

Mystery shopping - tajna nezadovoljnog kupca

piše SANDRA TRIPOVIĆ

sandra_tripovic@eph.hr

Samo četiri posto nezadovoljnih kupaca se žali, a ostalih 96 posto jednostavno odluči kupovati negdje drugdje. Mystery shopping je prilika da prodavač otkrije što misli onih 96 posto koji nikada ne kažu zašto ga napuštaju.

Mystery shopping je angažiranje tajnih kupaca koji se na zahtjev klijenata pretvaraju da su potencijalni ili redoviti kupci kako bi ocijenili kvalitetu usluge kod klijenta ili njegovih konkurenata. To je istraživanje koje se radi isključivo na zahtjev klijenta. Tajni kupci su prethodno educirani i svoju procjenu rade prema unaprijed definiranim kriterijima.

- Oni ne remete normalan tijek kupnje pa se na prodajnom mjestu ne zadržavaju više od 10 - 15 minuta, osim ako tipična kupnja ne traje dulje. Mystery shopping nije špijuniiranje radnika ili prilika za provociranje prodavaca - kaže Kristina Horbec, direktorica Heraklea, prve agencije u Hrvatskoj koja je specijalizirana za mystery shopping.

Individualni rezultat

Neupućeni će pomisliti kako je zadatak tajnih kupaca maltretiranje prodajnog osoblja kako bi se istražilo njihovo strpljenje ili ih uhvatiti kako



NOVOGOVOR

Mystery Shopping

Tajni kupac je osoba koja na zahtjev klijenta anonimno posjećuje njihove tvrtke pretvarajući se da su redoviti kupci te iz kupčeve perspektive ocjenjuju kvalitetu usluge prema unaprijed definiranim kriterijima te izvještavaju o svom iskustvu. Tajni kupac mora biti dobro namjeran te imati sposobnost zapažanja detalja. Od ukupnog broja kandidata u prosjeku samo 20 posto odgovara profilu tajnog kupca.

pogrešno rade. Međutim, to nije tako. Cilj mystery shoppinga je istražiti tipično ponašanje prodajnog osoblja i kvalitetu ukupne pružene usluge, što uključuje izgled prostora i opreme, kontakt s klijentom, pružanje informacija, ljubaz-

nost osoblja, poznavanje proizvoda, kvaliteta rada distributera, franšizera, brzina i učinkovitost telefonske komunikacije.

Istraživanje tržišta tvrtkama pruža informacije o kvaliteti usluge općenito, a mystery shopping je alat za mjerenje individualnih rezultata pojedinaca i prodajnog mjesta pružajući tako povratne informacije pojedincu. Koristi od mystery shoppinga su brojne i uključuju mjerenje i kontrolu kvalitete usluge, identificira potrebe za edukacijom prodajnog osoblja, kao i prilike za povećanje prodaje, motivira radnike u sklopu sustava nagradivanja i slično.

Korisna zamjena mjesta

- I prodajno osoblje je učilo koristi od mystery shoppinga. Jedna prodavačica izjavila je kako je zadovoljna jer zahvaljujući mystery shoppingu uprava konačno zna da ona postoji. U jednoj financijskoj instituciji osoblje iz backofficea radilo je s klijentima. Uočeno je kako je jedna osoba iz backofficea odlična u radu s ljudima, dok je drugoj, koja je do tada radila na šalterima, više odgovarao rad u backofficeu. Službenice su se zamijenile za radna mjesta na obostrano zadovoljstvo - priča Horbec.

Prodajno osoblje uvijek je obaviješteno o dolasku tajnih kupaca, međutim ne znaju tko su oni ni kada će doći.