

Миссис Икс

Собеседник №3 от 24.01.2006



Автор: И. Нкогнито

Есть такая работа – покупать. Одежду, продукты, лекарства, еду, услуги. И за это даже платят деньги! В США, где 30 лет назад придумали технологию Mystery Shopper (или «Таинственный покупатель»), этим интересным делом на постоянной основе занимаются больше 100 тысяч человек – студенты, пенсионеры, бизнесмены, домохозяйки, журналисты. Специального образования не требуется – главное, чтобы потенциальному шопперу было больше 20 лет и у него имелся опыт самостоятельных покупок. Люди покупают товары или услуги, а потом детально описывают визит «кому следует»...

Натерпевшись в магазинах всякого, я решила внести в дело улучшения отечественного сервиса свои скромные пять копеек и тоже подалась в «таинственные покупатели».

Шоппер – почти шпион

Всего в 13 процентах случаев магазины теряют клиентов из-за низкого качества товара, зато из-за плохого обслуживания – аж в 69 процентах. Рядовой продавец об этом не задумывается, а хозяин бизнеса – знает отлично. Сам он не может проверить сервис в своем магазине или ресторане, однако терять клиентов тоже не хочет, а потому обращается в одну из компаний, которая может организовать проверку по-тихому, то есть с помощью таинственных покупателей. У нас таких контор пока немного – в крупнейшую, агентство маркетинговых коммуникаций Nextep Promotion, я и пришла устраиваться.

После собеседования мне дали подписать договор о... неразглашении. Пришлось открыть карты и честно признаться: журналист я, хочу на время сменить профессию. Не прогнали.

Каждый шоппер, прежде чем узнать задание, письменно обязуется держать его в тайне. Запрещается называть компанию заказчика и разглашать подробности визита. Не рекомендуется открываться близким, нельзя показывать документы. Даже личность шоппера – тайна. В общем, кино: явки, пароли... Мой новый шеф, директор Nextep Promotion Оксана Аульченкова, потом рассказывала: многие шопперы – весьма серьезные и занятые люди – потому и занимаются этим, что чувствуют себя «немножко шпионами». Сродни шпионской и главная задача: агент не должен быть раскрыт!

Хотя по идее таинственного покупателя должны ждать: согласно правилам Mystery Shopper, руководство заранее предупреждает персонал – мол, к нам едет ревизор. Дальше как в известной комедии: все его, ревизора, ждут, но в лицо никто не знает. Потому видят в каждом клиенте и – на всякий случай улыбаются. Это, по словам Оксаны Аульченковой, хорошо: сначала продавец будет выжимать из себя улыбки и «спасибо-пожалуйста», а потом привыкнет и будет делать это автоматически. Еще одно правило: руководство компании, устроившее своему персоналу проверку по-тихому, теоретически не имеет права использовать информацию как предлог к штрафам или увольнению. Практически – его дело. Среди шопперов ходят рассказы о том, как однажды после исследования были уволены все работники супермаркета вплоть до уборщиц. А в другой раз владельцы шикарного бутика, взглянув на своих продавцов глазами таинственных покупателей, заменили высокомерных юных девиц на женщин постарше... Так что, забегая вперед, скажу: и хотелось бы сообщить, что из-за моего эксперимента никто из персонала не пострадал, но не могу.

Мне же поручили два дела – одно полезное, другое приятное.

Дело полезное: открыть карточку

Если бы раньше мне кто-нибудь сказал, что шоппер – не самая легкая работа, я бы скептически улыбнулась (как некоторые читатели сейчас). Но в Nextep заранее ничего такого объяснять не стали, а просто пригласили на тренинг и дали пару анкет, которые предстояло заполнить после визита в один из московских банков. По телефону сказали: вам надо будет открыть карточку. Делов-то!

Таинственный покупатель, к слову, работник внештатный – может неделю бегать по своим «шпионским» делам, а иной раз месяц быть в простое. Все дело в том, что людей подбирают под конкретный проект: студента вряд ли пошлют покупать дорогие сумочки, а пенсионера – полететь на Карибы бизнес-классом. Для роли человека, которому может

понадобиться банковская карточка, я подходила.

В действительности оказалось, что «открыть карточку» – значит осмотреть весь банк, включая разные конструкции, на которые ни один нормальный клиент сроду не обратит внимания. Найти, например, штендер – наружную рекламу. И панель-кронштейн – тоже реклама, но наверху. И картридер – устройство для банковских карт. И оценить состояние витрины. Запомнить, где расположена информация о работе отделения, а где о курсе валют, и нормально ли все это читается... Самым простым пунктом программы была оценка чистоты ковриков, которых на входе в банк должно быть два, и запомнить, где именно они лежат.

Подвергнув детальному осмотру все, что было снаружи, в сам банк я вошла с бешеными глазами и немым вопросом «А был ли картридер?» Беглый взгляд – и стало понятно: руководство вряд ли предупредило сотрудников, что «едет ревизор». Кое на ком из персонала обнаружили бусы, между тем все, что разрешено банковским служащим – это бейджик, галстук и скромный шейный платочек... Бусы, шали, громкая музыка, бутерброды на рабочем месте, некорректные реплики, недружественный тон – удача для шопера, хотя рассказывать об этом не слишком приятно. Как и о любом другом промахе – когда дошло до этого, мое стремление вывести отечественный сервис на чистую воду улетучилось. Но бусы все-таки были, неприятное и необоснованное замечание, что у меня якобы «нероссийский паспорт», тоже – и обо всем этом нужно было сообщить в комментариях к анкете. Если комментариев нет, работодатель вправе усомниться, ходил ли вообще шоппер туда, куда его отправили. После визита каждого таинственного покупателя ждет еще одно собеседование.

К моменту, когда за спиной закрылись двери банка (оглянись, шоппер, и посмотри: чистые ли они!), мне было уже все равно, будет ли у меня карточка. Мучил единственный вопрос: почему не оказалось панели-кронштейна? Должна быть!..

Дело приятное: поесть пиццы

Под покровом таинственности можно делать все что угодно – в том числе оформлять кредиты, ходить в кино, летать далеко и не очень, чинить машину в автосервисе. Или есть пиццу. Это была работа №2 – приятная. Только состояла она из двух обязательных этапов: прежде чем съесть какую-нибудь «Неаполитану» или «Пепперони», предстояло трижды позвонить в пиццерию в разных концах города, как бы собираясь сделать заказ на дом, а потом отказаться от него. Тут мне впервые пришлось придумывать легенду – разложив карту, прикидывать, в каком доме рядом с пиццерией я могу жить, на каком этаже и в какой квартире. Потом убедительным тоном озвучить это человеку, принимающему заказ. И под правдоподобным предлогом отказываться от всего. Первый раз я «вдруг» обнаружила, что никак не успеваю домой к ужину, а потому не знаю, когда смогу встретиться со своим заказом. Второй пришлось отложить, потому что мифический муж «внезапно» расхотел есть пиццу с колбасой. Третий звонок закончился ничем из-за того, что друзья якобы уже купили пиццу по дороге ко мне. Все это затевалось ради деталей: быстро ли подняли трубку, каким тоном разговаривали, что предлагали, как восприняли отказ. Но какое утомительное занятие – врать!..

В конце концов мне посчастливилось попробовать то, от чего я три дня кряду отказывалась. Пиццерия оказалась симпатичным заведением с вкусной едой и вежливым персоналом. К столику тут же подошла девушка Юля, которая вела себя именно так, чтобы угодить и мамаше с детьми, и компании тинейджеров, и таинственному покупателю. Качество пиццы и обслуживания, кстати, подтверждалось одним простым фактом: 5 минут до закрытия, а в заведении полным-полно народу. Вот вам закон сохранения клиента в действии – зачем уходить, когда вкусно и приятно?

Девушку Юлю хотелось поощрить, и таинственный покупатель при желании может тому поспособствовать: в анкете есть место и для хвалебных отзывов. Вообще чем больше комментариев, тем лучше – это мне в Nextep сообщили постфактум, оценивая уже мою работу. Если еще позовут в качестве шопера, пожалуй, соглашусь, хотя у нас (в отличие от США и Западной Европы, где доход покупателя-невидимки – от 300 долларов) много на этом не заработаешь.

В магазинах и ресторанах я теперь чувствую себя гораздо увереннее – это плюс. Есть и незначительный минус: куда ни приду, взгляд все время цепляется за детали, на которые никто, кроме таинственного покупателя, внимания не обращает. Разве что персонал, но это и к лучшему: будьте начеку, мы рядом!