

## **РЪКОВОДНИ НАСОКИ НА MSPA EUROPE ЗА ТАЙНИ КЛИЕНТИ – РЕЗЮМЕ**

Пълното съдържание на ръководните насоки може да се намери на уебсайта на MSPA Europe на английски език: [www.mysteryshop.org/europe](http://www.mysteryshop.org/europe).

### **Етични принципи**

- При проучване от тайни клиенти въз основа на предварително установени показатели, се оценява начина, по който персоналът изпълнява възложените му задачи. Целта на проучването е да се подобрят резултатите на персонала, както и удовлетвореността на клиента.
- Проучванията на тайни клиенти не трябва да се използват като единствена причина за уволнения и дисциплинарни наказания.
- От гледна точка на етиката, оценяваният персонал трябва да е предупреден, че извършваните от него услуги може понякога да се проверяват от тайни клиенти.

### **Технически принципи и насоки**

#### **Главни**

- Сценариите, използвани от тайни клиенти, не трябва в никакъв случай да ги подбуждат към незаконни действия, да ги подлагат на риск от физическо нараняване, както и да ги карат да разкриват лична информация против волята им, или вписването им в документи или архиви със съответните последствия.
- Целта, предназначението на резултатите и предоставянето на данни в рамките на проучванията трябва да бъдат ясно изложени пред участващия персонал.
- Имената на членовете на персонала или самоличността им чрез видеозаписи, аудиозаписи и др. могат да бъдат разкривани, само ако персоналът е предварително информиран за това. Тъй като персоналът на конкуренцията не може да бъде информиран за проучването, самоличността на тези служители не може да се разкрива.
- Отговорната за проучването организация и клиентът трябва да се споразумеят за съхранението в бъдеще и унищожаването на всички материали от проучването, независимо дали става въпрос за въпросници, видеозаписи, аудиозаписи или други използвани методи.

#### **Препоръчителни**

- Въпросникът трябва да включва обективни въпроси, които целят събирането на фактическа информация. Могат да се използват някои субективни оценки, с цел подпомагане тълкуването на резултатите.

- При пилотно проучване, преди същинския проект, се препоръчва персоналет да бъде информиран, но това не е задължително, ако самоличността на персонала не се разкрива.
- При провеждане на проучване от тайни клиенти сред конкуренцията, проучването в идеалния случай трябва да включва покупка, която отразява оценявания тип бизнес. Ако не се закупи нищо, натискът върху персонала и ресурсите на конкуренцията трябва да е насочен в най-добрия случай към обичайно проучване на съответния пазар.

#### **Добри практики**

- Сценарият на проучването трябва да бъде реалистичен, тоест да наподобява по естествен начин поведението на един потребител на проучвания пазар.
- Ритъмът, графикът и съдържанието на посещенията за целите на проучване трябва да съответстват на нормалния поток на взаимодействие с клиента.
- Чрез непринуденост, краткост и задаване на подходящи задачи се гарантира правилното запаметяване и докладване от посещенията по време на проучване.