

ÚTDRÁTTUR ÚR VIÐMIÐUNARREGLUM MSPA EUROPE UM HULDUHEIMSÓKN VIÐSKIPTAVINA (MYSTERY SHOPPING)

Finna má Viðmiðunarreglurnar í heild sinni, á ensku, á vefsíðum MSPA Europe á www.mysteryshop.org/europe.

Siðferðisreglur

- Rannsókn með hulduheimsókn skoðar hvernig starfsfólk og aðferðir standa sig gagnvart fyrirfram ákveðnum stöðlum meðan á samskiptum stendur. Markmið rannsóknarinnar ætti að vera að þróa þær og auka ánægju viðskiptavinarins.
- Ekki má nota rannsóknir með hulduheimsókn sem einu ástæðuna fyrir brottrekstri og ofanígjöfum.
- Til að siðferðilegtsé þarf starfsfólk viðskiptavinarins sjálfs að hafa verið upplýst um það að afhending þess á þjónstu kunni að verða athuguð af og til með hulduheimsókn.

Tæknilegar megin- og viðmiðunarreglur

Grundvallaratriði

- Uppákomur sem notaðar eru við hulduheimsóknir verða að vera öruggar að því leyti að huldukaupendur séu ekki beðnir um að gera neitt ólöglegt, sem setur þá í líkamlega hættu, sem krefst þess að þeir ljóstri upp einhverjum persónulegum upplýsingum gegn vilja sínum, eða sem leitt geti til óumbeðinna skráningarfærslna og nálgunar við þá í eftirfylgni.
- Gera verður því starfsfólki sem þátt tekur fulla grein fyrir markmiðinu, fyrirhugaðri notkun niðurstaðnanna og skýrsluformi kannanna.
- Aðeins má ljóstra upp nöfnum starfsfólks eða auðkenna það í myndböndum eða segulböndum, o.s.frv. ef starfsfólk hefur verið upplýst um þetta fyrirfram. Þar sem ekki er hægt að upplýsa starfsfólk samkeppnisaðila um rannsóknina má ekki auðkenna það.
- Rannsóknarmaðurinn og viðskiptavinurinn verða að koma sér saman um framtíðargeymslu og eyðingu alls rannsóknarefnisins, hvort sem það eru spurningalistar, myndbönd, segulbandsupptökur eða aðrar aðferðir sem koma við sögu.

Tilmæli

- Spurningalistinn ætti að vera með hlutlægum spurningum sem miða að því að safna raunsönnum upplýsingum. Nokkurt huglægt mat má nota til að hjálpa til við túlkun niðurstaðnanna.
- Við könnunarrannsókn, á undan stóra verkefninu, er mælt með því að starfsfólk sé upplýst, en það er ekki nauðsynlegt ef starfsfólk er ekki auðkennt.

- Þegar farið er í hulduheimsókn til samkeppnisaðila ætti prófið helst að felast í kaupum sem endurspegla þá tegund viðskipta sem verið er að prófa. Ef ekkert er keypt ætti álagið á starfslið samkeppnisaðilans og úrræði að endurspegla, í hæsta lagi, venjulega fyrirspurn á viðeigandi markaði.

Góð framkvæmd

- Prófunaruppákomun ætti að vera raunhæf, að því leyti að hún hermi eftir eðlilegri, raunhæfri hegðun neytanda á hlutaðeigandi markaði.
- Dreifing, tímasetning og innihald prófheimsókna ætti að sýna venjulegt samskiptaflæði viðskiptavinarins.
- Einfaldleiki, stuttleiki og það að halda verkefninu innan viðeigandi marka hjálpar til við að tryggja að upplifunarinnar sé minnst og skýrt frá henni á réttan hátt.