

ΜΙΑ ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΤΩΝ ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΩΝ ΟΔΗΓΙΩΝ ΤΗΣ MSPA ΕΥΡΩΠΗΣ ΓΙΑ MYSTERY SHOPPING

Οι πλήρεις κατευθυντήριες οδηγίες βρίσκονται, στα Αγγλικά, στις ιστοσελίδες της MSPA Ευρώπης στη διεύθυνση www.mysteryshop.org/europe.

Αρχές Δεοντολογίας

- Η έρευνα Mystery Shopping εξετάζει το πώς το προσωπικό και οι διαδικασίες ανταποκρίνονται σε προκαθορισμένα επίπεδα (στάνταρτς) κατά τη διάρκεια μιας συναλλαγής (interaction). Στόχος αυτής της μελέτης θα πρέπει να είναι η ανάπτυξη των προτύπων (στάνταρτς) αυτών και η ενίσχυση της ικανοποίησης του πελάτη.
- Οι έρευνες Mystery Shopping δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούνται από μόνες τους ως λόγος για απολύσεις και επιπλήξεις του προσωπικού.
- Προκειμένου να τηρεί την δεοντολογία, το προσωπικό του πελάτη θα πρέπει να έχει ενημερωθεί ότι η οι υπηρεσίες που παρέχονται μπορεί να υποβάλλονται σε ευκαιριακό έλεγχο μέσω των ερευνών mystery shopping

Τεχνικές Αρχές και Κατευθυντήριες Οδηγίες

Βασικά

- Τα σενάρια που χρησιμοποιούνται για το mystery shopping θα πρέπει να είναι ασφαλή από την άποψη ότι δεν ζητείται από τους μυστικούς αγοραστές να κάνουν οτιδήποτε παράνομο, που θέτει τους ίδιους σε οποιοδήποτε φυσικό κίνδυνο, που απαιτεί από αυτούς να αποκαλύψουν προσωπικές πληροφορίες παρά τη θέλησή τους, ή που θα μπορούσε να οδηγήσει σε ανεπιθύμητες καταχωρήσεις εγγραφών και επακόλουθες προσεγγίσεις προς αυτούς.
- Ο στόχος, οι προτιθέμενες χρήσεις των αποτελεσμάτων, και η μορφή αναφοράς των στατιστικών ερευνών θα πρέπει να διευκρινίζονται στο προσωπικό που συμμετέχει.
- Τα ονόματα των μελών του προσωπικού ή η ταυτότητά τους μπορούν να αποκαλυφθούν μέσω βίντεο, μαγνητοταινίας κτλ. μόνον εάν το προσωπικό έχει ενημερωθεί σχετικά εκ των προτέρων. Εφόσον το προσωπικό ενός ανταγωνιστή δεν μπορεί να πληροφορηθεί σχετικά με την έρευνα, η ταυτότητά των μελών του δεν μπορεί να αποκαλυφθεί.
- Ο ερευνητής και ο πελάτης θα πρέπει να συμφωνήσουν για την μελλοντική αποθήκευση και καταστροφή όλου του υλικού έρευνας είτε αυτό περιλαμβάνει ερωτηματολόγια, βίντεο, ηχογραφήσεις μαγνητοταινιών ή άλλες μεθόδους.

Συμβουλές

- Το ερωτηματολόγιο θα πρέπει να επικεντρώνεται σε αντικειμενικές ερωτήσεις, που να έχουν στόχο στην συλλογή τεκμηριωμένων πληροφοριών. Μπορεί να χρησιμοποιηθούν ορισμένες υποκειμενικές αξιολογήσεις για να βοηθήσουν στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων.
- Σε μια πιλοτική έρευνα, πριν από το πρόγραμμα πλήρους κλίμακας, συνιστάται να ενημερώνεται το προσωπικό, αλλά αυτό δεν είναι υποχρεωτικό εάν δεν αποκαλύπτεται η ταυτότητα του προσωπικού.
- Όταν γίνεται mystery shopping σε έναν ανταγωνιστή, η δοκιμή θα πρέπει ιδανικά να περιλαμβάνει μια αγορά που να αντανακλά τον τύπο της επιχείρησης που ελέγχεται. Εάν δεν αγοράστηκε τίποτα, θα πρέπει η πίεση στο προσωπικό και τους πόρους του ανταγωνιστή, να αντανακλά τουλάχιστον μια κανονική έρευνα στη σχετική αγορά.

Καλή Πρακτική

- Το σενάριο δοκιμής θα πρέπει να είναι ρεαλιστικό, υπό την έννοια του να μιμείται την φυσική, ρεαλιστική συμπεριφορά του καταναλωτή στην σχετική αγορά.
- Η διανομή, η χρονική στιγμή και το περιεχόμενο των δοκιμαστικών επισκέψεων θα πρέπει να αντιπροσωπεύουν την (συνηθισμένη) ροή της εξυπηρέτησης του πελάτη.
- Η απλότητα, η συντομία και η διατήρηση της ανατεθείσας εργασίας στα σωστά πλαίσια βοηθά ώστε να διασφαλιστεί ότι οι εμπειρίες ανακαλώνται στη μνήμη και καταγράφονται σωστά.