

UITTREKSEL VAN DE OFFICIËLE RICHTLIJNEN VAN MSPA OVER MYSTERY SHOPPING

Deze richtlijnen zijn van toepassing in Europa, Afrika, Azië-Pacific,
Latijns-Amerikaanse regio's

Bijgewerkt april 2018

De volledige richtlijnen zijn, samen met de (Engelstalige) ethische codes van MSPA, terug te vinden op <https://www.mspa-ea.org/ethics-and-standards-downloads.html>.
In het geval van mogelijke afwijkingen door vertaling is de Engelstalige versie leidend.

VERPLICHT: in elk land waar u mystery shopping-programma's uitvoert, moet u de plaatselijke regels inzake gegevensbescherming en privacy controleren. Evenals de wettelijke, sociale, belasting- en ethische regels die van toepassing zijn op mystery shopping, ongeacht het land van herkomst van uw bedrijf.

1 - Ethische principes

- Het doel van een mystery shopping-project is om managementinformatie te bieden over processen en/of de kwaliteit van een dienst, en op die manier een ondersteuning te bieden voor opleidingsplannen en een verbetering van de dienstverlening, en derhalve de klantentevredenheid, -perceptie en -trouw te vergroten.
- Mystery shopping-rapporten mogen niet worden gebruikt als enige rechtvaardiging voor disciplinaire maatregelen en/of ontslag.
- Een mystery shopping-bedrijf moet ervoor zorgen dat zijn klant op de hoogte is van de bepalingen die in deze richtlijnen staan vermeld en dat beide partijen overeenkomen deze te aanvaarden als de basis voor het project.

2 - Technische principes

Verplicht

- Tijdens een mystery shop wordt de dienstverlening van een klant op een objectieve manier geëvalueerd. Daarom moet de scope van een mystery shopping-programma een verscheidenheid van omstandigheden omvatten die een goede weerspiegeling zijn van echte klantenervaringen.
- Het shopping scenario moet zo zijn opgesteld dat het het specifieke verkoopgedrag, de dienstverlening of het operationeel gedrag dat het voorwerp is van de studie, onderzoekt. Het moet realistisch zijn, natuurlijk consumentengedrag voorstellen, en het moet overtuigend kunnen worden gebracht door de mystery shopper.
- De scenario's die gebruikt worden voor mystery shopping moeten veilig zijn en mogen het personeel van de klant noch de mystery shopper in geen geval vragen om illegale handelingen uit te voeren en mogen geen enkel risico inhouden voor hen. Ze mogen er niet toe verplicht worden om ongewild persoonlijke informatie bekend te maken, noch tot handelingen die kunnen leiden tot ongewenste opname in een bestand of tot opvolgcontacten.
- Het eigen personeel van de klant moet op de hoogte worden gebracht dat hun prestaties van tijd tot tijd kunnen worden gecontroleerd via mystery shopping. Wanneer regelgevende instanties of onderaannemers zulke onderzoeken willen gebruiken om het niveau van de dienstverlening te onderzoeken, moeten zij ervoor zorgen dat de te controleren partij begrijpt dat deze beoordelingsmethode zal worden gebruikt en dat zij haar personeel daar overeenkomstig over informeert.
- Het personeel moet goed zijn ingelicht over het doel en het beoogde gebruik van de resultaten.
- De namen van personeelsleden en/of hun identiteiten mogen alleen op video's, audiocassettes enz. worden bekendgemaakt als het personeel daarvan vooraf op de hoogte is gebracht. Aangezien personeel van een concurrent niet op de hoogte kan worden gebracht van het onderzoek, mogen hun identiteiten niet bekend worden gemaakt.

- Als bonusprogramma's volledig of gedeeltelijk zullen worden gebaseerd op mystery shopping-programma's, dan moet het personeel daarover goed zijn ingelicht.

Er zijn ook adviserende richtlijnen beschikbaar die andere principes behandelen, waaronder de volgende:

Veelvoudige mystery shops, feitelijke informatie, eenvoud, bondigheid en relevantie van de opdracht, personeelsinformatie, pilottest, personeel dat probeert de mystery shopper te identificeren, personeel dat met commissies werkt, evaluaties van websites.

3 - Gegevens publiceren in het publiek domein

Het doel van zulke publicatie moet erop gericht zijn een positieve houding te ontwikkelen tegenover mystery shopping als een verdedigbare techniek en een positieve houding te ontwikkelen tegenover MSPA. De bevindingen zouden zich moeten concentreren op verbetering in plaats van te focussen op de leveranciers van een slechte service.

Verplicht

➤ *Mystery shopping op initiatief van uw bedrijf:*

Zorg ervoor dat het persbericht het volgende omvat:

- Wie de initiatiefnemer/eigenaar van het programma is,
- Bevestiging dat het programma wordt uitgevoerd door een bedrijf dat lid is van MSPA,
- Bevestiging dat het programma wordt uitgevoerd volgens de ethische richtlijnen van MSPA,
- Een korte uitleg over de voornaamste principes van mystery shopping,
- Gedetailleerde technische specificaties van het programma,
- Presentatie van de bevindingen die u wilt bekendmaken en publiceren,
- Verbeteringen die voortvloeien uit de bevindingen.

➤ *Mystery shopping op initiatief van tussenpersonen en andere (betalende) klanten:*

- Bepaal duidelijk met de klant het doel en de technische specificaties van het onderzoek.
- Spreek af wie eigenaar is van de gegevens en hoe ze kunnen worden gebruikt.
- Resultaten voor organisaties andere dan deze onder de controle of beheer van de klant, mogen de identificatie van individuele deelnemers (vb. werknemers) niet mogelijk maken.

Er zijn ook adviserende richtlijnen voorzien voor het volgende:

Acties vóór het project van start gaat, acties na de gegevensverwerking en vóór de publicatie, belangrijk advies voor de voorbereiding van de programmarapporten en het bekendmaken van de resultaten, de bevindingen optimaal benutten, hoe tussenpersonen te helpen om dingen te schrijven zoals u wilt dat ze worden geschreven, enz.

4 - Kwaliteitscontrole

- Mystery shoppers moeten voldoende richtlijnen krijgen en voldoende gebriefd zijn.
- De klant en het bedrijf moeten het volgende overeenkomen: profiel van de mystery shoppers, vereisten voor de briefing, monitoringprocessen op het terrein en kwaliteitscontrole.
- De validatie van de gegevens moet gebeuren met een computer en/of logische checks of andere relevante middelen.

5 - Verantwoordelijkheden van het agentschap tegenover de mystery shoppers

- Alle mystery shoppers moeten de overeengekomen vergoeding krijgen voor elk uitgevoerd project en zij moeten worden terugbetaald voor alle vooraf toegelaten aankopen die zij hebben gemaakt als onderdeel van het mystery shopping-proces.
- De mystery shoppers moeten schriftelijk op de hoogte worden gebracht van de betalingsprocedures en de timing, en van de gevolgen als zij de overeengekomen mystery shopping-bezoeken niet volgens de vereiste richtlijnen uitvoeren, evenals van de gevolgen als zij niet komen opdagen op een van de overeengekomen mystery shopping-bezoeken.