

# Lördag

23 juli 2005

” I år har vi ett  
bredare och större  
program.

# 2

Klas Westholm, ansvarig för artistbokningarna  
till Daldansen.  
SIDAN 13

Dalarnas Tidningar



BT.



NLL

NT

Upplaga: 64 600 exemplar



Mystiska kunder. Bo Rindeskär, butikschef på Willys i Borlänge, tycker att systemet med mystery shoppers som kontrollerar servicen i butiken fungerar bra.

Foto: JOHAN SOLUM

# Falska kunder ska leda till bättre service

BORLÄNGE

**Nu har de kommit till Dalarna, falska kunder eller mystery shoppers som de också kallas. De går in och handlar i butikerna som vilken kund som helst men är egentligen utsända av företagets egen ledning för att spana på hur personalen sköter butiken.**

– Vi får en direkt bedömning av hur kunden uppfattar butiken och personalen, säger Bo Rindeskär, butikschef för Willys i Borlänge som införde systemet med mystery shoppers i våras.

**En gång i månaden** kommer en eller flera anonyma kunder, utsedda av företagets ledning, för att bocka av efter en mall hur personal och butikschef sköter sig.

Finns de varor som ska finnas på hyllorna? Är det rent och snyggt i butiken och ger personalen kunden ett bra mottagande?

– Personalen vet inte när det sker, inte ens jag vet när det sker, utan först i efterhand får vi en direktrespons på vad kunden har tyckt om sitt besök i butiken. Utifrån bedömningen tar vi till oss vad som är bra och vad som är dåligt och försöker bli ännu bättre.

Willys tillhör Axfoodkoncernen som införde systemet med mystery shoppers i våras. Metoden har funnits i USA i nästan 50 år men här i Dalarna gör den först nu sitt inträde på allvar.

Alla Willysbutiker, Willys hemmabutiker och Hemköpbutiker som ägs av Axfood får från och med i våras räkna med besök av mystery shoppers. Personalen ska vara informerad om att det sker och Thomas Strömer, vd för Willys hemma, är noga med att poängtera att det inte hand-

lar om att försöka sätta dit någon i personalen.

– Syftet är att förbättra våra butiker och att få veta vad kunderna tycker. Det här är absolut inget som ska användas för att sätta dit personal som missköter sig, säger han.

**Veronica Karlsson** är grundare och ägare till företaget Better business worldwide som utför shoppinguppdragen åt Axfood. Hon berättar att metoden har använts i

Sverige i hela tio år även om väldigt få känner till den än så länge.

– Vi finns över hela Norden och startade med hotellkedjor som ville ha uppföljning av hur deras kunder togs emot. Tanken är att man genom mystery shopping ska kunna följa upp hur ledningen lyckats förmedla sitt företagskoncept till personalen.

Veronica Karlsson berättar att företaget har 20 000 mystery shoppers anställda över hela Norden. I Dalarna finns över 400 mystery shoppers. Personerna ska passa in på profilen för den typiska kunden för just det företag som ska besökas.

– Våra anställda är allt ifrån hemmafruar till studenter och hantverkare. Har vi ett uppdrag för en bilfirma så är det bra om personen har en bil av just det märket som säljs där till exempel.

Efter varje besök fyller kunden i ett formulär online som sedan skickats till chefen för butiken. En mystery shopper ska dock inte räkna med att göra storkovan på sin sysselsättning.

– Vi rekommenderar inte att man försörjer sig på det här. Börjar man göra det så representerar man inte längre den typiska kunden, säger Veronica Karlsson.

## Facket tycker det är okej

STOCKHOLM

► Handelsanställdas förbund tycker inte att mystery-shoppermetoden är dålig i sig. Däremot ser man vissa faror med den.

– Det finns fall där cheferna inte berättar att butiken och personalen kontrolleras. Då blir det fel, säger Sven Lindberg, pressansvarig för Handels.

Att butiker och företags servicepolicy kontrolleras av utomstående tycker han inte är konstigt eller fel.

– Den typen av kontroller har alltid gjorts. Så länge personalen informeras om att kontrollerna görs så är inte företagsledningen ett problem.

Sven Lindberg menar att de fall där chefer kontrollerat sin personal med hjälp av mystery shoppers eller med uppmonterade kameror utan att informera om det tyder på ett dåligt ledarskap. Ledning har inte lyckats förmedla sina idéer om vilken servicepolicy man vill ha på sitt företag.

– I första hand ska ju en chef prata med sin personal och förklara vad han eller hon vill förändra och förbättra. Sedan när man har gjort det kan man eventuellt använda sig av mystery shoppers, men då efter att personalen informerats om det.

FREDRIKA HILLERVIK

FREDRIKA HILLERVIK  
023-935 40  
fredrika.hillervik@daltid.se

.....  
**Ledare** Akademikerproletariat hotar.....2, **Debatt** Farligare hemma än i trafiken.....3, **Inrikes** Kritik mot nya asylregler.....10,  
**Kultur & nöje** Ny serie om bloggar.....12, **Familj & vänner** Christer Beijer är präst och företagsledare.....15