

## **Магазины улыбнутся «таинственным покупателям»**

Маркетинг и реклама, 24 Августа 2005 г.

В Россию пришли новые формы оценки качества сервисных услуг. «Таинственные покупатели» проверят обслуживающий персонал на доброжелательность.

На фронтах сервиса

Российское агентство маркетинговых коммуникаций Nextep Promotion стало членом Международного Альянса IMSA, объединяющего по всему миру компании, помогающие своим клиентам улучшить качество сервиса с помощью так называемых «таинственных покупателей» (mystery shopping).

По данным IMSA, в мире около 70% представителей «передней линии» - продавцы, служащие государственных учреждений, работники клиентских служб и т.п. - встречают своего покупателя улыбкой. Эти данные базируются на оценках более миллиона визитов «таинственных покупателей», организованных членами IMSA в 2004 году в ритейлинговые компании Европы, Америки и Австралии.

В целом, как подчеркивают представители альянса, стандарт качественного обслуживания для «передней линии» - вне зависимости от профиля и размера компании, а также страны, в которой проводится оценка - включает оценку работы персонала с клиентами, «улыбчивость», приветствие и предложение купить что-то, кроме того, что уже приобрел покупатель.