

KOKKUVÖTE MSPA EUROPE'I JUHISTEST OSTUMÜSTEERIUMI KOHTA

Täielikud juhised on antud inglise keeles MSPA Europe'i kodulehel www.mysteryshop.org/europe.

Eetikapõhimõtted

- Ostumüsteeriumi uuring näitab, kuidas personal ja protsessid eelnevalt määratud standardite kohaselt teendusolukorras toimivad.. Uuringu eesmärk peaks olema standardeid arendada ja suurendada kliendirahulolu.
- Ostumüsteeriumi uuringute tulemusi ei saa kasutada ainsa põhjusena vallandamiseks ja noomituste tegemiseks.
- Et olla eetiline, tuleb kliendi personali teavitada, et nende teeninduskvaliteeti võidakse aeg-ajalt ostumüsteeriumi abil kontrollida.

Tehnilised põhimõtted ja juhised

Põhialused

- Ostumüsteeriumis kasutatavad stsenaariumid ei tohi kahjustada testostjate heaolu, st testostjatel ei paluta teha midagi ebaseaduslikku, midagi, mis neid füüsiliselt ohustab, nõuab neilt isikuandmete avaldamist vastu nende tahtmist või viib soovimatute registreerimisteni ja hiljem nendega kontakteerumiseni.
- Uuringute eesmärki, tulemuste kasutamist ja aruandlusvormi tuleb hinnatavale personalile selgitada.
- Videotel või lintidel esineva personali nimed või isikud võib avalikustada vaid siis, kui personali on sellest eelnevalt teavitatud. Kuna konkurendi personali ei ole võimalik uuringust teavitada, ei tohi nende isikuid avalikustada.
- Uuringufirma ja klient peavad kokku leppima kogu uuringumaterjali tulevases hoiustamises ja hävitamises, olgu need küsimustikud, videod, lintsalvestused või muud materjalid.

Soovitused

- Küsimustik peaks keskenduma objektiivsetele küsimustele ja faktilise teabe kogumisele. Tulemuste tõlgendamise toetamiseks võib kasutada mõningaid subjektiivseid hinnanguid.
- Enne projekti täismahulist läbiviimist teostatavast pilootuuringust soovitatakse personali teavitada, ent see ei ole kohustuslik, kui personali isikuid ei avaldata.

Kui sooritatakse testost konkurendi juures, peaks situatsioon sisaldama tavapärasest päringut/ostu vastaval turul. Kui midagi ei osteta, peaks päring olema tavapärase ja omane testitavale ärivaldkonnale

Hea tava

- Testi stsenaarium peaks olema realistlik –kliendi tavapärase käitumine vastaval turul.
- Testide jaotamine, ajastamine ja sisu peaksid esindama kliendikontaktide tavapärasest voogu.
- Mida lihtsamad, lühemad ja asjakohasemad on ülesanded ja teenindussituatsioonid, seda lihtsam on testostjal hiljem kogemusi meenutada ja täpselt üles märkida