshet, dårlig produktinnsikt, manglende interesse for kundens behov og for lite tilstedeværelse i butikklokalet er typiske eksempler på opplevelser som trekker ned inntrykket hos kundene, sier Parr.

– Det er spesielt overraskende at barneutstysbransjen gjør det så dårlig. Barnefamilier handler for tusenvis av kroner hvert eneste år, og mye av utstyret som selges, krever opplæring før bruk. Dette er ingen «selvplukk-butikk» og mangel på rådgivning og veiledning kan i verste fall få sikkerhetsmessige konsekvenser, sier Parr.

Den landsrepresentative undersøkelsen ble gjennomført av Infact via YouGovs web-panel i tidsrommet 26. Februar-5-mars 2014. 1031 personer mellom 18-74 år har blitt spurt.

For ytterligere informasjon, kontakt:

Per Kjetil Parr

Administrerende direktør

Euro Business School

Tlf: 90 89 05 09

E-post: per@ebs.no

For et mulig aktuelt case ift Apotekerbransjen, kontakt:

Terje Kvaal, Retail direktør, Vitusapotekene

Mob: 90517043

Epost: terje.kvaal@nmb.no

Euro Business School er et konsulentselskap med fokus på kompetanseutvikling innen ledelse, salg og service. Vi er et norsk selskap, etablert i Oslo, som skreddersyr opplæring, basert på løpende tilbakemelding fra kundens kunder.