ИЗВАДОК ОД MSPA EUROPE ВОДИЧ ВО ВРСКА СО ТАЈНИТЕ ТЕСТ-КУПУВАЊА

Целиот текст на Водичот можете да го најдете на англиски јазик на веб-страната на MSPA Europe на www.mysteryshop.org/europe.

Етички принципи

- Една студија со тајни тест-купувања врши проверка на тоа, каков е учинокот на персоналот и процесите во споредба со однапред детерминирани стандарди за време на интеракцијата. Целта на студијата треба да биде, тие да бидат развивани и да се зголеми нивото на задоволство на клиентите.

- Студиите за тајни тест-купувања не треба да бидат употребувани како единствена причина за отпуштања и укори.

- За да се биде етичен , персоналот на клиентот мора да има добиено совети за тоа дека давањето на услугите одвреме-навреме може да биде проверувано преку тајни тест-купувања.

Технички принципи и водич

Суштина

- Сценаријата што се употребуваат за тајни тест-купувањата мора да бидат сигурни во смисла на тоа, дека од тајните тест-купувачи не се бара да прават ништо нелегално, ништо што би ги изложило на каков било физички ризик, што би ги довело во состојба да дадат лични информации против своја волја или што би можело да доведе до несакани записи во регистри и следствени постапки кон нив.
- Целта - саканата употреба на резултатите и формуларот за известување од анализите - мора да му биде јасна на инволвираниот персонал.
- Имињата на персоналот или нивниот идентитет можат да бидат откриени само ако персоналот претходно бил информиран за тоа. Со оглед на фактот што персоналот на конкурентот не смее да биде информиран за истражувањето, нивниот идентитет не смее да биде откриен.
- Истражувачот и клиентот мора да се договорат за идното чување и уништување на секаков материјал од студии, независно дали се работи за прашалници, видео-записи, снимен материјал на касета или друг метод.

Советување

- Прашалникот е потребно да биде фокусиран на објективни прашања, кои имаат за цел да се соберат фактички информации. Одделни субејктивни оценки можат да бидат искористени како помош при интерпретација на резултатите.

© MSPA Europe, 2008

- Во пилот-студија што претходи на еден целосен проект се препорачува, персоналот да биде информиран, но тоа не е обврзувачки доколку идентитетот на персоналот остане неоткриен.

- Кога се врши тајно тест-купување кај конкурент, тестот во идеален случај би требало да вклучува купување што ќе претставува одраз на типот на бизнисот што се тестира. Доколку не се купува ништо, фокусот во оптоварувањето на персоналот и ресурсите на конкурентот треба што е можно подобро да го одразуваат нормалното испрашување во релевантниот пазар.

Добра практика

- Тест-сценариото треба да биде реално и такво што ќе го имитира природното, реално однесување на потрошувачот во односниот пазар.
- Распределувањето, тајмингот и содржината на тајните тест-посети треба да го претставуваат нормалниот тек на интеракциите со потрошувачите.
- Едноставноста, концизноста и соодветноста на ангажманот помагаат во обезбедување искуства што ќе бидат исправно повикувани и за кои ќе се известува исправно.

© MSPA Europe, 2008