

SAŽETAK IZ SLUŽBENIH MSPA SMJERNICA ZA TAJNU KUPOVINU

Primjenjivo u Evropi, Africi, Azijskom Pacifiku, regiji Latinske Amerike

Ažurirano u aprilu 2011. godine

Puna verzija Smjernica može se pronaći zajedno s MSPA Etičkim kodovima (na engleskom), na www.mspa-eu.org/en/ethics.html.

U slučaju neslaganja prevoda i teksta na engleskom, engleska verzija ovog sažetka smatrat će se konačnom i mjerodavnom.

OBAVEZNO: Molimo provjerite lokalne odredbe o zaštiti podataka, privatnosti, pravnim, socijalnim, poreznim i etičkim pitanjima koja se odnose na tajno kupovanje u svakoj zemlji u kojoj sprovedite programe tajnog kupovanja, koja god da je zemlja porijekla vaše kompanije.

1 - Etički principi

- Cilj projekta tajnog kupovanja trebao bi biti stavljanje na raspolaganje informacija za upravljanje procesima i/ili kvalitetom usluga, kako bi se pomogli planovi obuke i poboljšanje usluga i prema tome povećalo zadovoljstvo, interes i lojalnost kupaca.
- Izvještaji tajnog kupovanja ne smiju se koristiti kao jedino opravdanje za ukore i/ili otkaze.
- Kompanija za tajno kupovanje mora osigurati da su njeni klijenti svjesni odredbi spomenutih u ovim smjernicama i dobiti saglasnost da su ih obje strane prihvatile kao osnovu za projekat.

2 - Tehnički principi

Obavezno

- Tajno kupovanje objektivno evidentira isporuku usluga klijenta. Zbog toga obim programa tajnog kupovanja mora uključiti široku paletu situacija koje najbolje odražavaju stvarna iskustva kupaca.
- Scenario kupovine mora biti dizajniran za testiranje specifičnog ponašanja prilikom prodaje, pružanja usluga ili radnog ponašanja koje predstavlja predmet studije. Mora biti realistično, predstavljajući prirodno ponašanje kupaca i tajni kupac mora biti u stanju da se ponaša uvjerljivo.
- Scenariji koji se koriste za tajno kupovanje moraju biti sigurni u smislu da se ni od osoblja klijenta, ni od tajnih kupaca ne zatraži da rade bilo šta nelegalno kao i da ih se ne stavlja pod bilo kakvu vrstu rizika što će ih primorati da otkriju bilo kakve lične informacije protiv svoje volje ili što može dovesti do neželjenih unosa u evidenciju i praćenja.
- Klijentovom osoblju mora se reći da se njihov rad može provjeravati tajnim kupovanjem s vremena na vrijeme. Kada regulatorna tijela ili podugovarači namjeravaju koristiti takve studije za provjeru nivoa pruženih usluga, oni se moraju uvjeriti da strana koju treba provjeriti razumije da će se koristiti ova metoda procjene i da će savjetovati svoje osoblje u skladu s tim.
- Ciljevi i namjenska upotreba rezultata moraju se objasniti osoblju.
- Imena članova osoblja ili njihovi identiteti putem video zapisa, kasete, itd. mogu se otkriti ako je osoblje prethodno informisano o tome. S obzirom da osoblje konkurencije ne može biti informisano o istraživanju, njihovi identiteti ne smiju se otkrivati.
- Ako se bonus programi trebaju bazirati, u potpunosti ili djelimično, na programima tajnog kupovanja, to se mora objasniti osoblju.

Savjetodavne smjernice su dostupne obuhvatajući ostale principe, uključujući:

Višestruke tajne kupovine, činjenične informacije, jednostavnost i sažetost i relevantnost dodjele, informacije o osoblju, pilot test, osoblje koje pokušava da identifikuje tajne kupce, osoblje kojem se plaća provizija, procjene web stranica.

3 - Objavljivanje podataka u javnom domenu

Cilj takvog objavljivanja mora biti fokusiran na izgradnju pozitivnog stava prema tajnom kupovanju kao validne tehnike i na izgradnju pozitivnog stava prema MSPA. Rezultati se trebaju koncentrisati na poboljšanje, a ne fokusirati se na pružaoce loših usluga.

Obavezno

➤ *Tajna kupovina inicirana od strane vaše kompanije:*

Uvjerite se da saopštenje za štampu sadrži sljedeće:

- Ko je inicijator/vlasnik programa,
- Potvrdu da je program izvršila kompanija članica MSPA,
- Potvrdu da je program izvršen uz slijeđenje MSPA Etičkih smjernica,
- Kratko objašnjenje glavnih principa tajne kupovine,
- Detaljne tehničke specifikacije programa,
- Prezentacija rezultata za koje želite da se otkriju i objave,
- Poboljšanja koja proizilaze iz rezultata.

➤ *Tajna kupovina inicirana od strane medija i drugih klijenata (koji plaćaju):*

- Jasno definišite ciljeve studije i tehničke specifikacije s klijentom,
- Dogovorite se o tome ko posjeduje podatke i kako se oni mogu koristiti,
- Rezultati za organizacije osim onih koje su pod kontrolom ili upravom klijenata ne smiju omogućiti identifikaciju individualnih učesnika (npr. zaposlenika).

Savjetodavne smjernice također su stavljene na raspolaganje za sljedeće

Aktivnosti prije početka projekta, aktivnosti nakon obrade podataka i prije objavljivanja, ključno vođenje u pripremanju izvještaja programa i objavljivanju rezultata, prikupljanja većine rezultata, kako pomoći medijima da napišu stvari za koje vi želite da budu napisane, itd.

4 - Kontrola kvaliteta

- Tajnim kupcima mora se dati dovoljno smjernica i uputstava.
- Klijent i kompanija moraju dogovoriti sljedeće: profil misterioznog kupca, uslove obuke, procese praćenja polja i kontrole kvaliteta.
- Validacija podataka mora se preduzeti pomoću kompjutera i/ili logičkih provjera ili na bilo koji drugi relevantni način.

5 - Odgovornosti agencije za tajne kupce

- Svi tajni kupci obavezno moraju primiti dogovorenu naknadu za svaki izvršeni projekat i mora im se isplatiti novac za svaku prethodno odobrenu kupovinu koja je dio procesa tajnog kupovanja.
- Tajni kupci obavezno moraju biti pismeno informisani o procesu i vremenu plaćanja i o posljedicama neostvarivanja dogovorenih kontakata pri tajnoj kupovini prema potrebnim smjericama, uključujući posljedice "nepojavljivanja" u bilo kojem od dogovorenih kontakata tajnog kupovanja.