

Spremljanje prodajalcev

Natalija Ljuben

Mystery shopping II

Kako se lotiti skrivnostnega nakupovanja

NASVETI, KAKO NAJBOLJE IZKORISTITI REZULTATE SKRIVNOSTNEGA NAKUPA

- Informirajte zaposlene o namenu in ciljnih skrivnostnega nakupa in jih morda tudi vključite v pripravo vprašalnikov!
- Rezultate izkoristite kot poziv za akcijo!
- Nagradujte, ne kaznujte!

KAKO IZBRATI PRAVO AGENCIJO MYSTERY SHOPPING

Glede na to, da je prvo vprašanje zaposlenih, kdo je storitev Mystery Shopping opravljal, je treba previdno izbrati Mystery Shopping agencijo.

Svetujemo, da ste pri izbiri take agencije pozorni na naslednje:

- kakšno znanje in izkušnje ima (pregled referenčnega seznama, in koliko časa se že ukvarja z izvedbo te storitve),
- kako ima organizirane skrivnostne kupce (kako jih izbere, ali so kupci lokalni, koliko jih ima in ali so različne starosti in izobrazbe, kako jih usposobi za njihovo delo in spremlja v nadaljevanju, ali ima z njimi sklenjene pogodbe o delu in o varovanju naročnikovih podatkov, kako jih plačuje ...),
- kakšna je kakovost opravljene storitve (kakovost organizacije, obdelave podatkov in hitrost posredovanja podatkov),

- ali je član katerega združenja, kot je MSPA (Mystery Shopping Providers Association) idr.

KDO IZVAJA STORITVE MYSTERY SHOPPING V SLOVENIJI

To so tržnoraziskovalne agencije, izobraževalna podjetja, varnostna podjetja, kadrovske agencije, zasebni preiskovalci (njihova značilnost je, da se s storitvijo MS ukvarjajo dodatno in večkrat stranki to storitev ponudijo brezplačno v sklopu opravljanja svoje glavne dejavnosti pri stranki, na primer: izobraževalno podjetje izvede pri stranki izobraževanje zaposlenih, zato ji ponudijo še brezplačno izvajanje storitve MS) v primerjavi s specializiranimi agencijami Mystery Shopping, ki jim je opravljanje storitve MS glavna dejavnost in jo od vseh opravijo najbolj profesionalno.

Nekatera podjetja se interno lotevajo Mystery Shoppingov, razlogi pa so naslednji:

- Predvidevajo, da bodo pri tem imeli nižje stroške, kot če bi najeli zunanjo MS-agencijo, vendar ne pomislijo, koliko jih dejansko stane delovni dan, ko zaposleni »ne opravljajo« svojega dela, za kar so zaposleni.
- Predvidevajo, da so njihovi zaposleni bolj kvalificirani, ker bolje poznajo svoje podjetje, vendar zaposleni nikoli ne morejo igrati vloge dejanskega kupca, ker preveč dobro poznajo položaj podjetja ali stroke.

Nekateri pomisleki o Mystery Shoppingu

- **Ali ni Mystery Shopping pravzaprav vohunjenje za zaposlenimi?**

Mystery Shopping je orodje, s katerim merimo kakovost posredovane storitve. Zaposleni so predhodno obveščeni o namenu in ciljnih Mystery Shoppinga, ne pa o točnih terminih izvajanja skrivnostnih nakupov. Mystery



Spremljanje prodajalcev

Shopping doseže najboljše učinke takrat, ko ni »mystery«, torej kadar ni tajen, ko so zaposleni vključeni v vse stopnje priprave programa Mystery Shopping. Pomembno je, da so zaposleni predhodno jasno opozorjeni na to, kaj se od njih pričakuje in kakšno storitev morajo posredovati kupcem. Takrat skrivnostni nakup samo meri obstoječo kakovost posredovane storitve in služi kot osnova za njeno izboljšanje.

• **Če obvestimo zaposlene, ali bo to kaj vplivalo na rezultate?**

Ne bo. Navade ljudi se ne zamenjajo čez noč. Etična načela nam določajo, da je zaposlene treba predhodno informirati.

• **Ali je lahko zaposleni odpuščen na podlagi slabih rezultatov Mystery Shoppinga?**

Odpuščanje zaposlenih je zloraba Mystery Shoppinga, služi naj

izključno za izboljševanje kakovosti posredovanja storitev.

• **Ali je možno Mystery Shopping uporabiti pri konkurenci?**

Seveda, z upoštevanjem posebnih smernic za izvajanje Mystery Shoppinga pri konkurenci lahko vse, kar merite v lastnem podjetju, vzporedno merite tudi pri konkurenci.

• **Ali je težko oceniti osebo?**

Skrivnostni kupci ne ocenjujejo osebe, temveč ali se je med celotnim prodajnim postopkom nekaj zgodilo ali ne.

• **Naše podjetje že pošilja ankete kupcem. Zakaj bi potrebovali Mystery Shopping?**

Mystery Shopping ni zamenjava za raziskavo zadovoljstva kupcev, ampak dopolnilo. Mystery Shopping meri izvedbo storitve, raziskava trga pa je osredotočena na kupca.

• **Zakaj ne bi tega naredili kar znani ljudje, na primer sorodniki, prijatelji? Oni nam vedno povejo, če kaj ni v redu.**

Mystery Shopping ni iskanje napak. Občasni komentariji sorodnikov in znancev ne morejo biti objektivna podlaga za sprejemanje kakovostnih poslovnih odločitev.

• **Ali bodo naša prodajna mesta obiskali lokalni skrivnostni kupci ali nekdo iz Ljubljane?**

Skrivnostni kupec mora ustrezati profilu značilnega kupca neke storitve, torej mora biti najpogosteje z lokalnega področja.

Netelja Ugren je lastnica in direktorica podjetja SKRIVNOSTNI NAKUP, d. o. o., Brncičeva ulica 13, 1000 Ljubljana. Pokličete jo lahko na telefon 01/561-13-78 ali ji pišete na faks 01/561-13-79 ali po elektronski pošti info@skrivnostni-nakup.com. Več informacij o avtorici in njenem podjetju najdete na spletni strani www.skrivnostni-nakup.com.