

Útmutató a Mystery Shoppinhoz



Tartalom

Bevezetés

Néhány gondolat a Miértekről...

2

- Miért használjuk a Mystery Shoppingot?
- Miért használjunk MSPA tagvállalatot?
- Miért most vegye igénybe a Mystery Shoppingot?

AKCIÓBAN az MSPA

8

- Kapcsolat, tanulás és megosztás

Bizonyított megtérülés (ROI)

11

✉ **Kapcsolat**

info@mspa-ea.org

www.mspa-ea.org

A Mystery Shopping Professionals Association (MSPA) célja, hogy ösztönözze a Mystery Shopping (próbavásárlás) megértését, használatát, rávilágítson a fontosságára és hasznosságára. Az iparágon belül a szakmai és etikai sztenderdek fejlesztésén dolgozunk, és rendszeres workshopjainkon és konferenciáinkon keresztül kapcsolatban vagyunk egymással, tanulunk, és megosztuk az új ötleteket és fejlesztéseket a szolgáltatás, tréningprogramok és ügyfélmegelégedettség fejlesztése céljából.

E dokumentum célja az MSPA szerepének és céljának bemutatása; elmagyarázni, mi az MSPA, miért érdemes a Mystery Shopping szolgáltatást valamelyik tagvállalatunktól megvásárolni, és miért kell ezt most, késedelem nélkül megtennie!

Néhány gondolat a Miértekről...

Nigel Cover, az MSPA EA tanácsadója és kormányzója



Egy állandóan változó világban élünk - néha jobb, néha rosszabb, mindig más, gyakran kihívásokkal teli. Kreatív megoldásokkal vagyunk körülvéve, melyek bonyolult problémákat oldanak meg - ehhez igényeket fogalmazunk meg, rászánjuk a költségvetést, de mi a megtérülés?

Hogy a dolgokat leegyszerűsítsem, egyszer egy nagyon tapasztalt kolléga megosztott néhány gondolatot a „Miért”-ekről... Sokszor mondják, hogy minden nagyszerű terméknek megvan a maga igazsága, az ok, ami miatt megvásárolják, az egyértelmű és észrevehető előnyei. Ennek az igazságnak a közvetítése az ügyféllel való találkozáskor egy ősrégi történet - most még igazabb, mint valaha... íme a pillanatok, amik számítanak:

Termék, Promóció, Ár, Elhelyezés, Folyamat és Szenvedély

Az Ön ajánlata a fentiek közül mindent tartalmaz? Az igazság pillanatában? Ahol a termék, a munkatársai és ügyfelei, valamint leendő ügyfelei találkoznak? Ha úgy gondolja, hogy igen, akkor ez jó hír, és még jobb, ha tudja, hogy a fentiek mindig, mindenhol és folyamatosan megvalósulnak.

Térjünk vissza egy pillanatra a „Miértekhez”... Egyszerűen fogalmazva: Miért vásároljunk valamit? Miért Öntől vásároljak? Miért most vásároljak? Vagy a Mystery Shopping szemszögéből - Miért használjam?, Miért egy MSPA tagvállalatot kérjek fel? és Miért ma tegyem meg? a jelenlegi kihívásokkal teli piacon... kérem, folytassa az olvasást...

**MSPA[®] MYSTERY SHOPPING
PROFESSIONALS ASSOCIATION**

Miért használjuk a Mystery Shoppingot?

Ez a történet évtizedekre nyúlik vissza, arra az időre, amikor a cégek tudni akarták, hogy a termékük hogyan van kihelyezve, hogy a munkatársaik tudják-e, mi a feladatuk, el tudják-e magyarázni a termék előnyeit, szívélyesen fogadják az ügyfeleket, és mindenki barátságos volt-e. Régi szép idők.

De a mai bonyolult és versengő, többcsatornás világban a kérdés sokkal bonyolultabb, mint a kiszolgálás emberi oldala – és az élet gyakran nem is olyan rózsás.



Tehát, a termék vagy szolgáltatás „Igazságának” vizsgálata szellemében mutatjuk be a próbavásárlást, ahogy mi az MSPA-ban látjuk, a jelenlegi irányelveink szerint.

Olyan korban élünk, ahol a hatékony és gyors, a könnyű és impulzív sokszor felülírja a barátságos, gondoskodó és udvarias szavakat az eladásért folyó versenyben. Hogyan illeszkedik ide a Mystery Shopping?

Az útmutató későbbi részében megosztunk egyet a sok esettanulmány közül, amelyek bizonyítják a mérések értékét és a jobb teljesítményre való motiváló erejét. De előbb az a feladatunk, hogy bemutassuk a Mystery Shopping célját és széleskörű felhasználási lehetőségeit.

A Mystery Shopping célja



A Mystery Shopping alkalmazása az üzleti teljesítmény mérésére ma már bevett módszer.

A Mystery Shoppingot nagyon sokféle cél elérése érdekében használjuk, változatos módszereket alkalmazva. Ezek közé tartoznak, de nem kizárólagosan, a következők:

Ügyfélművelés nyújtása

Dolgozói elkötelezettség, teljesítmény és képzés

Harmadik fél (kereskedő/franchise partner/viszonteladó) teljesítménye

Termék elérhetőség

Termék megjelenítés és feltételek

Árképzés

Életkor ellenőrzése

Jogkövetés

Egészségügyi és biztonsági megfelelés

Hozzáférhetőség és beszámítás

Az alábbi csatornák bármelyikén vagy mindegyikén:

Online és e-kereskedelem

E-mail

Közösségi média

Call Centerek

Hagyományos üzletek

Termékek és szolgáltatások kiszállítása

Miért MSPA tagot bízunk meg?



Az MSPA-nak csak Európában több mint 200, és világszerte több mint 500 tagvállalata van. Az MSPA tagok olyan professzionális cégek, akik tapasztaltak az ellenőrzött kapcsolattartás művészetében és tudományában, így képesek arra, hogy a próbavásárlót a forgatókönyv pontos követésére ösztönözzék, így időben és minden alkalommal képes mérni az igazság fent említett pillanatait.

Könnyűnek tűnik? Elkötelezettséget, befektetést, tudást és szakértelmet igényel a Mystery Shopping olyan színvonalon és mértékben történő elvégzése, amely az ügyfelet, annak márkáját és munkatársait erősíti.

Az MSPA tagjai a "KAPCSOLAT, TANULÁS ÉS MEGOSZTÁS" program folyamatos előnyeit élvezik. Betartják az Etikai és Magatartási Irányelveket, amelyek védik ügyfeleik és munkatársaik, alkalmazottaik és próbavásárlóik érdekeit, az iparágat, amelyben tevékenykednek, valamint a piacaikon érvényes jogszabályi korlátozásokat.

Szóval miért most rendeljünk Mystery Shoppingot?



Sok minden változott az elmúlt néhány évben, de egy dolog ugyanaz marad – most, tavaly, a múlt században és minden bizonnyal a jövőben is:

Az idő pénz...

- minden pillanatban elszalasztott lehetőség egyben egy kihagyott értékesítési lehetőség is
- minden pillanatban, amikor egy megoldatlan probléma fennáll, a hatékonyság elvész
- minden pillanatban, amikor a jogszabályokat nem tartják be, az növeli a kockázatot és rontja a cég hírnevét

Nincs vesztegetni való pillanat!

De lesznek olyan pillanatok is, amelyeket meg kell becsülni...

- minden "tökéletes 10-es" értékelést, amit ügyféltől kapunk, meg kell becsülnünk
- minden új javaslatot és jobb gyakorlatot meg kell osztani
- minden motivált alkalmazottat meg kell dicsérni
- minden fejlődést meg kell tapsolni

A Mystery Shopping segítségével megünnepelhetjük és megoszthatjuk a jó pillanatokot, valamint segít beazonosítani és kijavítani mindazt, ami nem elég jó. De csak akkor, ha mérjük a pillanatot!

Ismerje meg az MSPA-t munka közben



A következő oldalakon bemutatjuk, hogy tagjaink hogyan dolgoznak, osztanak meg tapasztalatokat, kapcsolatokat és lehetőségeket egymással. Szövetségünknek Európa és Afrika 50 országából vannak tagjai, és büszkék vagyunk arra, hogy még a közelmúltbeli világvárvány és gazdasági kihívások idején is tudtuk növelni tagságunkat.

A tagvállalatok mellett az MSPA egyéni, tudományos, ügyfél vagy társult tagokat is szívesen lát a szövetségbe annak érdekében, hogy a tagok megoszthassák egymással tapasztalataikat, amiből kölcsönösen tanulhatnak, így kihasználva a tagságon belüli kapcsolatteremtés lehetőségeit. Az MSPA az egyetlen olyan szövetség, amely elkötelezett a Mystery Shopping iránt, és büszkén segíti tagjait és azok ügyfeleit abban, hogy ezen egyedi és innovatív szolgáltatás segítségével érik el üzleti céljaikat.

**Bővebb információt a
Mystery Shoppingról
A KÖVETKEZŐ OLDALON TALÁL:**

www.mspa-ea.org

A szakma legelismertebb képviselői évente találkoznak az MSPA EA konferenciáján



Együttműködés és együtt ünneplés



Bizonyított megtérülés (ROI)

Jill Spencer, az MSPA EA volt elnöke és az MSPA Global elnöke



case study

A befektetés megtérülésének (ROI) bizonyítása régóta az ügyfelek prioritása az ügyfélkutatások megrendelésekor. A kutatók tudják, hogy ha sikerül bizonyítani a kutatás értékét a bevételnövelésen és/vagy a megtakarítási lehetőségek kiemelésén keresztül, a náluk elköltött összeg évről évre nőni fog.

A megrendelt kutatás típusától függően a ROI pontos meghatározása szinte lehetetlen lehet, ezért minden egyes projekt megtérülésének kiszámításakor minden esetben több dimenziót kell figyelembe vennünk. Az MSPA Europe/Africa éves konferenciáján, amelyet a bulgáriai Várnában tartottunk, különös hangsúlyt fektettünk erre a témára, esettanulmányokat mutattunk be, illetve közösen gondolkodtunk és csoportokban dolgoztunk, hogy a legjobb gyakorlatokat megosszuk a tagságunkkal. Számos meggyőző esettanulmányt ismertünk meg, amelyek mindegyike bebizonyította a Mystery Shopping programok megtérülését – némely program hatására a bevétel akár a programra költött összeg ötszörösének megfelelő összeggel nőtt. Ezen Mystery Shopping projektek mindegyikében közösek voltak az alábbi pontok:

- Magas minőségű Mystery Shopping adatok gyűjtése.
- Az adatok megosztása az ügyfél szervezetén belül az osztályok között, hogy megfelelő intézkedéseket lehessen hozni.
- A Mystery Shopping adatok elemzése más ügyfélkutatásokkal együtt.
- Az értékesítési adatok felhasználása a mért eredmények és a bevételek növelése/növekedési lehetőségek közötti kapcsolat bizonyítására.

Az egyik legérdekesebb és legaktuálisabb esettanulmány egy brit szupermarket/barkácsáruház lánc által végrehajtott projekthez kapcsolódott. A Mystery Shopping adatok rávilágítottak arra, hogy a termékek (jelen esetben: növények) nem voltak eladható állapotban kihelyezve, azaz el voltak fonnyadva vagy el voltak pusztulva! A vizsgált cég azonnali intézkedéseket hozott az áruházi csapatok támogatására központi és helyi szinten - gondozási útmutatókat készítettek és osztottak meg az üzletekben dolgozókkal.



Hivatkozva az áruház szintű étékesítési adatokra és kiemelten csak a fent említett veszteségre kiderült, hogy üzlet szinten heti átlag 185 £ eladási veszteséget tudtunk azonosítani, amikor összehasonlítottuk a növények minőségét hálózat szinten. Azaz a 99 üzlet, ami elbukott a Mystery Shopping teszteken átlagosan heti 185 £-tal alacsonyabb árbevételt könyvelhetett el, mint a hálózat többi tagja. Ha ezen termékek értékesítésének 12 hetes szezonját vizsgáljuk, akkor 220 000 £ elkerülhető veszteséget tudtunk beazonosítani. A Mystery Shopping program költsége ugyanebben az időszakban mindössze 40 000 £ volt!

Az elmélet a valóságban

Átlagos heti értékesítési veszteség: **£185**
Eladhatatlan termékekkel rendelkező
üzletek száma **99**

A 12 hetes időszakban elkerülhető veszteség:

£219,780



Mi történt ezután?

Miután azonosították a problémát, a projekt lebonyolítását követő évben a 12 hetes palánta értékesítési szezonban a hozzá kapcsolódó eladásokat 178 000 £-tal növelték! Kijavították az előző időszakban feltárt hiányosságok döntő többségét és így sikerült elkerülni, hogy elszáradt növényeket áruljanak.

A következő cikk rávilágít azokra a problémákra, amelyek még mindig fennállnak máshol az elpusztult növényeket áruló [szupermarketekben](#).

Ez egy példa arra, hogy hogyan lehet a Mystery Shoppingot felhasználni a bevételek és a piaci részesedés növelésére.

További esettanulmányokért és legjobb gyakorlatokért keresse fel az [MSPA EA weboldalát](#).



Kapcsolat

Cím

Zwolsestraat 257, 2587 VD
The Hague, The Netherlands

Telefon

+31 70 3587371

Email

info@mspa-ea.org
www.mspa-ea.org

Látogassa meg az MSPA Europe/Africa honlapját, ahol többet megtudhat tagvállalatainkról, esettanulmány-programjainkról, cikkeinkről, és iratkozzon fel hírlevelünkre, hogy kapcsolatban maradjon velünk.

Az Ön országában található MSPA Europe/Africa tagvállalatok listájához kattintson erre a linkre: [MSPA szolgáltató keresése](#).

Ha kérdése van az MSPA Europe/Africával kapcsolatban, forduljon hozzánk közvetlenül, vagy használja a [weboldalon](#) található kapcsolatfelvételi űrlapot.