



# KRISTINA NA TAJNOM ZADATKU

Kristina Horbec  
[Mystery Shopping  
Agencija "Heraklea"]

MYSTERY SHOPPING UPOTREBA JE  
TAJNIH KUPACA, KOJI SE NA  
ZAHTJEV KLIJENATA PRETVARAJU  
DA SU REDOVNI, OBIČNI KUPCI, I  
PREMA UNAPRIJED DOGOVORENIM  
KRITERIJIMA, DETALJNO I  
OBJEKTIVNO OCJENJUJU KVALITETU  
PRUŽENE USLUGE. KAKO JE DOŠLA  
NA IDEJU DA OSNUJE AGENCIJU  
KOJA SE BAVI MS-OM I NA KOJI  
NAČIN AGENCIJA FUNKCIONIRA  
OTKRILA NAM JE KRISTINA HORBEC  
VLASNICA I OSNIVAČICA AGENCIJE  
HERAKLEA.

Koliko smo se samo puta naljutili na prodavačicu ili službenicu koja je uporno privatno razgovarala na telefonu dok smo strpljivo čekali da nam se obrati? Ali, više ništa nije isto kao prije. Jer, odnedavno i Hrvatskom krstare tajni kupci, koji u ime i za račun poslodavca provjeravaju ponašanje prodavača i kvalitetu usluge u prodavaonicama, buticima, autosalonima, restoranima... Tim se poslom već godinu dana bavi mlada Kristina Horbec (27), sa svojim tajnim kupcima, okupljenim u tvrtki "Heraklea". To je prva i jedina specijalizirana agencija u nas za Mystery Shopping, djelatnost već pedesetak godina poznata u Americi i kojom je svakodnevno na "špijunskom zadatku" oko pola milijuna tajnih kupaca. No, zanimljivo je, da je Kristina Horbec, ekonomistica po struci, sa znanjem četiri jezika, prekinula obećavajuću međunarodnu karijeru u "Plivi", da bi se upustila u vlastiti, u tom trenutku, neizvjestan business. Danas je posve zadovoljna svojom odlukom, a mi smo sve više suočeni s američkom stvarnošću, koja nam ipak pridonosi kvalitetnijom životu. Puna dojmova Kristina Horbec nedavno se vratila s kongresa Međunarodne udruge Mystery Shopping agencija u Londonu, što je bila prava prilika da porazgovaramo što je mystery shopping.

**Z:** Kako ste uopće došli na ideju da pokrenete nešto posve novo, što je još nepoznato kod nas?

**K.H.:** Prošle godine bila sam na operaciji skolioze i na bolovanju sam gledala Oprah Show u kojem je gostovala jedna žena - tajni kupac. Odmah mi se svidjelo i pomislila sam da i ja to želim raditi. Onda sam počela istraživati sve dostupne informacije i vidjela da to kod nas u ponudi, između ostalog, imaju i vodeće agencije za istraživanje tržišta. No, vani je uobičajeno da postoje specijalizirane

Mystery Shopping agencije, pa sam se odlučila pokrenuti vlastitu, prvu takvu specijaliziranu agenciju kod nas. Registrirala sam tvrtku "Heraklea", stupila u kontakt s MSPA, Svjetskom Udrugom Mystery Shopping agencija, kako bih bila upoznata i od samog početka slijedila najviše etičke standarde u poslovanju. Započela sam s istraživanjem tržišta i pripremom cijelog posla. Bilo je to prije godinu dana.

**Z:** Nije li Vas ipak bilo pomalo strah napustiti siguran posao i obećavajuću karijeru u tako velikoj kompaniji kao što je "Pliva"?

**K.H.:** Bilo mi je lakše kad sam shvatila da je strah jedina moja prepreka, a da je život prekratak i da sebi dugujem da uvijek radim ono što želim, bez obzira na sve. No, priznajem, bio je tu i jedan dodatni razlog. Potaknulo me, kad sam vidjela da su neki mladi, pametni, dobro obrazovani ljudi, sa znanjem jezika, počeli dobivati otkaze. Drugim riječima, shvatila sam otkaz nije "rezerviran" samo za ljude određene dobi, ni obrazovanja. I upravo suprotno od vladajućeg mišljenja kod nas, spoznala sam da je vlastiti posao zapravo puno sigurniji, jer uvijek imate kontrolu nad njime i ne morate čekati da se negdje, netko u Europi odluči o promjeni strategije tvrtke i da pri tome nestane vaše radno mjesto a vi postanete nepotrebni. No, isto tako, priznajem da mi je jako drago da sam provela skoro punih pet godina u "Plivi", bilo je to izvanredno iskustvo, ali danas bih svima preporučila da se okušaju na putu samostalnosti.

**Z:** Što je uopće Mystery Shopping?

**K.H.:** To je upotreba tajnih kupaca, koji se na zahtjev klijenata pretvaraju da su redovni, obični kupci, i prema unaprijed dogovorenim kriterijima, detaljno i objektivno ocjenjuju kvalitetu pružene usluge. To može biti kod klijenta, koji je naručio uslugu, ili kod njihove konkurencije. Naravno, sve u cilju poboljšanja. Tako se saznaje što se doista zbiva u cijelokupnom



procesu kupnje proizvoda, pružanja usluge ili informacija. Dobit će odgovor na važno pitanje: kako se prodavači ponašaju prema kupcima, ispunjava li proizvod ili usluga očekivanje kupaca, te se uspoređuje kvaliteta u odnosu prema konkurenciji. Na temelju toga klijent saznaje koja područja treba popraviti, unaprijediti, bolje educirati prodavače. To nije špijuniranje zaposlenika, jer ih se, što je po pravilima MSPA, unaprijed obavijesti o tome, ali im se ne kaže točno vrijeme dolaska i procjene.

**Z:** Kako dolazite do klijenata? I tko su klijenti?

**K.H.:** Do klijenata dolazim na razne, uobičajene, načine, sve češće po preporuci postojećih klijenata i preporuci kolega iz agencija koje su također članice MSPA. Među mojim klijentima možete naći vodeće maloprodajne lance trgovina i parfumerija, autosalona, internetskih centara, hotela i restorana.

**Z:** Razlikuje li se i koliko poimanje vlasnika ili direktora kompanije od onoga što zapravo kupac naiđe u trgovini, restoranu, autosalonu ...?

**K.H.:** Uveliko se razlikuje, no to je tako uobičajeno u životu. Svi imamo jednu predodžbu o sebi, a drugačije nas vide drugi. Međutim, ta je razlika u poslu bitna jer utječe na profit. Jer, samo četiri posto kupaca se žali, ostali odlaze konkurenciji a da vlasnik nikad ne sazna zašto.

**Z:** Tko su tajni kupci? Kako dolazite do njih?

**K.H.:** To su obični ljudi, u dobi između 20 do 60 godina, koji jako puno detalja opažaju i bezbroj puta su se živcirali u trgovinama, a sada su sretni da mogu poduzeti nešto u vezi toga i pomoći tvrtkama da poboljšaju kvalitetu usluge, a pritom još i dobivaju naknadu za sve to. Većinom su to visokobrazovani ljudi, materijalno situirani, neki i na vodećim pozicijama, na primjer, šefovi računovodstva, marketinga i prodaje naših uglednih tvrtki, kao i vlasnici tvrtki. Biramo osobe koje se nikad dosad nisu bavile anketiranjem, ni živjele od toga, već su tipični kupci koji ovaj posao rade isključivo iz želje da se u Hrvatskoj poboljša kvaliteta usluge.

Zainteresirani kandidati prijavljuju se na našoj web stranici.

**upućujete u posao? Što oni imaju od te svoje tajne kupovine?**

**K.H.:** Kriteriji su vrlo strogi, a postrožiti ćemo ih još i više. Nakon prijave, tražimo da u kratkom roku naprave jednu testnu procjenu prodajnog mjesta po vlastitom izboru ali prema našim uputstvima. Testiramo njihovu pismenost, poštivanje rokova i,

**MYSTERY SHOPPING NIJE  
ŠPIJUNIRANJE ZAPOSLENIKA,  
JER IH SE, ŠTO JE PO  
PRAVILIMA MSPA, UNAPRIJED  
OBAVIJESTI O TOME, ALI IM  
SE NE KAŽE TOČNO VRIJEME  
DOLASKA I PROCJENE**

općenito, spremnost na suradnju. Ako je dovoljno kvalitetna, slijedi osobni razgovor. Prije prvog zadatka tajni kupac napismeno dobije detaljne upute za rad kao tajnog kupca. Ukoliko nije obavio zadatak kako treba, neće dobiti naknadu a mi šaljem drugog da ponovo obavi procjenu. Dodatno, jednom mjesečno šaljem newsletter svim našim tajnim kupcima, pa tako svi neprestano učimo na iskustvima drugih kolega-tajnih kupaca. Osim prilike da kažu svoje mišljenje i svojim savjetima unaprijede kvalitetu, tajni kupci dobivaju novčanu naknadu ili/ili besplatnu kupljenu robu ili konzumiranje određene usluge. Na primjer, ručak ili večeru u restoranu, ako su ocjenjivali baš to.

**Z:** Birate i naj-tajnog kupca mjeseca.  
**K.H.:** Točno. Na svakom projektu sami ili u suradnji s klijentom, nagrađujemo najboljeg tajnog kupca, dakle osobu koja si je dala puno truda i priredila najbolji izvještaj. To može biti novčana nagrada, neki proizvod klijenta ili bon, koje tajni kupac može iskoristiti na prodajnom mjestu.

Ključna je stvar znati kvalitetno prenijeti vlastito kupovno iskustvo. Novac ili naknada ne smije biti glavni motiv za posao. Nije to brz i lak način zarade, nego i taj, iako, ugodan posao, valja profesionalno obaviti.

**Z:** Što tajni kupac ocjenjuje u prodavaonici, velikim marketima, auto kućama...?

**K.H.:** Sve se radi u dogovoru s klijentom. Na primjer, brzina i kvaliteta usluge, poštivanje zadanih standarda poslovanja... Uobičajena su pitanja: da li vas je itko pozdravio unutar 15 sekundi od ulaska u trgovinu; da li vam je prodavač ponudio pomoć pri izboru; je li ponudio i dodatne proizvode; je li uspješno savladao vaše primjedbe; zahvalio na kupnji; pozdravio pri odlasku...

**Z:** Ispričajte nekoliko sočnijih detalja iz tajnovitog kupovanja?



**K.H.:** Tajni kupci doživljavaju iste situacije baš kao i svi mi ostali: od izbacivanja iz autosalona jer prodavač ne želi procijeniti "tu kantu od auta"; ne pružanja usluge jer je prodavačica procijenila da je kupac neadekvatno odijeven; uzdasi i lakiranje noktiju mjesto posluživanja kupaca; nepoznavanje proizvoda koji se nudi kupcu, uz koji obično slijedi komentar: "pa tamo vam piše"; sarkastični smjeh bankovne službenice kad se klijent raspitivao o kreditu, uz riječi: "toooo ste nam donijeli za hipoteku" ili kad kupac uđe pred kraj radnog vremena a prodavačica zavapi: "Pet minuta je do osam sati, dodite sutra".

Situacija je zapravo jako loša i malo je tvrtki svjesno kako se prodavači zaista ponašaju prema kupcima.

**Z:** Hoće li klijent, na primjer brbljavog prodavača na telefonu, dok mušterija čeka, otpustiti?

**I što će učiniti po vašem izvještaju?**

**K.H.:** Budući da u našem radu slijedimo smjernice MSPA, potpisujemo ugovor s klijentom gdje se on obvezuje da na temelju rezultata Mystery Shoppinga neće otpuštati osoblje. Jer, ideja je identificirati najbolje zaposlenike, nagraditi ih i svima pružiti odgovarajuću edukaciju na poboljšanje rada prema kupcima.

**Z:** Ima li ova vrsta posla budućnost kod nas?

**K.H.:** Uvjerena sam u budućnost ove djelatnosti, jer vani bilježi kontinuirani rast, neovisno čak i o gospodarskom ciklusu. Vjerujem da će njegovu vrijednost prepoznati sve veći broj hrvatskih tvrtki. Praksa mi to dokazuje.

**Z:** Jeste li požalili što ste se upustili u nešto posve novo i postali sam svoj šef?

**K.H.:** Niti na trenutak nisam požalila što sam postala svoj šef. Tek se sada prvi puta u životu osjećam slobodno a taj osjećaj ne bih mijenjala ni za kakvu "sigurnu" plaću, u biloj kojoj tvrtki.

Tihana Horvat