

IZVADAK IZ SMJERNICA MSPA EUROPE ZA TAJNO KUPOVANJE (MYSTERY SHOPPING)

Cjelokupne upute mogu se naći na engleskom jeziku na Internet stranicama MSPA Europe na www.mysteryshop.org/europe.

Etička načela

- Istraživanje Mystery Shopping (Tajno kupovanje) procjenjuje u kojoj se mjeri osoblje i postupci mogu usporediti tijekom interakcije s unaprijed određenim standardima . Cilj istraživanja trebao bi biti razvoj postojećih standarda i povećanje zadovoljstva kupaca.
- Tajno kupovanje ne smije se koristiti kao jedini razlog za otpuštanje ili provođenje disciplinskih mjera.
- U svrhu poštivanja etičkih načela osoblje korisnika treba biti upoznato s time da njihove usluge mogu biti provjeravane s vremena na vrijeme putem tajnog kupovanja.

Operativna načela i smjernice

Bitno

- Scenarij koji se koristi u svrhu tajnog kupovanja mora biti siguran utoliko što se od tajnih kupaca neće tražiti da rade ništa protuzakonito, neće ih se dovesti u nikakvu fizičku opasnost, neće se od njih tražiti da otkriju osobne podatke protiv svoje volje niti će dovesti do toga da se registriraju protiv svoje volje kako bi ih se naknadno kontaktiralo.
- Ciljevi, planirana uporaba rezultata, te obrazac za izvještavanje o anketi moraju biti jasno objašnjeni svima koji će sudjelovati.
- Imena članova ili njihov identitet na video ili audio trakama mogu jedino biti otkriveni ako je osoblje bilo obaviješteno o tome unaprijed. S obzirom da osoblje konkurentske firme ne može biti obaviješteno o istraživanju njihov identitet ne smije biti otkriven.
- Tvrtka koja vrši istraživanje i njihov klijent moraju se dogovoriti o tome gdje će se materijali dobiveni istraživanjem pohranjivati u budućnosti te na koji će način biti uništeni, bilo da se radi o upitnicima, video zapisima, audio trakama ili drugim metodama koje su se koristile.

Napomena

- Upitnik se treba usredotočiti na objektivna pitanja, te se usmjeriti na prikupljanje činjenica. Subjektivne procjene mogu se povremeno upotrijebiti kako bi se lakše razumjeli rezultati.
- U probnom istraživanju, prije nego projekt krene u potpunosti, savjetuje se obavijestiti osoblje, no to nije obavezno ako se identitet osoblja neće otkrivati.

- Kada se provodi istraživanje Tajno kupovanje konkurentne tvrtke, bilo bi poželjno kad bi test uključio i kupovinu koja odražava tip poslovanja koje se testira. Ako se ništa ne kupuje, pritisak na osoblje konkurentne tvrtke i resurse bi trebao odraziti normalan upit u svezi određenog tržišta, ali ne više od toga.

Dobra praksa

- Scenarij za testiranje bi trebao biti realističan, tako da odražava prirodno, realistično ponašanje potrošača na tržištu o kojem se radi.
- Distribucija, raspored i sadržaj testa trebali bi predstaviti normalan tok interakcije s kupcem.
- Jednostavnost, sažetost te nastojanje da se test ispravno provede pomoći će da su iskustva točno zapamćena i zabilježena.