

Kaj je skrivnostni nakup?

"Mystery shopping" ali skrivnostni nakup je anonimna raziskava oziroma ocena kvalitete storitev in odnosov s kupci na prodajnih mestih. Pri tem je pomembno poudariti, da se podatki ne pridobivajo od resničnih strank, ampak od navideznih potrošnikov oz. skrivnostnih kupcev.

Tržno nišo je v tem odkrila Natalia Ugren in ustanovila podjetje Skrivnostni nakup d.o.o. Gre za prvo in največje podjetje v Sloveniji, ki se že od leta 2003 ukvarja s storitvijo mystery shoppinga. S to storitvijo se po njenih besedah v Sloveniji začne razlikovanje med profesionalnim prodajnim osebjem in povprečnim, prav tako pa želijo prodajno osebje spodbuditi, da se trudijo do strank.

Namen raziskave je pomagati podjetjem izboljšati odnose do kupcev na prodajnih mestih (s tem ohranjajo obstoječe stranke, pridobivajo nove stranke, posledično s tem povečujejo promet in dobiček ter zadovoljstvo); zaposlenim, s tem, da se vodstvo zaveda dobrih prodajalcev, da jih nagradi in stimulira; kupcem izboljšati nakupno izkušnjo in prispevati k njihovem zadovoljstvu (kajti, če se prodajno osebje trudi do strank, bo stranka zadovoljna, ki bo dober glas širila naprej med svojimi prijatelji, znanci). Namen pa je tudi omogočiti skrivnostnim kupcem zanimivo in plačano honorarno delo, ki s svojim dobro opravljenim delom pomembno prispeva k uresničitvi zadovoljstva zgoraj navedenim.

Z raziskavo, ki jo usposobljeni skrivnostni nakupovalci izvajajo osebno, po telefonu ali spletu, ugotavljajo, kako se prodajno osebje obnaša do kupcev.

Skrivnostni kupci obiščejo, pokličejo ali na kakšen drug način vzpostavijo stik s podjetjem (poslovalnice, zavarovalnice, banke, avtosaloni, trgovine...) oziroma njihovim prodajnim osebjem, pri čemer igrajo vlogo resničnega kupca po vnaprej predpisanem scenariju. Njihova naloga je zbrati določene podatke, ki jih po obisku zapišejo na ocenjevalni list.

»S temi rezultati in končnimi analizami podjetja (naročniki raziskave) lažje in hitreje ukrepajo, saj pridobijo informacije, kje so slabi v odnosu do strank, s tem pa pridobijo priložnosti za takojšnje izboljšave. Prav tako so ti rezultati lahko dobra osnova za pripravo nadaljnjih internih izobraževanj ali pa podjetja pridobijo nove ideje, kako izboljšati prodajne postopke, s tem pa povečanje prodaje.«, pojasnjuje ustanoviteljica in direktorica podjetja Skrivnostni nakup d.o.o. Natalia Ugren.

Kako postati skrivnostni nakupovalec?

Skrivnostni kupci so zunanji sodelavci, v podjetju Skrivnostni nakup d.o.o. jih imajo okoli 300 po celi Sloveniji. Izberejo jih na podlagi zahtevanih osebnostnih lastnosti in kvalitete. Po opravljenem testiranju, se morajo obvezno udeležiti usposabljanja za delo skrivnostnega kupca. »Tu se seznanijo,



Natalia Ugren, ustanoviteljica podjetja Skrivnostni nakup d.o.o.

kaj pomeni pravilni prodajni postopek in pristop k stranki, ker bodo to pri svojem delu opazovali. Namen šolanja je, da svojo nalogo opravijo strokovno in profesionalno, usposabljanje in naloge opravljajo le za naše podjetje.«, izobraževanje skrivnostnih kupcev opiše Ugrenova. Če vas delo skrivnostnega kupca zanima, si na spletni strani www.skrivnostni-nakup.com prijavite za omenjeno delo.

Pred izvedbo skrivnostnega nakupa je pomembno, da so skrivnostni kupci natančno seznanjeni s pričakovani naročniki. Nalogo morajo torej opraviti po vnaprej pripravljenem scenariju, ki jih opozarja, na kaj morajo biti posebej pozorni in katere podatke morajo zbrati. Dober skrivnostni kupec je tisti, ki je sposoben »odigrati« različne vloge, ki jih zahteva prodajni proces, ki je iznajdljiv v različnih prodajnih okoliščinah, ima odličen čut za opazovanje, je pozoren na podrobnosti, ima dober spomin, visoko pismen in se zna dobro pisno in govorno izražati, natančen, profesionalen, diskreten, resnicoljuben, rad kupuje, ima rad ljudi,...

Storitev je v tujini že dobro znana, poslučujejo se je že več kot 60 let, konkurenca v trgovini je ostra, zato se zavedajo pomena zadovoljnih kupcev. Kot pravi ustanoviteljica podjetja pri nas, so redni naročniki podjetja, ki prihajajo iz tujine in se pomena storitve skrivnostnega nakupa zavedajo. »To storitev uporabljajo največ tam, kjer ni dosti razlik v ponudbi, cenah in pogojih poslovanja in se kupec največkrat odloča zaradi zaposlenega oz. prodajnega osebja. To so recimo banke, zavarovalnice, avto saloni, nato trgovci in šele na koncu s področja turizma (hoteli, zdravilišča,...).«

• Senka Šmarčan



Pred izvedbo skrivnostnega nakupa morajo biti skrivnostni kupci natančno seznanjeni s pričakovani naročniki.