

TIIVISTELMÄ MSPA EUROPEN "MYSTERY SHOPPING" -OHJEISTA

Täydelliset ohjeet löytyvät – englanninkielisinä – MSPA Europen kotisivuilta osoitteesta www.mysteryshop.org/europe.

Eettiset periaatteet

- Mystery Shopping -tutkimus tarkastelee henkilöstön ja prosessien suoritustasoa kanssakäymistilanteissa ennaltamääritettyihin normeihin verrattuna. Tutkimuksen tavoitteena tulee olla molempien suoritustason parantaminen ja asiakastyytyväisyyden lisääminen.
- Työntekijöitä ei pidä erottaa eikä nuhdella pelkästään Mystery Shopping -tutkimustulosten perusteella.
- Jotta tutkimus olisi eettinen, asiakkaan omalle henkilöstölle on täytynyt etukäteen ilmoittaa, että "mystilliset ostajat" voivat aika ajoin käydä tarkastamassa heidän antamansa palvelun laatua.

Tekniset periaatteet ja ohjeet

Olennaista

- "Mystery Shopping" -skenaarion täytyy olla turvallinen siinä mielessä, että mystillistä ostajaa ei pyydetä tekemään mitään, mikä olisi lainvastaista, mikä voisi aiheuttaa heille fyysistä vaaraa, pakottaa heidät vastoin tahtoaan antamaan itsestään tietoja tai johtaa ei-toivottuun henkilötietojen tallentamiseen ja myöhempisiin yhteydenottoihin.
- Tutkimuksen tavoitteet, tulosten käyttötarkoitus ja raportointilomake on kaikki selvitettävä tutkimuksen kohteena olevalle henkilöstölle.
- Videolla, ääninauhalla tai muulla tietovälineellä esiintyvien henkilöstöön kuuluvien nimet ja/tai henkilöllisyyden saa paljastaa vain, jos henkilöstölle on siitä etukäteen ilmoitettu. Koska kilpailevan yrityksen henkilöstöä ei voida informoida tästä tutkimuksesta, heidän henkilöllisyyttään ei saa paljastaa.
- Tutkijan ja asiakkaan täytyy keskenään sopia kaiken tutkimusaineiston, kuten kyselylomakkeiden, video- ja ääninauhotteiden tai mahdollisten muiden tietovälineiden vastaisesta säilyttämisestä ja hävittämisestä.

Suuntaa antavaa tietoa

- Kyselylomakkeen tulee keskittyä objektiivisiin kysymyksiin, joiden tarkoituksena on kerätä asiantietoa. Tulosten tulkintaan voidaan käyttää myös subjektiivisia arviointeja.
- On suotavaa, että henkilöstöä informoidaan ennen täyden mittakaavan projektia suoritettavasta pilottitutkimuksesta, mutta se ei ole pakollista, mikäli henkilöstöön kuuluvien henkilöllisyyttä paljasteta.

- Kun mystillisen ostajan ostoskohde on kilpaileva yritys, testiin tulee mahdollisuuksien mukaan sisällyttää jokin ostos, joka kuvastaa testattavaa liiketoimintatyyppiä. Jos kauppaa ei synny, kilpailevan yrityksen henkilöstöä ja resursseja ei pidä rasittaa enempää kuin tehtäessä tavanomaista tiedustelua kyseisillä markkinoilla.

Hyvän käytännön asettamia vaatimuksia

- Testiskenaarion tulee olla realistinen sinä mielessä, että se jäljittelee kuluttajan luonnollista, realistista käyttäytymistä kyseisillä markkinoilla.
- Testikäyntien jakautumisen, ajoituksen ja sisällön tulee edustaa normaalia kanssakäymistä asiakkaiden kanssa.
- Yksinkertaisuus, ytimekkyys ja tehtävän pitäminen asiallisuuden rajoissa auttavat saatujen kokemusten oikeassa muistamisessa ja raportoinnissa.