Що клієнти кажуть про магазини Ябко в Google Maps

Аналіз публічних відгуків по всій мережі за останні 12 місяців: що клієнти цінують, на що скаржаться, в яких точках варто розібратися першими і з чого почати.

Підготувала Марія Лялько, AI Automation Engineer · 29 вересня 2026
Період даних: 29.09.2025 – 29.09.2026 · Джерело: публічні відгуки Google Maps

132
магазини у 47 містах

5 744
відгуки за 12 місяців

3 694
відгуки з текстом проаналізовано

94,8%
усіх відгуків на 5 зірок

94%
текстових відгуків позитивні (3 457)

209
негативних відгуків (6%)

86%
відгуків мають відповідь магазину

52%
відповідей на 1–2★ за двома шаблонами

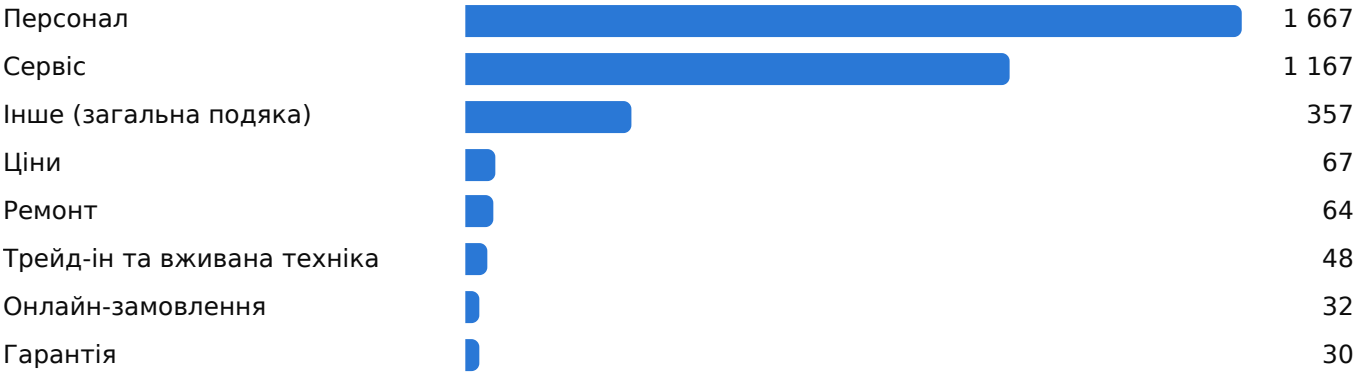
КОРОТКО

1. **Репутація мережі дуже сильна, і тримається вона на людях.** Консультантів хвалять у 1 667 відгуках, сервіс загалом у 1 167. Клієнти окремо цінують, що їм нічого не нав'язують.
2. **Негатив концентрується в кількох процесах.** Трейд-ін і вживана техніка, гарантія та ремонт дають половину всіх скарг (106 з 209).
3. **Найпростіша точка росту: відповіді на негативні відгуки.** Мережа відповідає майже на все, але більше половини відповідей на 1–2★ шаблонні й не торкаються суті скарги. А саме їх читають потенційні клієнти.

Що клієнти цінують

Серед 3 457 позитивних текстових відгуків 82% стосуються людей і обслуговування. Клієнти згадують консультантів на ім'я, пишуть про терпіння, компетентність і допомогу з налаштуванням техніки.

Позитивні відгуки за головною темою



Решта тем мають менше 20 позитивних згадок.

Що саме подобається

> *«Дякую продавцю Валентину. Дуже приємно поспілкувались, все пояснив, допоміг з вибором»* · Київ

> *«Замовив гаджет, зафіксували ціну. На момент купівлі ціна на сайті суттєво виросла, але я викупив замовлення по зафіксованій ціні без будь-яких сперечань»* · Вараш

> *«Прийшов з іншого магазина, де дуже нав'язували додаткову гарантію на пошкодження. Консультант був компетентним і ненав'язливим»* · Київ

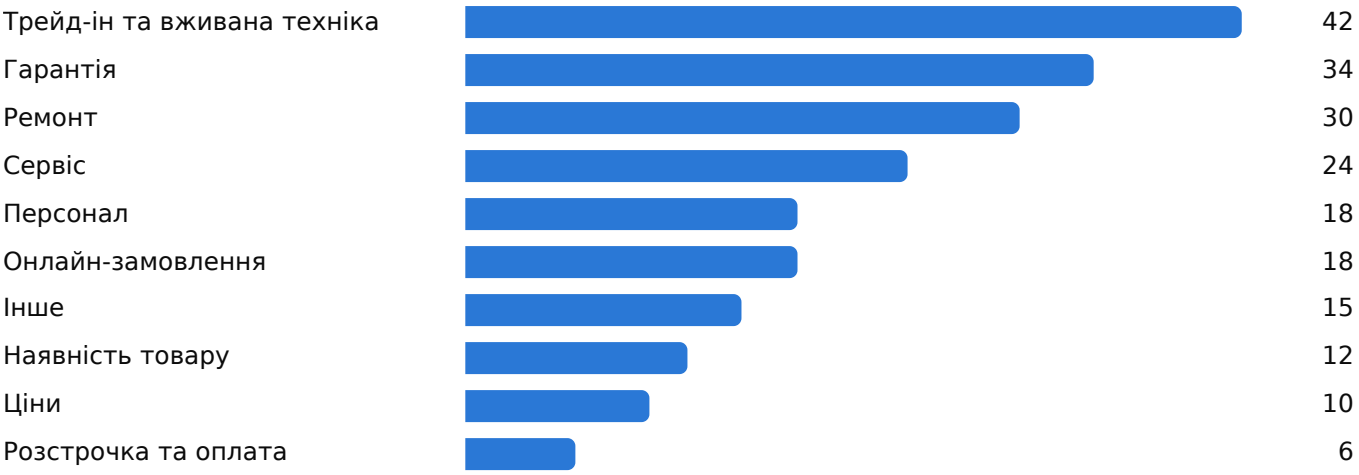
СИЛЬНА СТОРОНА, ЯКУ ВАРТО БЕРЕГТИ

Близько 50 позитивних відгуків окремо підкреслюють, що консультанти «нічого не нав'язують». Водночас у кількох відгуках трапляється протилежне: «дуже нав'язливо пропонують гарантію», «трохи сильно тиснуть з покупкою гарантій». Ненав'язливий продаж уже є конкурентною перевагою Ябко, і її легко втратити, якщо план допродажу гарантій тиснутиме на консультантів.

На що клієнти скаржаться

209 негативних відгуків, 6% від усіх текстових. Кожен відгук віднесено до однієї головної теми.

Негативні відгуки за головною темою



Головні болі, які повторюються

1. Оцінка в трейд-іні здається клієнтам заниженою і непослідовною

Клієнти порівнюють оцінку з OLX та іншими магазинами і помічають, що ту саму техніку в різні дні оцінюють по-різному.

> *«Оцінка телефону на трейд-ін носить суб'єктивний характер. У перший день телефон оцінили у 15 750 грн, за тиждень інший менеджер у цьому ж...»* · Харків, 4★

2. Стан вживаної або «нової» техніки не відповідає очікуванням

Телефон «в ідеальному стані» з подряпинами, розпакована коробка замість нової, проблеми з батареєю у вживаних пристроях.

> *«Замовила телефон, прийшла забирати, оплатила — виявилось, що він розпакований»* · Львів, 1★

> *«Замовив телефон у ідеальному стані. А прийшов поцарапаний на рамці, тріщина і на камері тріщина»* · Дрогобич, 1★

3. Гарантія: відмови і плутанина

Відмови в гарантійній заміні, довгі терміни, заміна на пристрій з дефектом. Окремо: нав'язливе пропонування додаткової гарантії при покупці.

> *«Залишив телефон по гарантії, дали інший через три тижні, але він виявився з дефектами... Навіть не перевірили, що дають»* · Дніпро, 1★

4. Ремонт: якість після заміни батареї та терміни

Батарея після заміни швидко втрачає заряд, ремонт затягується на тижні, після ремонту з'являються нові несправності.

> *«Замінив батарею на телефоні, через 4 місяці вона стала тримати заряд гірше, ніж оригінальна, яка протрималась 4 роки»* · Львів, 2★

5. Сайт показує «в наявності», а в магазині товару немає

Розрив між сайтом, кол-центром і точкою: товар «є», але його доводиться чекати днями, або умови змінюються при отриманні.

> *«На сайті товар в наявності, менеджер підтвердив, сказав два дні — чекайте. Пройшло чотири дні, товару нема»* · Харків, 1★

Як мережа відповідає на відгуки

ЩО ДОБРЕ

Відповідь є на **86%** текстових відгуків. Для мережі такого розміру це дуже високий рівень.

ЩО МОЖНА ПОКРАЩИТИ

З 157 відповідей на відгуки з 1–2★ **82 (52%)** побудовані за двома шаблонами: вибачення та контакти підтримки, без реакції на суть скарги.

Негативний відгук із шаблонною відповіддю бачить не лише автор, а й кожен, хто обирає магазин на карті. Персональна відповідь, з якої видно, що скаргу почули і що буде зроблено, працює як публічна демонстрація сервісу і часто важить більше, ніж сам негатив.

Ще одне спостереження: у 8 відповідях мережа пише, що не знайшла клієнта в CRM. Навіть коли це правда, публічно така відповідь читається як сумнів у словах клієнта. Цю перевірку краще проводити в особистому зверненні.

Точки, з яких варто почати перевірку

Частка негативу серед текстових відгуків. У рейтинг потрапили лише 125 точок, де є щонайменше 10 текстових відгуків за рік: інакше один злий відгук з двох давав би 50%.

Місто	Адреса	Відгуків	Негатив	Головна тема скарг
Київ	ТРЦ «Проспект», вул. Гната Хоткевича, 1В	31	29%	ремонт
Мукачево	пл. Кирила і Мефодія, 10/12	24	29%	ремонт
Вараш	майдан Незалежності, 10	19	26%	трейд-ін та вживана техніка
Володимир	вул. Ковельська, 12	20	25%	різне
Суми	ТРЦ «Мануфактура», вул. Харківська, 2-2	16	25%	трейд-ін та вживана техніка
Львів	вул. Городоцька, 11	25	24%	гарантія
Тернопіль	вул. Валова, 4	21	24%	трейд-ін та вживана техніка
Чернігів	вул. 77-ї Гвардійської Дивізії, 1В	36	22%	ремонт
Львів	вул. Городоцька, 141	35	20%	наявність товару
Берегове	пл. Кошута, 8	15	20%	гарантія

ЯК ЧИТАТИ ЦЕЙ СПИСОК

Вибірка по кожній точці невелика (15–36 текстових відгуків за рік), тож 29% означає 5–9 негативних відгуків. Це перелік місць, куди варто зазирнути першими, а не оцінка роботи команди. У середньому по мережі частка негативу 6%.

З чого почати: рекомендації

1. **Зробити оцінку трейд-іну прозорою й однаковою в усіх точках**
   високий пріоритет

   Єдиний чек-лист стану з фіксованими знижками за кожен пункт, письмова фіксація оцінки на кілька днів і пояснення клієнту, з чого склалася сума. Закриває найбільшу групу скарг (42) і суперечки «вчора оцінили інакше».

2. **Перевіряти й чесно маркувати стан вживаної та відкритої техніки**
   високий пріоритет

   Фото реального стану для онлайн-замовлень, перевірка батареї та динаміків перед видачею, чітке позначення «відкрита коробка». Клієнти значно спокійніше сприймають вживану техніку, коли стан відомий заздалегідь.

3. **Стандарт для гарантійних випадків і контроль якості ремонту**
   високий пріоритет

   Зрозумілі правила, що покриває гарантія, реальні терміни з повідомленнями про статус, перевірка пристрою перед видачею з ремонту. Окремо варто перевірити постачальника батарей: це найчастіша скарга після ремонту. Гарантія і ремонт разом дають 64 скарги.

4. **Синхронізувати наявність на сайті з реальними залишками** середній пріоритет

   Підтверджувати наявність дзвінком чи повідомленням до того, як клієнт їде в магазин, і не змінювати ціну чи умови при отриманні. Практику фіксації ціни, яку клієнти хвалять, варто зберегти.

5. **Замінити шаблонні відповіді на негатив персональними** середній пріоритет

   Відповідь має згадувати суть скарги і конкретний наступний крок. Перевірки на кшталт «не знайшли вас у CRM» краще переносити в особисте звернення. Це найдешевша зміна з помітним ефектом: потенційні клієнти бачать, як мережа реагує на проблеми.

І ЗБЕРЕГТИ ТЕ, ЩО ПРАЦЮЄ

Ненав'язливий стиль продажу та увагу консультантів клієнти називають сильною стороною в тисячах відгуків. Варто стежити, щоб план допродажу гарантій і аксесуарів не перетворився на тиск: у кількох відгуках це вже з'являється.

Як проводилось дослідження

Етап	Що зроблено
Збір даних	Публічні відгуки Google Maps по всіх точках мережі за 12 місяців, до 50 найновіших відгуків на точку. Персональні дані авторів відгуків не збирались.
Очищення	Із 137 знайдених місць виключено 4 сторонні магазини зі схожою назвою та 1 точку без адреси. В аналіз тексту увійшли 3 694 відгуки з текстом; відгуки лише з оцінкою враховані в загальній статистиці зірок.
Класифікація	Кожен текстовий відгук AI-модель віднесла до однієї теми й тональності та коротко переказала суть. Під час обробки не загубився жоден відгук.
Аналітика	Усі цифри пораховані кодом, а не моделлю. Рейтинг точок будувався лише для тих, де щонайменше 10 текстових відгуків.
Перевірка	Результати класифікації вибірково перевірені вручну.

Обмеження

- Google Maps показує не всіх клієнтів: відгуки частіше залишають дуже задоволені або дуже незадоволені люди.
- AI може помилитися в окремих відгуках, особливо коротких чи іронічних. На великій вибірці це не змінює загальної картини, але окремі рядки варто сприймати з поправкою.
- Для невеликих точок 2–3 відгуки помітно зсувають відсоток негативу.
- Кількість збігів за ключовими словами (наприклад, «не нав'язували») орієнтовна.

Що додається

- **Таблиця з усіма відгуками**: аркуш «Зведення» з коротким підсумком та аркуш «Всі відгуки», де кожен відгук має тему, тональність і суть. Можна фільтрувати за містом, темою чи зірками.
- **Текстовий звіт** у Google Docs.

ЩО МОЖНА ЗРОБИТИ ДАЛІ

Цей аналіз можна запускати щомісяця і бачити динаміку по кожній точці: чи зменшуються скарги після змін у трейд-іні або гарантії. Також можна налаштувати сповіщення про нові відгуки з 1–2★ у Telegram чи Slack, щоб відповідати на них того ж дня. Буду рада обговорити, якщо це актуально.

Марія Лялько · mariiarimmal@gmail.com · Telegram @RimiMaeva · linkedin.com/in/lialko-maria