

ანალიტიკური ანგარიში

MYSTERY SHOPPING პროგრამის შედეგები
მომსახურების ხარისხის კვლევა აჭარის
ტურისტულ სააგენტოებში
პერიოდი: 18.08.2015 - 23.09.2015

მომზადებულია:



კომპანია 4SERVICE™-ის შესახებ



Mystery Shopping პირველი სპეციალიზირებული პროვაიდერი დსთ ქვეყნებში.



Mystery Shopping პირველი სპეციალიზირებული პროვაიდერი დსთ ქვეყნებში.



14 წლის განმავლობაში ჩვენმა მისტიურმა მყიდველებმა **1 000 000** **Mystery Shopping** ვიზიტი განახორციელეს



ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის **50**-ზე მეტი ქვეყნის დაფარვა, ასევე ბალკანეთის, ცენტრალური აზიისა და თურქეთის.



4Service Group-ის ყველა პროექტი შეესაბამება ხარისხის სტანდარტებს და **MSPA Europe** ეთიკურ პრინციპებს



2014 წელს **4Service Group**-ის მისტიური მყიდველების ქსელმა **290 000+** ადამიანს გადააჭარბა.



ყველაზე შორეული რეგიონების დაფარვა



მუდმივი როტაცია- არა უმეტეს ხუთი ვიზიტისა მისტიურზე, პროექტის ერთ ტალღაზე, ვიზიტი ერთ ლოკაციაზე **3** თვეში ერთხელ.

სერვისის შეფასების კრიტერიუმები

სტანდარტების შესრულება



- მისაღება, კლიენტთან კონტაქტის დამყარება მომხმარებლის საჭიროების გამოვლენა და კონსულტირება
- დიალოგის დასრულება
- ტურ-ოპერატორის მომსახურება
- პერსონალის ვიზუალური მხარე
- პერსონალის ქცევები
- განყოფილების ინტერიერი და ვიზუალური მხარე
- მარკეტინგი

სუბიექტური შეფასება



- თავაზიანობა
- აქტიურობა
- სისწრაფე
- კომპეტენტურობა
- ინტერიერი

NPS



NPS =
% პრომოუტერი –
% დეტრაქტორი

ხარისხის კონტროლი



კონტროლი შესასვლელთან

- რეგულარული რეკრუტირება
- სკრინინგი რეგისტრაციის ეტაპზე
- ხელშეკრულების გაფორმება
- Anti-Fraud შემოწმება



პროექტის სერთიფიკაცია

- შემამოწმებელი შეკითხვები
- სფეროს სფეციფიკის ცოდნა
- სტანდარტების ცოდნა
- არტეფაქტების ხარისხი



პირვანდელი ტესტირება

- რეგულარული რეკრუტირება
- MSPA პრინციპების შესწავლა
- საბაზისო მომზადება ტექნიკურ და ქცევით მოდულებში



არტეფაქტები

- არტეფაქტები, აუდიო და ფოტო სრულყოფილად.
- Anti-Fraud შემოწმება
- მონაცემთა ხარისხი



Grade шоннегов

- მუშაობის ხარისხის შეფასება
- რეგულარული რეიტინგები
- ტიპიური კლიენტებისა და საუკეთესო მისტიურების შერჩევა სეგმენტის მიხედვით



ვალიდაცია

- ყველა ანკეტის 100% ამოკითხვა
- მონაცემთა კვოტირება და ხარისხი
- შერჩევადობა ხარისხის განყოფილებისთვის
- Anti-Fraud სისტემა

კვლევის პარამეტრები



ანკეტა

შეფასებითი ფორმა

შეფასებები, შეყვანილია სტრუქტურირებულ საანკეტო ფორმაში, რომელიც შეიქმნა დამკვეთთან ერთად მისი მოთხოვნების შესაბამისად.

შეფასების სცენარი

მისტიური მომხმარებლის ქმედება შეფასების პროცესში რეგულირდება მოქმედების სცენარით - მოქმედების დეტალური გეგმით.

ანკეტის სტრუქტურა

სხვადასხვა ბლოკსა და განყოფილებას აქვს სხვადასხვა ხვედრითი წილი, შესაბამისად სახვადასხვაგვარია მათი ზემოქმედება საბოლოო შედეგზე.

ანკეტის ბლოკები და განყოფილებები	სულ ქულებში	წილი საერთო რეზულტატში
ბლოკი 1: კლიენტის მომსახურება	25	68%
განყოფილება 1. მისალმება, კლიენტთან კონტაქტის დამყარება	3	8%
განყოფილება 2. მომხმარებლის საჭიროების გამოვლენა და კონსულტირება	14	38%
განყოფილება 3. დიალოგის დასრულება	3	8%
განყოფილება 4. ტურ-ოპერატორის მომსახურება	5	14%
ბლოკი 2: ოპერაციული სტანდარტები	12	32%
განყოფილება 5. პერსონალის ვიზუალური მხარე	2	5%
განყოფილება 6. პერსონალის ქცევები	2	5%
განყოფილება 7. სააგენტოს ინტერიერი და ვიზუალური მხარე	5	14%
განყოფილება 8. მარკეტინგი	3	8%
სულ	37 ქულა	100%



კვლევის შედეგები



სერვისის შეფასება

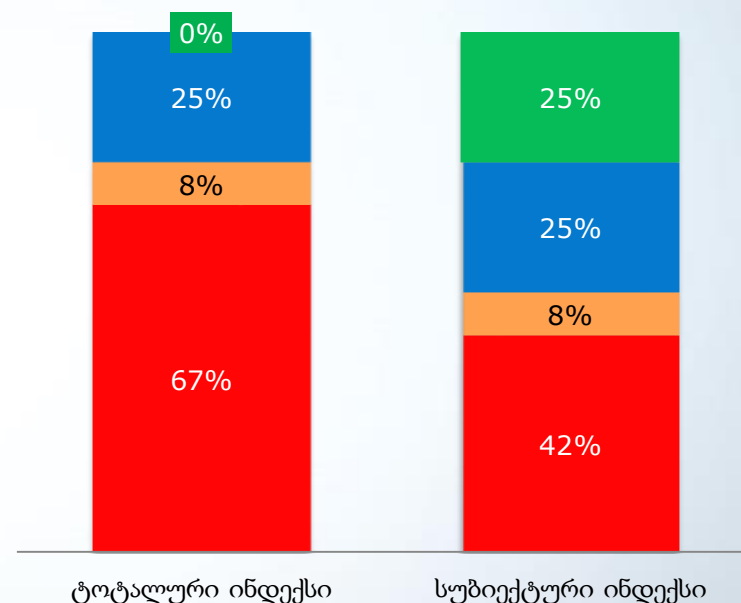
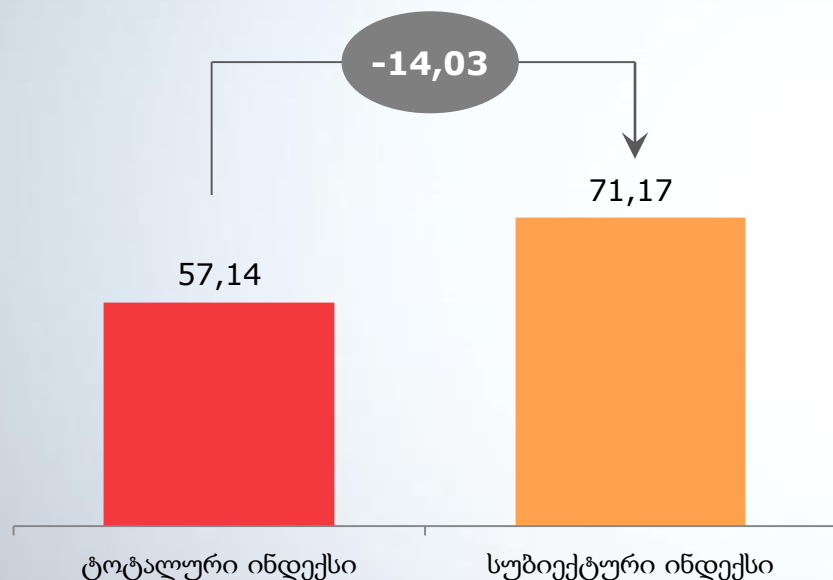
არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

შეფასების გადანაწილება
კატეგორიების მიხედვით



ტოტალური ინდექსით **არადამაკმაყოფილებელი** შეფასება აიხსნება იმით, რომ მომსახურების ხარისხის შეფასების ქულები გადანაწილდა უარყოფით კატეგორიებზე (**დამაკმაყოფილებელი** და **არადამაკმაყოფილებელი** შეფასების წილი შეადგენს 75%) მომსახურების ხარისხის ემოციური შეფასება შეესაბამება კატეგორიას **დამაკმაყოფილებელი** და ბევრად აღემატება ტოტალურ ინდექსს, სხვაობე შეადგენს -14,03 ქულას. ეს იმაზე მეტყველებს, რომ მომხმარებლები, სააგენტოებს აძლევენ უფრო მაღალ სუბიექტურ შეფასებებს ვიზიტების მიხედვით, მიუხედავად იმისა, რომ თანამშრომლების მიერ მომსახურების სატანდარტების შესრულების დონე დაბალია.

მომსახურების ეტაპების შეფასება

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

განვითარების ზონა

ტოტალური ინდექსი

57,14

ბლოკი 1: კლიენტის მომსახურება

49,01

განყოფილება 1. შეხვედრა, მისალმება, კონტაქტის დამყარება

22,22

განყოფილება 2. საჭიროების გამოვლენა და კლიენტის...

44,05

განყოფილება 3. კლიენტთან დიალოგის დასრულება

58,33

განყოფილება 4. ტურ-ოპერატორის მომსახურება

71,88

ბლოკი 2: ოპერაციული სტანდარტები

74,31

განყოფილება 5. პერსონალის ვიზუალური მხარე

50,00

განყოფილება 6. პერსონალის ქცევები

66,67

განყოფილება 7. სააგენტოს ინტერიერი და ვიზუალური მხარე

75,00

განყოფილება 8. მარკეტინგი

94,44

მომსახურების სხვადასხვა ეტაპებზე სტანდარტების შესრულების შედეგი მერყეობს კატეგორიებს შორის არადამაკმაყოფილებელი II დამაკმაყოფილებელი. კატეგორია შესანიშნავს მიეკუთვნება მხოლოდ 8 განყოფილება. მარკეტინგი.

ყველაზე ცუდი მაჩვენებელია განყოფილებაში 1. შეხვედრა, მისალმება, კონტაქტის დამყარება – 22,22 ქულა (კატეგორია არადამაკმაყოფილებელი).

ანკეტის დეტალური ანალიზი



განყოფილება 1. შეხვედრა, მისალმება, კონტაქტის დამყარება

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

განვითარების ზონა

განყოფილება 1 შეხვედრა, მისალმება, კონტაქტის დამყარება

---,22

როგორც კი შეხვედით სააგენტოში, მენეჯერი წამოდგა და მოგესალმათ

66,67

მენეჯერმა დააზუსტა, როგორ უნდა მოემართა თქვენთვის

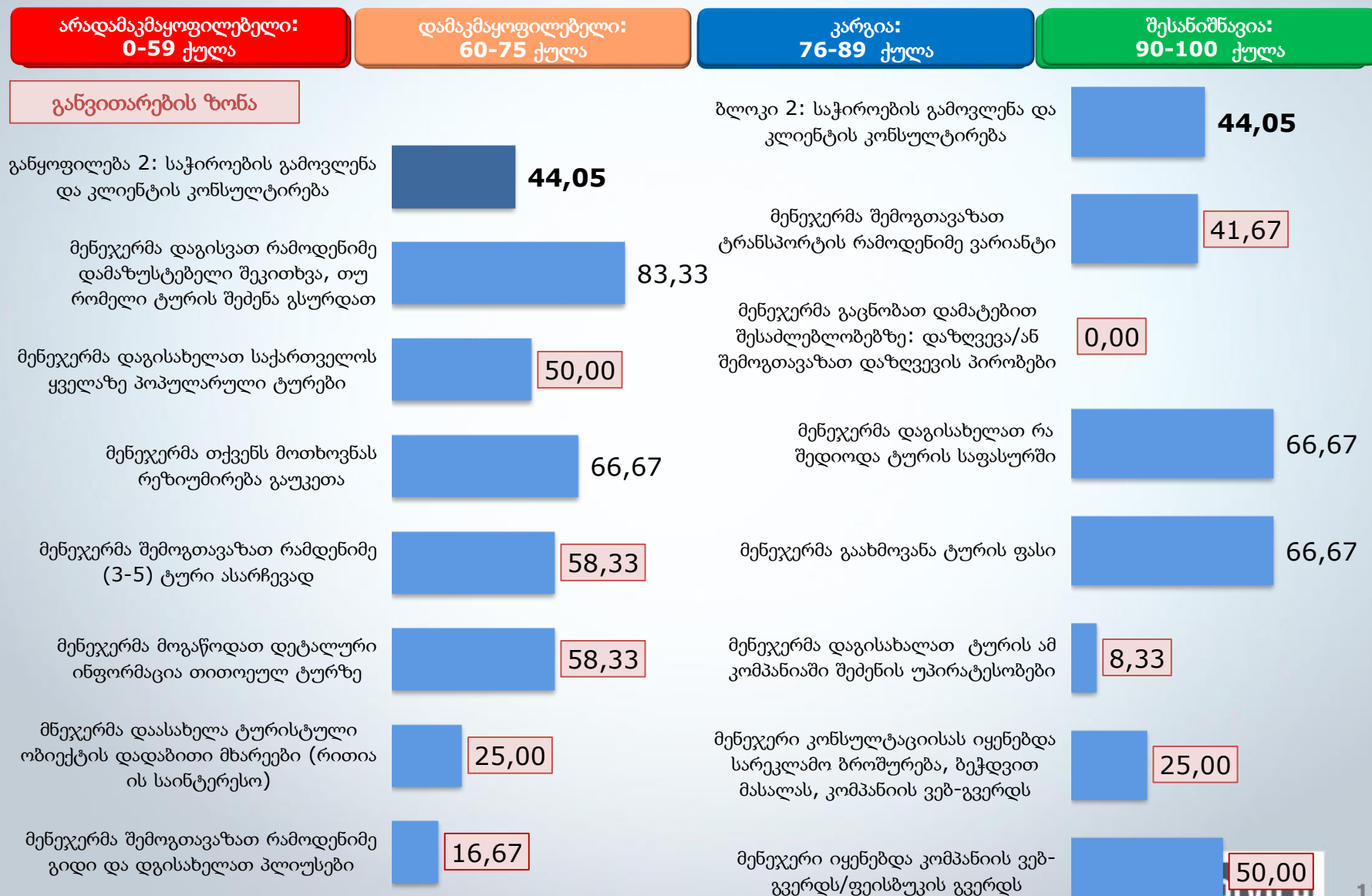
0,00

მენეჯერი დაინტერესდა, გისარგებლიათ თუ არა ადრე ოპერატორის მომსახურებით

0,00

მისალმებისა და კონტაქტის დამყარების სტანდარტები კვლევის მიმდინარე ტალღაში შესრულდა არადამაკმაყოფილებელ დონეზე. 4-ლიკაციაში აღნიშნული სტანდარტი საერთოდ არ შესრულებულა. საყურადღებოა ის, რომ, არცერთ სააგენტოში მენეჯერი არ აზუსტებს როგორ უნდა მიმართოს კლიენტს, უსარგებლიათ თუ არა ადრე ოპერატორის მომსახურებით. ასევე საგულისხმოა სტანდარტის "როგორც კი შეხვედით სააგენტოში მენეჯერი წამოდგა და მოგესალმათ" შესრულება, რომელმაც დაგვანახა კორელაციური კავშირი სუბიექტური შეფასების შედეგებთან და შესაბამისად ზეგავლენას ახდენს მომხმარებლის სუბიექტურ შთაბეჭდილებებზე.

განყოფილება 2. საჭიროების გამოვლენა და კლიენტის კონსულტირება



განყოფილება 1. შეხვედრა, მისალმება, კონტაქტის დამყარება. MS კომენტარები



MS პოზიტიური კომენტარი

კომენტარები

ორივე თანამშრომელი ოპერატიულად მომესალმა და გამიწია საჭირო კონსულტაცია

მისაღები, ყურადღებიანი შეხვედრა იყო მათი მხრიდან.

სააგენტოში შესვლისას თანამშრომელი შემეგება



MS ნეგატიური კომენტარი

კომენტარები

თუმცა დამინახეს, არავინ შეიმჩნია ჩემი შემოსვლა

შესვლისას არავინ შემგებებია, ოპერატორი მეორე სართულზე იყო. ყურადღება მომაქცია მხოლოდ მას შემდეგ რაც ხმამაღლა დავიძახე.

განყოფილება 2. საჭიროების გამოვლენა და კლიენტის კონსულტირება

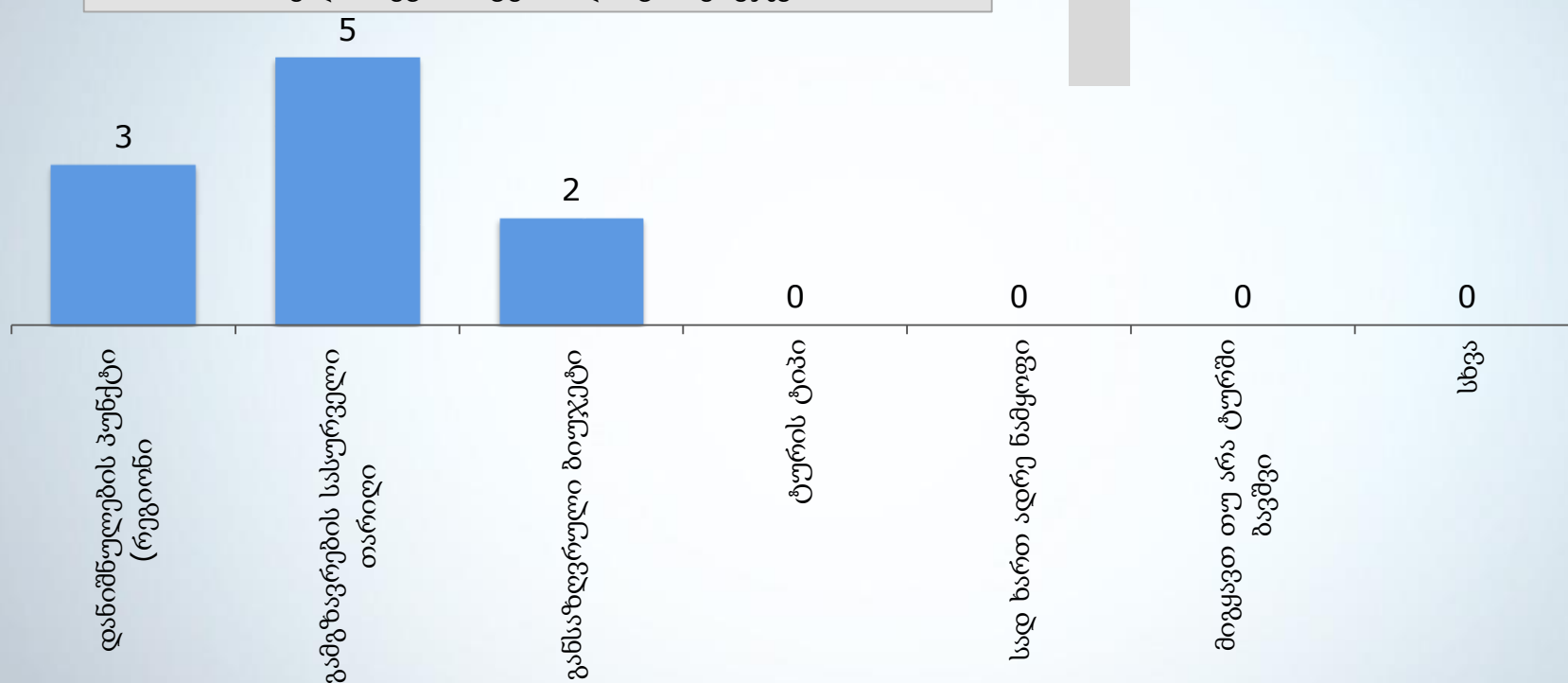
არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

რომელი შეკითხვები დასვა მენეჯერმა:



საჭიროების გამოვლენისა და კლიენტის კონსულტირების სტანდარტები კვლევის მიმდინარე ტალღაში შესრულდა **არადამაკმაყოფილებელ** დონეზე. 2 ლოკაციაში აღნიშნული სტანდარტი საერთოდ არ შესრულებულა. საყურადღებოა ის რომ, არცერთ სააგენტოში მენეჯერმა არ მიაწოდა მომხმარებელს ინფორმაცია დამატებით შესაძლებლობებზე დაზღვევის შესახებ და არ შესთავაზეს დამატებითი დაზღვევის მომსახურება.

განყოფილება 2. საჭიროების გამოვლენა და კლიენტის კონსულტირება. MS კომენტარები



MS პოზიტიური კომენტარი

კომენტარები

იმაზე კარგად ამიღწერა ვიდრე შეიძლებოდა

ძალიან კომპეტენტური ოპერატორი იყო, ყველაფერი მაღალ დონეზე იყო ჩემთვის გადმოცემული

მკითხეს რა მაინტერესებდა და მოთხოვნის შესაბამისი ტურები შემომთავაზეს, თანამშრომლები იყვნენ კეთილგანწყობილები და თავაზიანები.

ძალიან კომპეტენტური ოპერატორი იყო, მოკლედ და გასაგებად ჩამომიყალიბა ყველაფერი.

დამისახელა ყველა ტურის ცალცალკე და ერთიანობაში ფასი, იყო თავაზიანი, ცდილობდა უფრო დაწვრილებითი ინფორმაცია მოეწოდებინა და სატელეფონი საუბრითაც არკვევდა სიზუსტეებს.



MS ნეგატიური კომენტარი

კომენტარები

დეტალური ინფორმაცია არ მოუწოდებია, მიუხედავად იმისა რომ მე ვთხოვე მარშრუტი დაეზუსტებინა.

ძალიან მცირე ინფორმაციას იძლევიან აჭარის ტურის შესახებ, შეიძლება ითქვას, რომ საერთოდ არ აწვდიან ტურისტს ინფორმაციას. ტურისტი რომ ვყოფილიყავი წამდვილად არ ვისარგებლებდი მათი მომსახურებით, ან ძალიან გაწბილებული დავრჩებოდი

ოპერატორმა არაფერი იცოდა შიდა ტურებთან დაკავშირებით ცდილობდა რაც შეიძლება თავაზიანად მოვეშორებინე

ტურ ოპერატორის კონსულტაცია არ იყო კომპეტენტური

არანაირი სტანდარტი არ დაიცვა. მხოლოდ თანხები დამისახელა. აფსოლტურად ყველაფერი დაარღვია.

თითქმის არაფერი იცოდნენ ტურების შესახებ, კარგი იქნება ცოტა ინფორმაციას მაინც რომ ფლობდნენ

განყოფილება 3. კლიენტთან დიალოგის დასრულება

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

განვითარების ზონა

განყოფილება 3. კლიენტთან დიალოგის დასრულება

58,33

როდესაც ტექვენ აცნობეთ მენეჯერს რომ არ იყავით მზად ახლავე შეგეძინათ ტური, მან გამოგართვათ თქვენი კოორდინატები, იმისათვის, რომ გამოეგზავნა ახალი შემოთავაზებები

25,00

მენეჯერმა თავისის ინიციატივით მოგცათ ყველა სავალდებულო მასალა მომსახურების შესახებ, (სავიზიტო ბარათი, ტარიფების ნუსხა, სარეკლამო ბროშურები და ა.შ.)

50,00

მენეჯერი თავაზიანად დაგემშვიდობათ

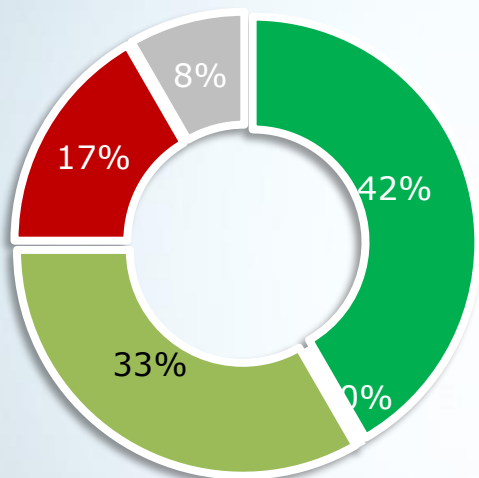
100

ყველაზე ცუდი შედეგი ამ განყოფილებაში აჩვენა საკითხმა "როდესაც ტექვენ აცნობეთ მენეჯერს რომ არ იყავით მზად ახლავე შეგეძინათ ტური, მან გამოგართვათ თქვენი კოორდინატები, იმისათვის, რომ გამოეგზავნა ახალი შემოთავაზებები" (კატეგორია **არადამაკმაყოფილებელი**)

მენეჯერები ყველა სააგენტოში კლიენტებს თავაზიანად დაემშვიდობნენ, ამ სტანდარტის შესრულებისას დაფიქსირდა მაქსიმალური შედეგი **100 ქულა** (კატეგორია **შესანიშნავი**)

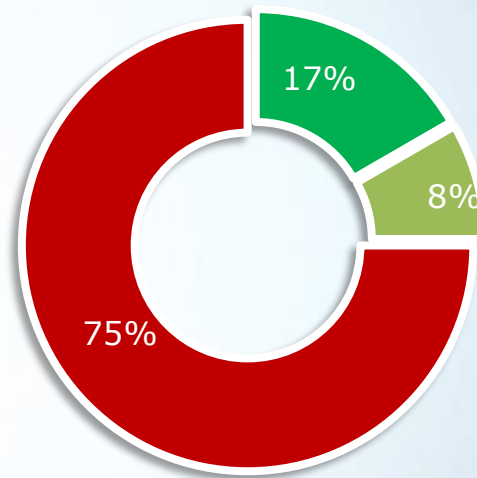
განყოფილება 3. კლიენტთან დიალოგის დასრულება

*აღწერეთ ტანამშრომლის ქმედება, მას შემდეგ რაც აცნობეთ რომ არ იყავით მზად ტურის შესაძენად



- მენეჯერმა დააზუსტა, როდის გავერკვეოდი
- მენეჯერმა მომაწოდა ინფორმაცია, რომ სასტუმროებში/რეისზე ადგილები შეიძლება ამოწურულიყო
- მენეჯერმა გაარკვია რა სახის დამატებითი ინფორმაცია მჭირდებოდა გადაწყვეტილების მისაღებად
- მემეჯერმა დაკარგა ჩემდამი ინტერესი

როდესაც თქვენ აცნობეთ რომ არ იყავით მზად ტურის შესაძენად, მენეჯერმა გამოგართვათ კოორდინატები, ახალი შემოთავაზებების გამოსაგზავნად.



- მენეჯერმა გამოგართვათ ტელეფონის ნომერი
- მენეჯერმა გამოგართვათ e-mail
- მენეჯერმა არ გთხოვათ კოორდინატების დატოვება

*საკითხი ატარებს ინფორმაციულ ხასიათს და არ ახდენს ზეგავლენას ქულებზე

განყოფილება 3. კლიენტთან დიალოგის დასრულება. MS კომენტარები



MS პოზიტიური გამოხმაურება

კომენტარები

თავაზიანად დამემშვიდობა,სავიზიტო ბარათიც გადმომცა

დავემშვიდობეთ ერთმანეთს და გადაწყვეტილების მიღებისთანავე დავპირდი შეხმიანებას. თანამშრომელი ძალიან თავაზიანად დამემშვიდობა

გამიღიმა ,წარმატება მისურვა და დამემშვიდობა.ძალიან თბილად



MS ნეგატიური გამოხმაურება

კომენტარები

სწრაფად ამოწურეს ინფორმაცია და გიდის ნომერი მომცეს თითქოს თავიდან მოცილება სურდათ

განყოფილება 4. ტურ-ოპერატორის მომსახურება

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

განვითარების ზონა

განყოფილება 4. ტურ-ოპერატორის მომსახურება **71,88**

მტელი კონსულტაციიზ განმავლობაში, მენეჯერი იყო თავაზიანი და კეთილგანწყობილი **91,67**

მენეჯერი იჩენდა ინიციატივას, გულწრფელად ცდილობდა დახმარებას **83,33**

მენეჯერი იყო კომპეტენტური, უპასუხა ყველა თქვენს შეკითხვას ტურის შესახებ **66,67**

მოწოდებული ინფორმაცია იყო გასაგები **58,33**

მენეჯერი თქვენთან საუბრისას პერიოდულად იღიმოდა **83,33**

კონსულტაციისას თანამშრომელი მოგმართავდათ სახელით **0,00**

სტანდარტები ამ განყოფილებაში, კვლევის მიმდინარე ტალღაში შესრულდა დამაკმაყოფილებლად.

ყველაზე ცუდი შედეგი აჩვენა საკითხმა "კონსულტაციისას თანამშრომელი მოგმართავდათ სახელით" (კატეგორია არადამაკმაყოფილებელი).

განყოფილება 4. ტურ-ოპერატორის მომსახურება. MS კომენტარები



MS პოზიტიური კომენტარები

კომენტარები

კეთილგანწყობილი იყო

ოპერატორი მიხსნიდა ჩემთვის გასაგებ და მისაღებ ენაზე, არ ჩქარობდა, ყველანაირად მაგრძნობინებდა რომ იყო ჩემით დაინტერესებული

ყველაფერი მომეწონა ოპერატორის კონსულტაციაში. კომპეტენტური და თავაზიანი, ასევე ძალზედ განათლებული ოპერატორია.

ცდილობდა მაქსიმალურად დამხმარებოდა, გადაურეკა გიდს რომ უფრო დაწვრილებითი ინფორმაცია მოეწოდებინა

მისაღები იყო ყველაფერი, არაფერი არ არის გამოსასწორებელი

ძალიან თავაზიანი და კეთილგანწყობილი ოპერატორია, სასიამოვნო მოსაუბრე

განმიხილა ყველა ის დეტალები რაც მაინტერესებდა,თუმცა კერძოდ თითოეული ტურის შესახებ ძალიან მინიმალური ინფორმაცია მომაწოდა.

კონსულტაციის დროს ტურ ოპერატორი პერიოდულად იღიმებოდა, მოწოდებული ინფორმაცია იყო მოსაღები პასუხს სცემდა ყველა ჩემს მიერ დასმულ შეკითხვას



MS ნეგატიური კომენტარები

კომენტარები

აჭარის ტურის შესახებ ვერ მომაწოდა ინფორმაცია

არ იყო გასაგები მე რაც მაინტერესებდა იმაზე ამომწურავი არ მიმიღია

ტურ ოპერატორი არ ფლობდა საჭირო ინფორმაციას. ტელეფონით აზუსტებდა ყველაფერს,კარგი იქნებოდა თუ ყველა ოპერატორს ეცოდინებოდა აჭარის ტურების შესახებ შესახებ მინიმალური ინფორმაცია მაინც

ოპერატორმა არაფერი არ იცოდა აჭარის ტურებთან დაკავშირებით

მომეწონა. ტურ ოპერატორი იყო თავაზიანი. არ მომეწონა რომ სააგენტოში არავინ არ იყო კომპეტენტური, ჩაიწერა ტელეფონი მაგრამ არავინ არ შემხმინებია

არ ცდილობდა რომ დავერწმუნებინე ტურის ყიდვაში.

ძალიან ცუდია როცა არ იცი რას თავაზობ, ტურების შესახებ მეტი ინფორმაციის ცოდნაა საჭირო

განყოფილება 5. პერსონალის ვიზუალური მხარე

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

განვითარების ზონა

განყოფილება 5. პერსონალის ვიზუალური მხარე

50,00

მენეჯერს ეკეთა ბეიჯი

0,00

მენეჯერის ცაცმულობა შეესაბამებოდა საქმიან სტილს,
ვიზუალური მოწესრიგებული, აკურატული

100

ერთერთ საკითხზე იყო წარმოდგენილი მაქსიმალური შედეგი 100-ქულა (კატეგორია **შესანიშნავი**). თუმცა არცერთ სააგენტოში მენეჯერებს არ ეკეთათ ბეიჯები, ამ საკითხმა ვერცერთი ქულა ვერ აიღო. ყველა ლოკაციაში აღნიშნული განყოფილების სტანდარტების შესრულებისას დაფიქსირდა ერთნაირი შედეგები-50,00 ქულა (კატეგორია **არადამაკმაყოფილებელი**)

განყოფილება 5. პერსონალის ვიზუალური მხარე. MS კომენტარები



MS პოზიტიური კომენტარები

კომენტარები

სტანდარტული ტანისამოსი, ზედმეტი აქსესუარების გარეშე

პერსონალი გამოიყურებოდა ოფისის სტანდარტების დაცვით.



MS ნეგატიური კომენტარები

კომენტარები

კარგი იქნება ბეიჯები თუ ეკეთებათ, სახელით მიმართვა უმეტესობისთვის მისაღებია

სამწუხაროდ ბეიჯის არ ქონდა, ეს დიდ დისკომფორტს უქმნის პოტენციურ კლიენტს.

განყოფილება 6. პერსონალის ქცევები

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

განვითარების ზონა

განყოფილება 6. პერსონალის ქცევები

66,67

ყველა თანამშრომელი დაკავებული იყო სამუშაო პროცესით

91,67

თანამშრომლები იქცეოდნენ კორექტულად, არ ყვიროდნენ

41,67

განყოფილება 6. პერსონალის ქცევები. MS კომენტარები



MS პოზიტიური კომენტარები

კომენტარები

კორექტულები, ხმის ტემბრიც ისე ჰქონდათ რომ ერთმანეთს არ უშლიდნენ ხელს.

ერთმანეთს არ უშლიდნენ, ყველანი თავიანთ სამუშაო პროცესში იყო გადართული

კეთილგანწყობილი პერსონალი, გუნდური მუშაობის პრინციპით მომუშავენი.



MS ნეგატიური კომენტარები

კომენტარები

გადამახილები ძალიან არაკორექტულია.

განყოფილება 7. სააგენტოს ინტერიერი და ვიზუალური მხარე

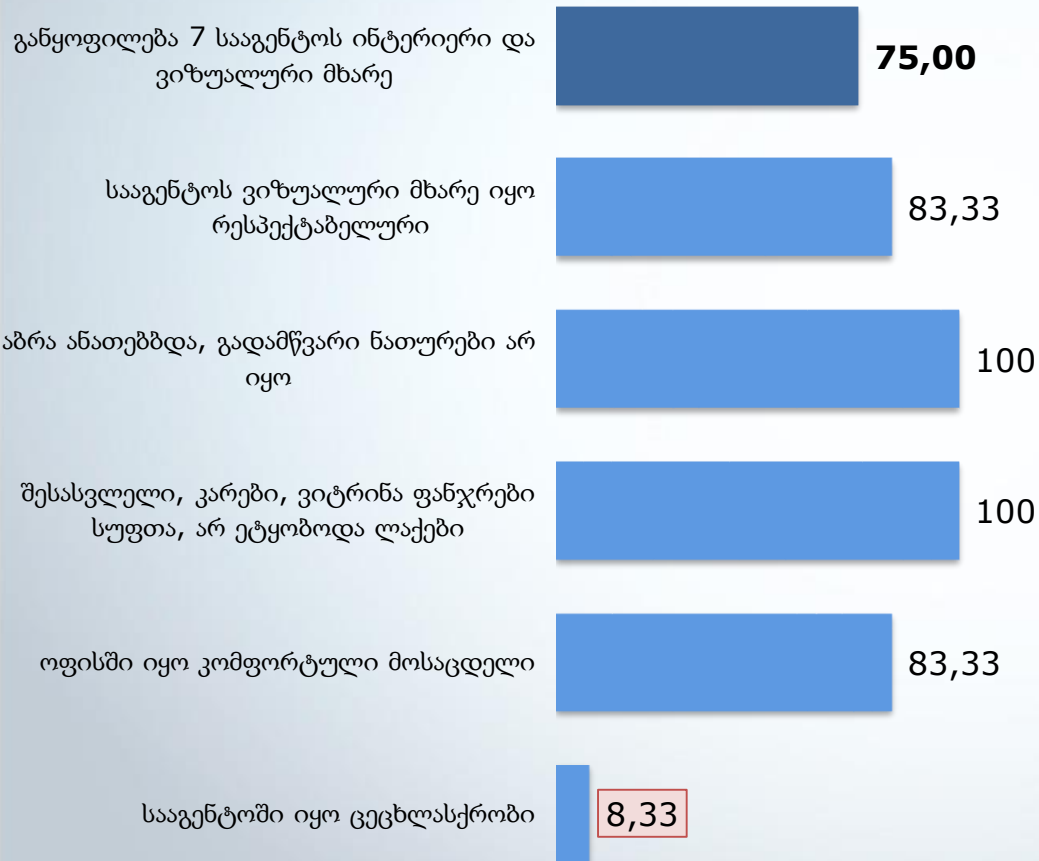
არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

განვითარების ზონა



განყოფილება 7. სააგენტოს ინტერიერი და ვიზუალური მხარე. MS კომენტარები



MS პოზიტიური კომენტარები

კომენტარები

გემოვნებით მოწყობილი ოფისია, ცეცხლჩამქრობი ვერ შევნიშნე.

სააგენტოს ვიზუალური მხარე და ინტერიერი მომეწონა



MS ნეგატიური კომენტარები

კომენტარები

ვიზუალური გარე მხარე სად იყო ვერ შევნიშნე, უბრალოდ ოფისის პატარა აბრა იყო, ისიც შიგ სასტუმროში, გარედან არანაირი მინიშნება სააგენტოს არსებობის შესახებ

განყოფილება 8. მარკეტინგი

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

განყოფილება 8 მარკეტინგი

94,44

კომპანიის საიტი ორ ენოვანია

100

სააგენტოს აქვს გვერდი ფეისბუკზე

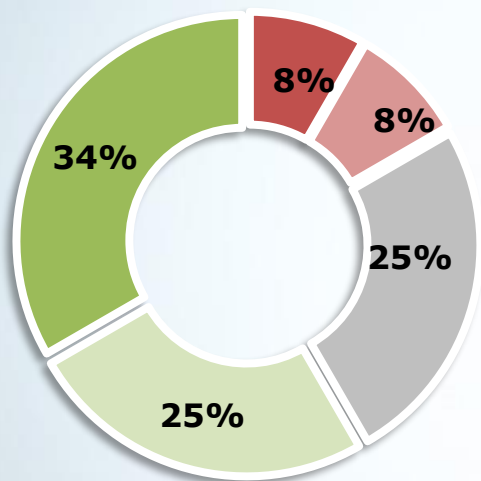
100

საიტზე განთავსებულია აქტუალური
ინფორმაცია სპეციალური
შემოთავაზებებისა და ფასდაკლებების
შესახებ

83,33

განყოფილება 8. მარკეტინგი

***შეაფასეთ ობიექტის სარეკლამო აქტიურობა 5 ბალიანი შკალით**



■ 1(არა აქვს რეკლამა)

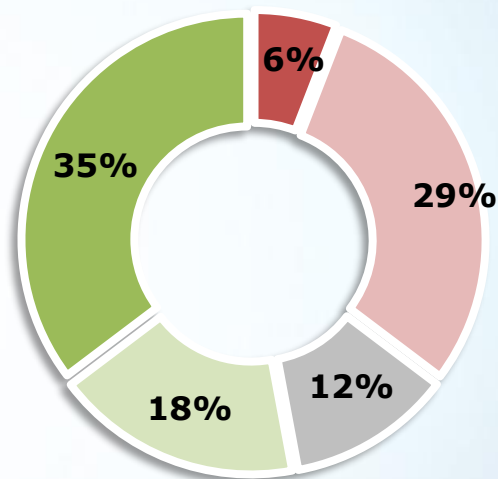
■ 2

■ 3

■ 4

■ 5(საკმარისად არის რეკლამა)

***შეაფასეთ ობიექტის აქტიურობა სოციალურ ქსელებში 5 ბალიანი შკალით**



■ 1(ინფორმაცია არ არის)

■ 2

■ 3

■ 4

■ 5(ინფორმაცია საკმარისადაა)

*საკითხი ატარებს ინფორმაციულ ხასიათს და არ ახდენს ზეგავლენას ქულებზე

განყოფილება 8. მარკეტინგი. MS კომენტარები



MS პოზიტიური კომენტარები

კომენტარები

საკმაოდ ვრცელი რეკლამა აქვთ და ძალიან მომგებიან ადგილას არის ოფისი განლაგებული

საკმარისი და მაშტაბური რეკლამა აქვთ



MS ნეგატიური კომენტარები

კომენტარები

ვურჩევდი მეტ აქტიურობას სოციალურ სივრცეში.

საჭიროა დამატებითი გარე რეკლამა ,ფეხით მოსიარულე ტურისტების თვალთახედვისთვის

ვიზიტის რეზიუმე



MS პოზიტიური კომენტარები

კომენტარები

ოფის ადვილად მივაგენი. შევედი, ასაკოვანი მამაკაცი და გოგონა რუსულად საუბრობდნენ, გოგონა მომესალმა, გამომკითხა რა მაინტერესებდა, გადამამისამართა მამაკაცთან, თავიდან რუსი ეროვნების მეგონა და საუბარიც რუსულად დავიწყე, შემდეგ ქართულად გავაგრძელეთ საუბარი, ისეთი ემოციებით მიხსნიდა ყველაფერს ერთგვარი სიამოვნება იყო ამ ადამიანის მხოლოდ მოსმენაც. ეტყობოდა თავისი პროფესიის უბადლო მცოდნე იყო, განმიმართა თითოეული დეტალი რაც მაინტერესებდა. ოფისი ვიზუალურად მოწესრიგელი და კომფორტული იყო

შენობას ორი კარი აქვს, პირველი დახურული იყო, მეორე კარით შევედი, ისხდნენ საუბრობდნენ, საუბარი შეაჩერეს და ყურადღება ჩემზე გადმოიტანეს, დამეკითხნენ რა მესაჭიროებოდა, მანდილოსანთან გადამისამართეს ნანისთან, რომელმაც მოკლე პრეზენტაცია მომიწყო, მომიყვა ყველა ტურის შესახებ, მომცა ბუკლეტი თავისი სავიზიტო ბარათით, დაიტოვა ჩემი მეილი ინფორმაციის უფრო ვრცელი ფორმით მოსაწოდებლად.

მომაქცია ყურადღება, შემომთავაზა სხვა ტურიც. თანამშრომელი იყო აქტიური და გაყიდვებზე ორიენტირებული, საბოლოო ჯამში კმაყოფილი დავრჩი ვიზიტით.



MS ნეგატიური კომენტარები

კომენტარები

შევედი მაღალმთიან აჭარაში ტურის შესახებ ინფორმაციის გაგება მიზნოდა, ჯერ მითხრეს რომ ოპერატორი რომელიც ამ რეგიონით არის დაკავებული არ არისო. შემდეგ დავიჟინე, იქნებ დამხმარებოდნენ, გამიკეთეს მოკლე მიმოხილვა. გადარეკეს ოპერატორთან, რომელიც კერძოდ აჭარით იყო დაკავებული. მომაწოდეს მინიმალური ინფორმაცია (მთლიანობაში ამ სააგენტოში მე 4 ჯერ მივედი. თითქმის ყოველთვის, როცა აჭარის ტურებს ვკითხულობ მივიღებენ იმით, რომ ამ წუთას არ არის აჭარის ოპერატორი.

შევედი, არავის ყურადღება არ მოუქცევია, სულ ორი ოპერატორი იყო, თითოეული თავის საქმით იყო გართული, 5 წუთში ერთ-ერთი მორჩა ტელეფონზე საუბარს, მივესალმე, შემეკითხა რა მჭირდებოდა, ავუხსენი ჩემი ვიზიტის მიზეზი, ამიხსნა რომ, ის აგენტი რომელიც კერძოდ ამ საკითხებით არის დაკავებული გადავიდა სხვა ოფისში, თვითონ ტურების შესახებ არაფერი იცოდა, მომცა მისი ნომერი. დამემშვიდობა.

შევედი, ოპერატორი არიყო, დავიძახე, (მეორე სართულიდან ხმა ისმოდა) სასიამოვნო გარეგნობის გოგონა ჩამოვიდა, მომესალმა, გაიგო რა მჭირდებოდა და ეგრევე შეუდგა ჩემს დახმარებას, ამიღწერა რამოდენიმე ტური, მომცა ბუკლეტები და თავაზიანად დამემშვიდობა.

ძალიან არაოფიციალური გარემო დამხვდა. 3 გოგონა იჯდა და სამივე ერთად მესაუბრებოდა. საბოლოოდ გამოიკვეთა ერთი გოგო და იმასთან გადავრძელე საუბარი. შავგვრემანი გოგონა იყო, წინ ჩოლკით. რომელიც ფეხმოკეცილი იჯდა და არც იკადრა რომ გასწორებულიყო. მივიღე ინფორმაცია რაც მაინტერესებდა და წამოვედი.

ძლივს მივაგენი, არავითარი რეკლამა ან მიმანიშნებელი ინფორმაცია სად არის სააგენტო. არის სასტუმროს პირველ სართულზე, შევედი ორი გოგონა იყო, მომესალმნენ, ავუღწერე რაც მჭირდებოდა, ზედაპირულად ამიხსნეს ტურების შესახებ ძალიან ცოტა რამ იცოდნენ, მომცეს გიდის ნომერი რათა შეცდომაში არ შევეყვანე. დავემშვიდობე, წამოვედი

საუკეთესო სტანდარტები

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა

მენეჯერის ჩაცმულობა შეესაბამებოდა საქმიან სტილს, მიზნულური მხარე მოწესრიგებული და აკურატული

100

სააგენტოს აფექ ფეისბუკ გვერდი

100

კომპანიის საიტი ორენოვანია

100

შესასვლელი კლარები, ვიტრინა ფანჯრები სუფთა, ლაქების გარეშე

100

აბრა ანათებს, გადამწვარი ნათურები არ არის

100

მენეჯერი თავაზიანად დაგემშვიდობათ

100

მთელი კონსულტაციის განმავლობაში მენეჯერი იყო თავაზიანი და კეთილგანწყობილი

91,67

ყველა თანამშრომელი იყო დაკავებული სამუშაო პროცესით

91,67

მენეჯერი თქვენთან საუბრისას პერიოდულად იღიმოდა

83,33

მენეჯერმა დაგისვით რამდენიმე დააზუსტებელი შეკითხვა, თუ რომელი ტურის შემენა გასურდათ

83,33

მენეჯერმა გამოიჩინა ინიციატივა, გულწრფელად ცდილობდა დახმარებას

83,33

სააგენტოს საიტზე არის აქტუალური ინფორმაცია სპეციალურ შემოთავაზებებსა და ფასდაკლებებზე

83,33

ოფისში იყო კომფორტული მოსაცდელი ადგილი

83,33

სააგენტოს ვიზუალური მხარე იყო რესპექტაბელური

83,33

განვითარების ზონები

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

შესანიშნავია:
90-100 ქულა



მომსახურების სუბიექტური შეფასება



Net Promoter Score (NPS) - კლიენტის ლოიალურობის კოეფიციენტი

ფუნდამენტურ მოსაზრებაზე დაფუძნებით, ნებისმიერი კომპანიის მომხმარებელი შეიძლება დაყო სამ კატეგორიად: პრომოუტერები, პასიურები და კრიტიკოსები.

ყოველი ეს კატეგორია განისაზღვრება პასუხებით შეკითხვებზე: «რამდენად შესაძლებელია, რომ თქვენ რეკომენდაცია გაუწიოთ კომპანიას N, ნაცნობებთან ან კოლეგებთან ქულებით 1 დან 10 მდე? ?

მომხმარებლები 10 ქულიანი შკალით პასუხობენ და კლასიფიცირდებიან შემდეგნაირად:

პრომოუტერები (შეფასება 9-10) - ლოიალური ენთუზიასტები, რომლებიც იქნებიან კომპანიის პროდუქტის მყიდველები, ასევე ურცევნენ ამ კომპანიის პროდუქტის შეძენას მათ ირგვლივ მყოფებს.

პასიურები (შეფასება 7-8) - კმაყოფილები, მაგრამ ენთუზიასმის გარეშე, მიუწვდომელი არიან კონკურენტების შემოთავაზებებისთვის.

კრიტიკოსები (შეფასება 1-6) - უკმაყოფილო კლიენტები, რომლებსაც შეუძლიათ კომპანიის იმიჯის შელახვა ნეგატიური ინფორმაციის გავრცელებით.

სერვისის სუბიექტური შეფასება

ემოციური (სუბიექტური) შეფასების გამოთვლა ხდება იდუმალი მყიდველების მიერ ბლოკის: „სუბიექტური შთაბეჭდილებების“ შეფასების საფუძველზე, (რომელიც მოცემულია ყველა ანკეტაში). ამ ბლოკში მოცემული შეფასებები არ აისახება ობიექტურ მაჩვენებელზე. შეფასების კრიტერიუმები: აქტიურობა და გაყიდვებზე ორიენტირულობა, თავაზიანობა და კეთილგანწყობა, სავაჭრო ობიექტის ინტერიერი, პერსონალის კომპეტენტურობა, მომსახურების სისწრაფე.

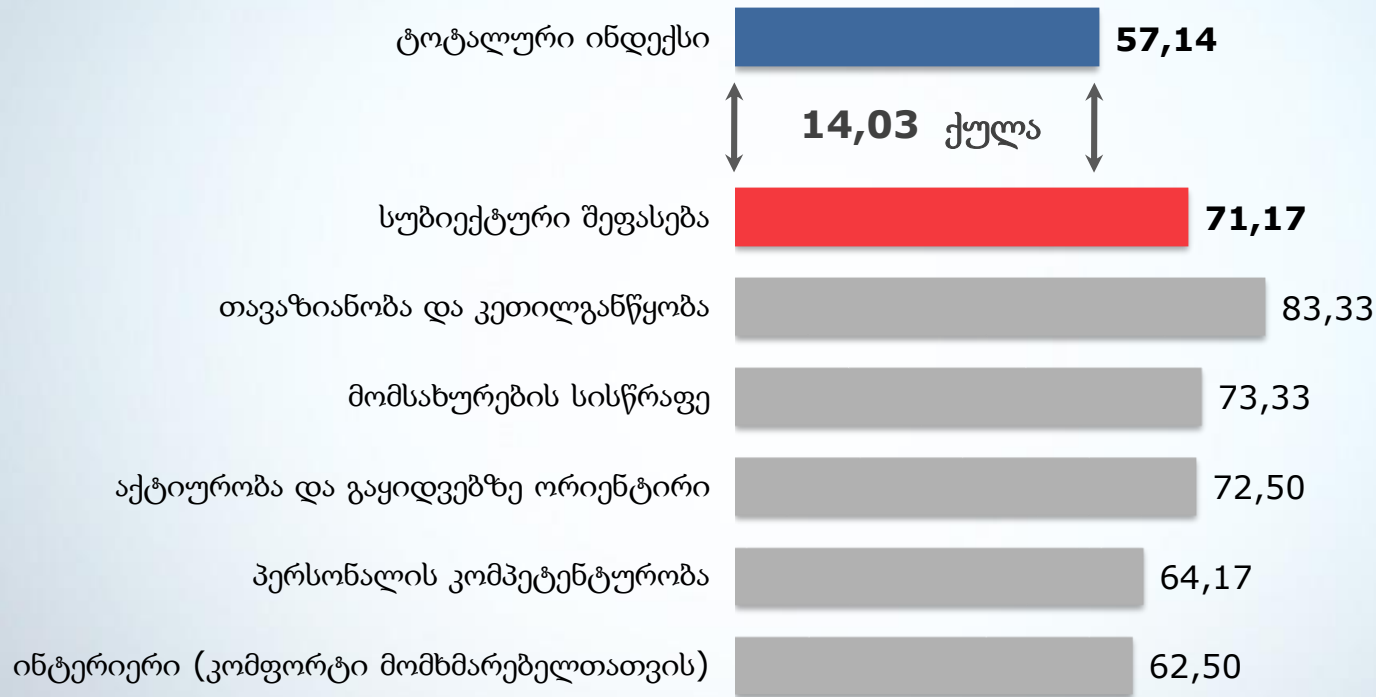
სუბიექტური (ემოციური) შეფასება

არადამაკმაყოფილებელი:
0-59 ქულა

დამაკმაყოფილებელი:
60-75 ქულა

კარგია:
76-89 ქულა

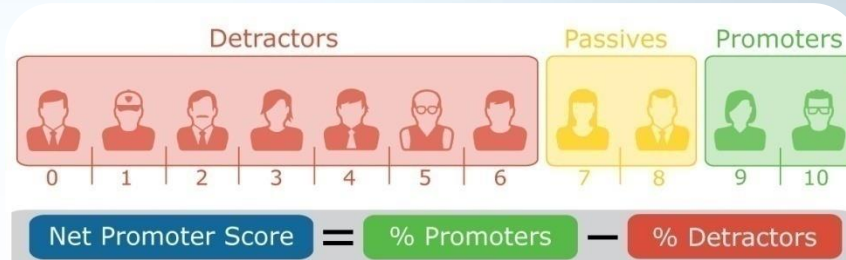
შესანიშნავია:
90-100 ქულა



სუბიექტურმა შეფასებამ შეადგინა 71,17 ქულა, რაც შეესაბამება კატეგორიას **დამაკმაყოფილებელი**. ყველაზე ცუდად შეფასდა კრიტერიუმი: "ინტერიერი და მომხმარებლის კომფორტი". საკმაოდ დაბალი ტოტალური ინდექსის გათვალისწინებით შეიძლება აღინიშნოს, რომ მომხმარებელი, რომლებიც ეწვივნენ სააგენტოს აძლევენ უფრო მაღალ სუბიექტურ შეფასებას თავიანთ ვიზიტების მიხედვით.

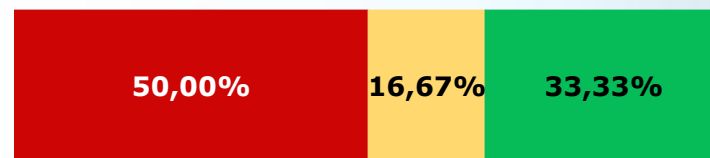
NPS - NET PROMOTER SCORE

NPS NET PROMOTER SCORE



მზადყოფნა რეკომენდაცია
გაუწიო ობიექტს

-16,67



■ კრიტიკოსები

■ პასიურები

■ პრომოუტერები

ქსელის ლოიალურობის კოეფიციენტი ადასტურებს ნეგატიურობას რეკომენდაციის გაწევაზე და ტოლია -16,67, პრომოუტერების წილი (ლოიალური ენთუზიასტების, რომლებიც მზად არიან რეკომენდაცია გაუწიონ ქსელს) შეადგენს 33,33%, რაც საგრძნობლად უთმობს კრიტიკოსების წილს (არალოიალურ კლიენტებს, რომლებიც ნეგატიურად არიან კომპანიის მიმართ განწყობილი) 50,00%.

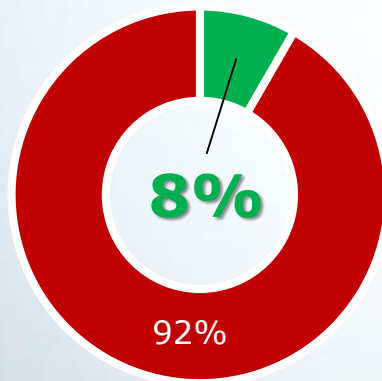
ვიზიტის განხორციელების სურვილი

ვიზიტის განხორციელების სურვილი მომავალშიც

კლიენტების
შემოდინება

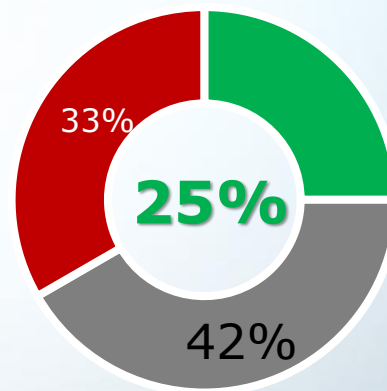


ყოფილხართ თუ არ ა აღნიშნულ სააგენტოში
ცვეულებრივი მომხმარებლის რანგში



■ დიახ ■ არა

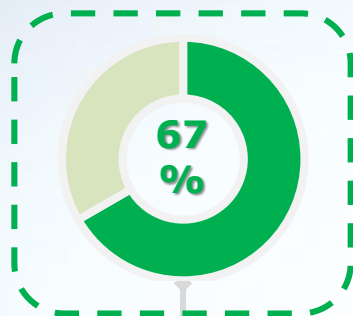
ეწვევით თუ არა კიდევ ერთხელ ამ
სააგენტოს



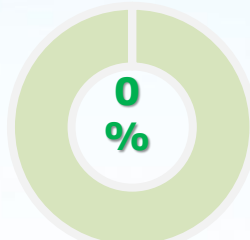
■ დიახ ■ არ გადამიწყვეტია ■ არა

შესყიდვების განხორციელების სურვილი. მოტივაცია

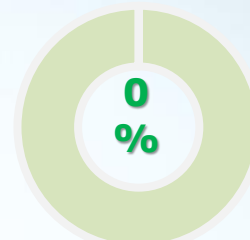
რა ფაქტორმა შეიძლება
განაპირობოს ისევ ამ
ობიექტზე თქვენი ვიზიტი
N=3



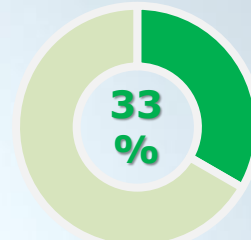
მომსახურება



პროდუქტი

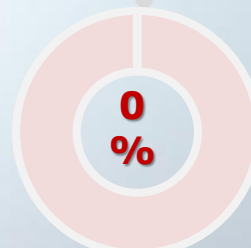
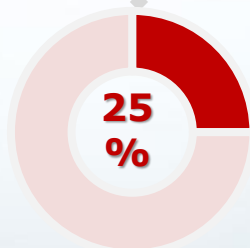
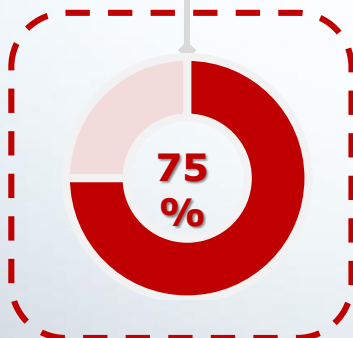


ფასი

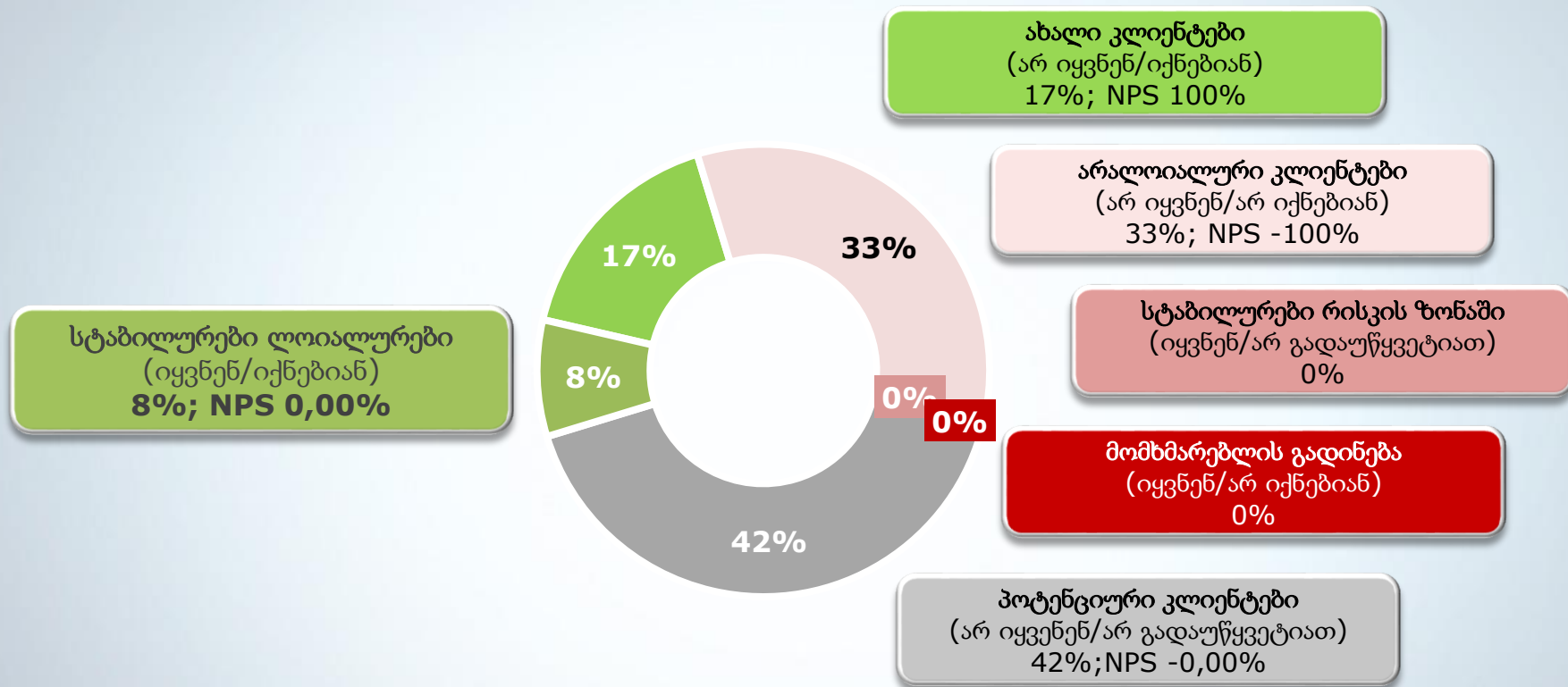


ადგილმდებარეობა

რატომ გადაწყვიტეთ არ
ეწვიოთ აღნიშნულ
დაწესებულებას
N=4



ვიზიტის განხორციელების სურვილი. ქსელის მომხმარებელთა სტრუქტურა

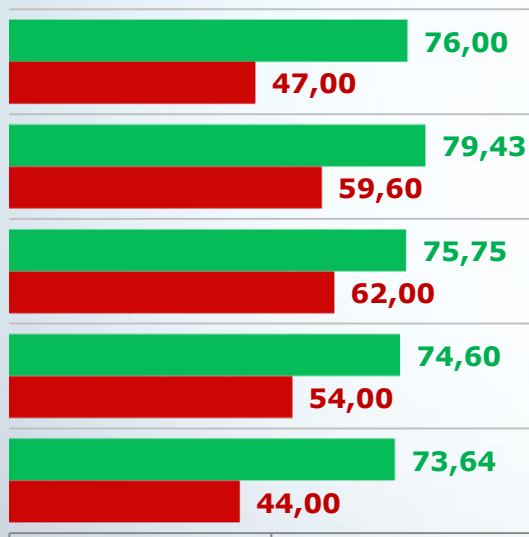


კლიენტების სტრუქტურაში პოზიტიური კატეგორიები დომინირებს – 25% (ახალი და სტაბილური ლოიალური კლიენტების წილის ჯამი). კლიენტის გადინება არ არის მოსალოდნელი – 0%. არანაკლებ მნიშვნელოვანია „პოტენციური კლიენტის“ კატეგორიაზე ორიენტირებულ მომხმარებელთა წილი (42%), რომლებმაც კლიენტების მოზიდვის კომპლექსური ღონისძიებების ჩატარებისას შეიძლება გადაინაცვლონ კატეგორიაში „ახალი“ ან „ სტაბილურები-ლოიალურები“. ყურადღებას იქცევს კატეგორია „არალოიალური კლიენტები“ ამ კატეგორიას მეტწილად მიეკუთვნებიან კრიტიკოსები, ვიზიტზე უარის თქმის ძირითად მიზეზს წარმოადგენს მათთვის მახასიათებელი მომსახურების დონე.

ურთიერთ კავშირის შეფასება, ქსელისთვის რეკომენდაციის გაწევის სურვილსა და მომსახურების სტანდარტების მაჩვენებლებს შორის

სუბიექტური ინდექსი

სტანდარტის შესრულებისა თუ არ შესრულების გათვალისწინებით



■ სტანდარტი შესრულდა პერსონალის მიერ

■ სტანდარტი არ შესრულდა პერსონალის მიერ

ტოპ სტანდარტები

მენეჯერი თქვენთან საუბრისას პერიოდულად იღიმოდა

მოწოდებული ინფორმაცია იყო გასაგები

როგორც კი შეხვედით სააგენტოში მენეჯერი წამოდგა და მოგესალმათ

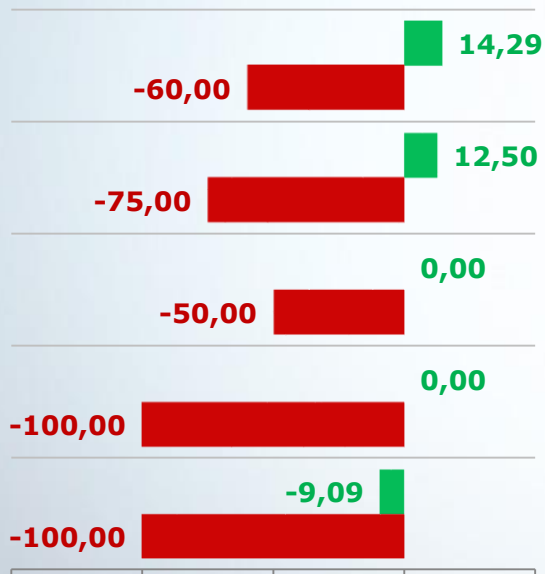
მენეჯერი იჩენდა ინიციატივას, გულწრფელად ცდილობდა დაგხმარებოდათ

მენეჯერი იყო თავაზიანი და კეთილგანწყობილი მთელი კონსულტაციის განმავლობაში

რაც უფრო ძლიერია კორელაციური კავშირი, მით უფრო მეტია ალბათობა, რომ სტანდარტების შესრულება ზეგავლენას მოახდენს გადაწყვეტილებაზე გაეწიოს რეკომენდაცია კომპანიას.

ურთიერთ კავშირის შეფასება, ქსელისთვის რეკომენდაციის გაწევის სურვილსა და მომსახურების სტანდარტების მაჩვენებლებს შორის

ლოიალურობის კოეფიციენტი (NPS)
სტანდარტის შესრულებისა თუ არ შესრულების
გათვალისწინებით



■ სტანდარტი შესრულებულია პერსონალის მიერ

■ სტანდარტი არ შესრულებულა პერსონალის მიერ

რაც უფრო ძლიერია კორელაციური კავშირი, მით უფრო მეტია ალბათობა, იმის არომ სტანდარტის შესრულება აისახება იდუმალი მყიდველის დადებითი შთაბეჭდილებების ჩამოყალიბებაზე

ტოპ-სტანდარტები

მოწოდებული ინფორმაცია იყო გასაგები

როგორც კი შეხვედით სააგენტოში, მენეჯერი წამოდგა და მოგესალმათ

მენეჯერი იყო კომპეტენტური, ტურის შესახებ, ყველა თქვენს შეკითხვას გასცა პასუხი

მენეჯერი თქვენთან საუბრისას პერიოდულად იღიმოდა

მენეჯერი იყო თავაზიანი და კეთილგანწყობილი მტელი კონსულტაციის განმავლობაში.

დასკვნები

- ✓ აჭარის სააგენტოების მომსახურების ხარისხის კვლევის ტოტალურმა ინდექსმა შეადგინა **57,14 ქულა**, რაც შეესაბამება კატეგორიას **არადამაკმაყოფილებელი**
- ✓ მონიტორინგის შედეგების მიხედვით ვიზიტების სუბიექტურმა შეფასებამ **71,17 ქულა** შეადგინა. (კატეგორია **დამაკმაყოფილებელი**), რაც ობიექტურ შეფასებაზე მეტია **14,03 ქულით**. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ მომხმარებლები, მიუხედავად თანამშრომლების მიერ მომსახურების სტანდარტების დაბალ დონეზე შესრულებისა, აძლევენ უფრო მაღალ სუბიექტურ შეფასებებს თავიანთი ვიზიტების მიხედვით.
- ✓ სტანდარტების შესრულების შედეგები ანკეტის ბლოკთა განაკვეთში:
 - ბლოკი 1: კლიენტის მომსახურება – 49,01 ქულა (კატეგორია **არადამაკმაყოფილებელი**).
 - ბლოკი 2: ოპერაციული სტანდარტები – 74,31 ქულა (კატეგორია **დამაკმაყოფილებელი**).
- ✓ მომსახურების ეტაპების მიხედვით საუკეთესო შედეგი დაფიქსირდა განყოფილებაში 8. მარკეტინგი- **94,44 ქულა** (კატეგორია **შესანიშნავი**). ყველაზე ცუდი შედეგი-განყოფილება 1. შეხვედრა, მისალმება, კონტაქტის დამყარება-**22,22 ქულა** (კატეგორია **არადამაკმაყოფილებელი**)
- ✓ მაქსიმალურ დამუშავებას მოითხოვს შემდეგი სტანდარტები:
 - მენეჯრმა შემოგთავაზათ რამდენიმე გიდი და აგიხსნათ პლიუსები – 16,67 ქულა
 - სააგენტოში იყო ცეცხლსაქრობი – 8,33 ქულა
 - მენეჯერმა გაგაცნოთ ამ სააგენტოში ტურის შეძენის უპირატესობები – 8,33 ქულა
 - მენეჯერმა გაცნობათ დამატებითი სერვისის შესახებ, დაზღვევა/ან შემოგთავაზათ დამატებით დაზღვევის მომსახურება – 0,00 ქულა
 - კონსულტაციისას თანამშრომელი მოგმართავდათ სახელით – 0,00 ქულა
 - მენეჯერს ეკეთა ბეიჯი – 0,00 ქულა
 - მენეჯერმა დააზუსტა გისარგებლიათ თუ არა ადრე ოპერატორის მომსახურებით – 0,00 ქულა
 - მენეჯერმა დააზუსტა, როგორ უნდა მოემართათ თქვენთვის – 0,00 ქულა

დასკვნები

- ✓ ქსელის ლოიალურობის კოეფიციენტი მოწმობს არამზადყოფნაზე გაეწიოს ქსელს რეკომენდაცია და ტოლია 16,67, პრომოუტერების წილი (ლოიალური ენთუზიასტების, რომლებიც მზად არიან რეკომენდაცია გაუწიონ კომპანიას) შეადგენს 33,33%, რაც საგრძნობლად უთმობს კრიტიკოსების წილს (არალოიალურ კლიენტებს, რომლებიც ნეგატიურად არიან განწყობილი კომპანიის მიმართ)-50,00%.
- ✓ მომავალში სააგენტოებში მისვლის სურვილი კლიენტთა 25% გამოხატა, არსანიშნავია მომხმარებელთა 17 % შემოდინება (სხვაობა მათ შორის ვინც ადრე სარგებლობდა სააგენტოების მომსახურებით და ვინც მომავალში ისარგებლებს.)
- ✓ კლიენტთა უმრავლესობის სურვილის- მომავალში გახდეს აღნიშნული ქსელის მომხმარებელი მოტივაცია გახდა მომსახურება და ადგილმდებარეობა. თუმცა მთავარ მიზეზად ქსელის არ სარგებლობით ასევე დასახელდა მომსახურება და პროდუქტი.
- ✓ კლიენტების სტრუქტურაში პოზიტიური კატეგორიები დომინირებს 25% (ახალი და სტაბილური ლოიალური კლიენტების წილის ჯამი).მომხმარებელთა გადინება მოსალოდნელი არ არის. არანაკლებ მნიშვნელოვანია „პოტენციური კლიენტის“ კატეგორიაზე ორიენტირებულ მომხმარებელთა წილი (42%), რომლებმაც კლიენტების მოზიდვის კომპლექსური ღონისძიებების ჩატარებისას შეიძლება გადაინაცვლონ კატეგორიაში „ახალი“ ან „ სტაბილურები-ლოიალურები“. ყურადღებას იქცევს კატეგორია „არალოიალური კლიენტები“ ამ კატეგორიას მეტწილად მიეკუთვნება კრიტიკოსები (არალოიალური მომხმარებელიდან), ვიზიტზე უარის თქმის ძირითად მიზეზს წარმოადგენს მათთვის მახასიათებელი მომსახურების დონე.

რეკომენდაციები

აჭარის ტურისტული სააგენტოების მომსახურების ხარისხის კვლევის შედეგების გაანალიზების საფუძველზე, ჩვენ გირჩევთ:

- ✓ ლოკაციების ხელმძღვანელები ყურადღებით გაეცნონ მონიტორინგის შედეგებს.
- ✓ განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს მომსახურების სტანდარტებს, რომელიც მონიტორინგის პერიოდში შესრულდა არადამაკმაყოფილებელ დონეზე.
- ✓ კლიენტის დამაკმაყოფილებლობის დონის ამაღლების მიზნით, კოლექტივთან შემდეგი ნორმატივები უნდა შემუშავდეს:
 - ✓ თანამშრომელი თქვენთან საუბრისას პერიოდულად უნდა იღიმოდეს
 - ✓ ინფორმაცია უნდა მივაწვდინოთ მომხმარებელს გასაგებად
 - ✓ სააგენტოში შესვლისთანავე კლიენტს უნდა მიესალმონ
 - ✓ მენეჯერმა უნდა გამოიჩინოს ინიციატივა
 - ✓ მენეჯერი ყოველთვის უნდა იყოს ყურადღებიანი და კითილგანწყობილი
- ✓ პერიოდულად უნდა ჩატარდეს ტრენინგები თანამშრომლებისთვის, განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს მისაღმების სტანდარტებს, საჭიროების გამოვლენას და კლიენტის კონსულტირებას.
- ✓ მიზანშეწონილია პერიოდულად პერსონალისთვის ტესტირების ჩატარება, მომსახურების სტანდარტების ცოდნის გასამტკიცებლად. ახალი თანამშრომლებისთვის აუცილებელი გამოცდების ჩატარება სტანდარტების ცოდნის შესამოწმებლად.
- ✓ სასურველია რეგულარულად განხორციელდეს იდუმალი მყიდველის პროგრამა, მოიცვას ყველა სააგენტო, რადგან მუდმივი მონიტორინგისას პერსონალი სულ გრძნობს კონტროლს და ასრულებს სერვისის სტანდარტებს. დაისახოს მიზნები შემდეგი მონიტორინგის პერიოდზე.

A close-up photograph of a person's hand pressing a glowing power button icon on a screen. The icon is a white power symbol (a circle with a vertical line) surrounded by concentric circles, giving it a 3D, glowing appearance. The background is blurred, showing a person in a dark suit.

მადლობა!