

Tvrtka Termocommerce donirala je 28. siječnja u Specijalnoj bolnici za kronične bolesti dječje dobi Gornja Bistra, nove aparate neophodno potrebne za izlječenje najmlađih. Bolnica je u kategoriji kroničnih bolnica, a bavi se djecom koja boluju od neizlječivih bolesti od 0-18 godina starosti. To su uglavnom oboljenje središnjeg živčanog sustava, endokrini poremećaji, metabolički poremećaji i dr.

Radi se o uglavnom nepokretnoj djeci ovisnoj o sestričnoj njezi. Trenutačno je u bolnici smješteno 110 pacijenata, a nazalost na mjesto se čeka nekoliko mjeseci i duže. Aparat je ispred bolnice primio ravnatelj dr. Weiss, koji se zahvalio tvrtki Termocommerce i gdici. Zaneti Ipša, te izrazio zadovoljstvo zbog spremnosti na pomoć bolesnoj djeci.

**TERMO
COMMERCE**

ŠEKS JE POZVAO OPORBU NA NOVI POKUŠAJ DOGOVORA

DIMNJAČAR OSUMNJIČEN ZA TROVANJE - 50-GODIŠNJEG DIMNJAČARA POLICIJA TERETI ZA UBOJSTVO

02. veljače 2003
metropola

Kako se radnici zaista ponašaju prema kupcima?

Mystery shopping za povećanje prodaje i profita

Razgovarala: **Biba Salata**

→ Što je mystery shopping?

Mystery shopping je poslovni alat koji podrazumijeva angažiranje prethodno posebno educiranih i upućenih tajnih kupaca, koji se na zahtjev klijenata pretvaraju da su potencijalni i redovni kupci i prema unaprijed definiranim kriterijima detaljno i objektivno ocjenjuju kvalitetu usluge kod klijenata i/ili njegovih konkurenata radi njezina poboljšanja te nakon toga na odgovarajući način izvještavaju o svom iskustvu. Mystery shopping nije tradicionalna metoda istraživanja tržišta već predstavlja poslovni informacijski alat. Naime dok istraživanjem tržišta tvrtka dobiva povratne informacije o kvaliteti usluge općenito, mystery shopping pruža informacije menadžmentu o procesima ili/i kvaliteti usluge na razini pojedinih trgovina i pojedinaca kako bi se sukladno tome prilagodili planovi edukacije, unaprijedila kvaliteta usluge kupcima i tako povećalo zadovoljstvo kupaca.

Bitno je naglasiti da mystery shopping nije špijuniranje radnika. Da bi program bio uspješan radnici su upoznati sa ciljem i svrhom provođenja mystery shoppinga ali ne i točnim rasporedom njegovog provođenja. Kako je Heraklea po uzoru na svjetske agencije za mystery shopping izradila vlastiti softver Marti koji omogućava brze, točne i pouzdane informacije sada i hrvatske tvrtke mogu najkasnije u roku od 24 do 48h od posjeta tajnih kupaca saznati što se zaista zbiva u svakoj pojedinoj trgovini.

→ Što se može procijenjivati mystery shoppingom?

- izgled prostora i opreme
- prvi kontakt s klijentom, pružanje informacija i davanje savjeta, ljubaznost

osoblja, prodavačevo poznavanje proizvoda, izgled i pristup prodavača, prodajne vještine i vještine zaključivanja prodaje, način postupanja s reklamacijama i pritužbama kupaca

- poznavanje poslovnih procesa i poštivanje propisanih procedura
- poštivanje zakona npr. označavanje cijena, ponašanje prema invalidima
- način promoviranja novih proizvoda
- brzina i učinkovitost telefonske komunikacije
- prodajni proces preko interneta, brzina i kvaliteta odgovora kupcima e-mailom
- učinkovitost treninga te
- kvaliteta rada distributera, franšizera, hostesa i promotora te dr. prema potrebi klijenata, s obzirom na specifičnost posla kojim se bave.

→ Koje su koristi mystery shoppinga?

- poboljšava razinu kvalitete usluge
- povećava zadovoljstvo kupaca
- povećava prodaju i profit
- motivira zaposlenike za pružanje izvrsne usluge kupcima i to cijelo vrijeme i svim kupcima
- prati cijene i kvalitetu konkurentskih usluga
- gradi ukupnu svjesnost o važnosti odnosa s kupcima

→ Tko najčešće koristi mystery shopping?

Mystery shopping najčešće koriste kao i u inozemstvu maloprodaja, na drugom mjestu auto saloni potom banke te na četvrtom mjestu benzinske crpke. Međutim kod nas je to još u povojima jer se nisu sve tvrtke još niti spremne suočiti sa stvarnošću i ne žele saznati kako se zapravo ponašaju prema kupcima već se

vode filozofijom dok ide ide. Vani se mystery shoppingom obično koriste tvrtke koje su najbolje u svom poslovanju ili to žele postati. Često se njime koristi i državna uprava, fast food lanci, hoteli i restorani, kina, kazališta te zabavni centri, agencije za nekretnine, osiguravajuća društva, i razne tvrtke na tržištu poslovne potrošnje.

→ Član ste međunarodne organizacije - na koji način Heraklea sudjeluje u radu ili ima koristi od tog članstva?

Od samog početka slijedimo najviše standarde u mystery shopping industriji a službeno smo postali član Mystery Shopping Providers Association-a (MSPA) u prosincu prošle godine. Osim redovnog članstva aktivno sudjelujemo i u radu Odbora za etiku i standarde. Najveća i neprocijenjiva korist je naravno to što smo na izvoru svih informacija i razmijenjujemo iskustva i savjete s kolegama iz inozemstva i u suradnji s njima sudjelujemo i na internacionalnim projektima. Budući smo jedina hrvatska agencija specijalizirana za mystery shopping i jedina članica MSPA naš je zadatak promovirati ovdje smjernice za mystery shoppinga-nedavno je izašla najnovija verzija i upravo ih prevodimo pa ćemo ih objaviti na našim web stranicama, pratiti statistiku mystery shoppinga, surađivati s ostalim članicama u Europi i Svijetu, promovirati koristi primjene mystery shoppinga i potencijalnim klijentima zajednici općenito, te naravno svojim primjerom predstavljati MSPA jer se nazalost mystery shopping može zloupotrebljavati na način koji nikome ne koristi a najmanje klijentima. Vjerujem da ćemo preuzeti organizaciju jedne od konferencija MSPA tijekom 2005 koju planiramo organizirati u Dubrovniku.

VIP CLUB

Kristina Horbec

Istraživanja pokazuju da se tek 4% nezadovoljnih kupaca požali kad su nezadovoljni a čak ih 68% odlazi jer su nezadovoljni upravo ponašanjem prodavača. Veći broj ih se žali znancima i tako širi "lošu famu", dok najveći dio kupaca jednostavno promijeni trgovinu. Tako trgovci izgube mušteriju ni ne znajući zašto. No, odnedavno u Hrvatskoj je trgovcima ponuđen odgovor i moguće rješenje problema u vidu prve specijalizirane agencije za mystery shopping, Heraklea vlasnice Kristine Horbec.