

Datum	16/08/2006	Novina	Politika			
Rubrika	ekonomija i biznis		Strana	15	ID	68

ТАЈАНСТВЕНИ КУПЦИ СВЕ ЧЕШЋЕ У НАШИМ ДУЋАНИМА (2)

Опасност за трговце

За сазнања о недостацима својих фирми газде плаћају „мистериозне купце” који им достављају поверљиве извештаје

Бити тајни купац можда је забавно, али је реч о веома одговорном послу. Мистери шопинга, односно тајни купци, не шпијунирају раднике, не оцењују нечији рад и не истражују тржиште. Њихов посао није чак ни тражење грешака, већ објективно извештавање о томе шта се и како ради.

– У Хрватској ме често препознају у дућанима, а и секретарице кад идем на састанак код клијената – каже за „Политику” Кристина Хорбец из Загреба, власница и сувласница више агенција за истраживање тржишта. – То је најтраженији хонорарни посао у Хрватској. Добијамо више стотина пријава месечно. Пре неки дан то је била и тема неких форума о запошљавању. Посао је врло забаван и користан. Људи уживају и ја им завидим због тога. Свако би волео да добија плату плус да купује, једе по ресторанима и одседа у хотелима – каже Хорбецова, која у свим бившим ју-републикама има своје канцеларије.

Све је почело пре четири године, када је у шоу програму познате водитељке Опре Винфри видела ТВ емисију о чудним занимањима. Једна госпођа дошла је замаскирана и објаснила да је тајни купац, да данима купује и да је плаћена за то. Тада је радила у „Пливи”, али је убрзо оставила одлично плаћен посао и кренула са сопственим бизнисом тајним куповинама.

Изван Хрватске фирма је пословно прихваћена, јер свугде примењује исти рецепт. Кристина Хорбец је сувласница и



Кристина Хорбец

Скривносног накупа – словеначке мистери шопинг агенције, Кастмер ферста у Србији, ГМС у Босни и партнер у СВОТ Мистери шопингу за Македонију и Албанију. Сада размишља о отварању фирме и у Црној Гори, а ускоро ће пословање започети и у Бугарској.

Ипак, за нека тржишта потребно је више времена јер нису у истој фази развоја. Мистери шопинг се обично примењује када пристигне велика конкуренција, кад фирме добро ураде кључне ствари, као што су локација, асортиман, али и када схвате да квалитет услуге постаје пресудан.

– Колеге из Македоније су ми причале да су најпре радиле за ланац кафића, ресторана брзе хране и дискотека – каже наша саговорница. – Резултати су у почетку били лоши, тј. особље баш и није поздрављало госте на улазу. И одједном стиже извештај у којем је тајни купац навела да су је сви поздравили. Властник се запитао шта се то догодило кад му је чак и обезбеђење рекло не само „добро вече” него и „лепо се проведите”. Тајни купац у тој дискотеци била је млада, висока и наочита плавокоса девојка према којој су сви хтели да буду фини.

Хорбецова напомиње да је фирма развила властити софтвер који клијентима омогућује да у року од 24 сата након посете или телефонског позива тајних купаца сазнају шта се заиста догађа на продајним местима, како се делатници понашају према купцима, на који начин нуде одређени производ и друго.

– У септембру 2004. године и мају 2006. освојили смо престижна признања МСПА Европа – ПР и маркетинг награду за најуспешније представљање мистери шопинга у Европи. Од прошле године организујемо Дане мистери шопинга, а ове смо увели награду за квалитет услуге купцима – каже Кристина Хорбец, иначе и један од десет чланова Извршног одбора МСПА Европа и, уз Веронику Карлсон, коаутор прве стручне књиге о тајном купцу на свету „Мерење менаџмента и тренутак истине”, која је у мају ове године представљена и у Београду.

С. Богдановић