

IZVOD IZ SMJERNICA MSPA EUROPE O TAJNOM KUPOVANJU

Cjelokupne smjernice mogu se naći na engleskom jeziku na web stranici MSPA Europe na www.mysteryshop.org/europe.

Etički principi

- Istraživanje o tajnom kupovanju (Mystery Shopping) prikazuje u kojoj se mjeri osoblje i postupci mogu uporediti s unaprijed određenim standardima za vrijeme interakcije. Cilj istraživanja trebalo bi da bude razvoj postojećih standarda i povećavanje zadovoljstva kupaca.
- Istraživanje o tajnom kupovanju ne smije se koristiti kao jedini razlog za otpuštanje ili primjenu disciplinskih mjera.
- Radi poštivanja etičkih principa osoblje klijenta mora biti obaviješteno o tome da je s vremena na vrijeme moguće provjeravanje njihovih usluga putem tajnog kupovanja.

Tehnički principi i smjernice

Suštinsko

- Scenariji koji se koriste za tajno kupovanje moraju biti sigurni jer se od tajnih kupaca neće zahtijevati da rade bilo šta ilegalno, neće se dovoditi u bilo kakvu fizičku opasnost, neće se od njih tražiti da otkriju lične podatke protiv svoje volje niti će dovesti do toga da se registruju protiv svoje volje kako bi ih se kasnije moglo kontaktirati.
- Cilj, namjeravana upotreba rezultata i formulara za izvještavanje o istraživanju moraju se jasno objasniti svim učesnicima.
- Imena članova osoblja ili njihov identitet na video ili audio zapisima mogu se otkriti samo ako je osoblje o tome unaprijed informisano. Pošto osoblje konkurentske kompanije ne može biti informisano o istraživanju, njihov identitet ne smije se otkriti.
- Firma koja provodi istraživanje i njihov klijent moraju se dogovoriti o tome gdje će se materijali koji su dobiveni putem istraživanja čuvati u budućnosti i na koji će način biti uništeni, bez obzira da li se radi o upitnicima, video zapisima, audio zapisima ili drugim metodama koje su korištene.

Napomena

- Upitnik treba biti fokusiran na objektivna pitanja i usmjeren na prikupljanje činjeničnih informacija. Neke subjektivne procjene mogu se koristiti radi lakšeg razumijevanja rezultata.
- U oglednom istraživanju, prije nego što se s projektom zvanično započne, preporučuje se da se osoblje informiše, ali to nije obavezno ako se identitet osoblja neće otkrivati.

- Kada se vrši tajno kupovanje kod konkurentske kompanije, bilo bi dobro ako bi test uključio i kupovinu koja odražava vrstu poslovanja koja se testira. Ako se ništa ne kupi, pritisak na osoblje konkurentske kompanije i resurse trebalo bi da odrazi normalan upit u vezi s relevantnim tržištem, ali ne više od toga.

Dobra praksa

- Scenarij testiranja trebalo bi da bude realističan, tako da odražava prirodno, stvarno ponašanje potrošača na datom tržištu.
- Distribucija, izbor trenutka i sadržaj posjeta s ciljem testiranja trebalo bi da predstavljaju normalan tok interakcije s kupcem.
- Jednostavnost, kratkoća i namjera da se test ispravno obavi pomažu da se iskustva tačno zapamte i zabilježe.