

MYSTERY SHOPPING

της Σοφία Σ. Πανδή
General Manager **Alpha Hospitality Consultants**
Δημοσιεύτηκε στο περιοδικό **Hotel & Restaurant**

...Είναι μεσημεριανή ώρα... το lobby του ξενοδοχείου είναι γεμάτο... ένα group σκανδιναβών μόλις έφτασε ... επικρατεί ένα κλίμα πανικού ; ... το προσωπικό της υποδοχής προσπαθεί να εξυπηρετήσει ... ο κόσμος είναι κουρασμένος και θέλει εδώ και τώρα να εξυπηρετηθεί...

Ελάχιστοι πρόσεξαν τον πελάτη που έγραφε σε ένα μικρό σημειωματάριο, περιμένοντας τη σειρά του... Ήταν γύρω στα 40 και η επίσκεψή του στο ξενοδοχείο ήταν η εργασία του για τις επόμενες τρεις ημέρες. Ο κύριος 'X' βρισκόταν στο ξενοδοχείο ως 'κανονικός' πελάτης με σκοπό να συλλέξει συγκεκριμένες πληροφορίες που θα μεταβίβαζε στην εταιρεία ερευνών που τον είχε προσλάβει. Ήταν ένας *mystery shopper*. («μυστικός πελάτης»)

Τι είναι το **Mystery Shopping** ;

Το **Mystery Shopping** είναι μία επιστημονική διαδικασία ειδικευμένης έρευνας αγοράς κατά την οποία, κάποιος αναλαμβάνει τον ρόλο του «Μυστικού Πελάτη» για λογαριασμό μίας επιχείρησης με κύριο σκοπό να εξακριβώσει εκ μέρους της, τα παρακάτω 2 μεγέθη:

- ✓ **Την ικανοποίηση των προδιαγραφών** που η επιχείρηση θέτει σε θέματα εγκαταστάσεων, απόδοσης εργαζομένων, επιχειρησιακών προτύπων, οδηγιών εργασίας κ.α.
- ✓ **Την συνολική ικανοποίηση του πελάτη – καταναλωτή (customer satisfaction)** που με οποιονδήποτε τρόπο εξυπηρετεί η επιχείρηση.
- ✓ **Επίσης συχνά μπορεί να χρησιμοποιηθεί** ως εργαλείο για την παρακολούθηση των ανταγωνιστών.

Οι μυστηριώδεις αγορές ξεκίνησαν στη δεκαετία του 1940 ως μέθοδος συλλογής πληροφοριών, και ως ένας τρόπος για την επιχείρηση να ελέγχει την τιμιότητα, την ακεραιότητα των εργαζομένων την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν – με άλλα λόγια είναι μια ξεχωριστή ερευνητική πρακτική που έχει ως σκοπό να καταγράψει και να αξιολογήσει πραγματικά γεγονότα, διαδικασίες και συμπεριφορές στα 'Σημεία Πώλησης ή 'Εξυπηρέτησης Πελατών'.



Τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν από τότε και χρησιμοποιούνται ακόμη για την αξιολόγηση των εργαζομένων, μπορούν να διακυμανθούν από απλά ερωτηματολόγια. Οι ερευνητές (μυστικοί πελάτες) που χρησιμοποιούνται σε αυτή τη μέθοδο έρευνας λειτουργούν ως «τυπικοί πελάτες» μιας επιχείρησης και προβαίνουν σε αξιολογήσεις στη βάση ενός δομημένου ερωτηματολογίου. Καθοριστικό ρόλο αναμφισβήτητη στην επιτυχία αυτής της μεθόδου διαδραματίζει η εκπαίδευση και η προσωπικότητα των μυστικών πελατών που καλούνται να συλλέξουν δεδομένα και να αξιολογήσουν την εξυπηρέτηση σε «πραγματικό χρόνο».



Μεθοδολογία & Εφαρμογή της Υπηρεσίας

Το **Mystery Shopping** ως διαδικασία παρατήρησης είναι μία εξερευνητική μορφή υπηρεσίας, που έχει ως στόχο την συγκέντρωση στοιχείων που διαφωτίζουν την υφιστάμενη κατάσταση και την πραγματική φύση ενός προβλήματος σε μία επιχείρηση ή ένα οργανισμό.

Χρησιμοποιεί σε μεγάλο βαθμό τις αρχές του Marketing και των πωλήσεων, αλλά κυρίως τις αρχές των ανθρωπιστικών επιστημών (Ψυχολογίας και Κοινωνιολογίας) όταν προσπαθεί να εντοπίσει τα αδύνατα στοιχεία και την ιδιαίτερη ψυχοσύνθεση των ανθρώπων που ελέγχει – εξετάζει.

Το **Mystery Shopping** λειτουργεί :

- ✓ **Ως διαγνωστικό εργαλείο για τον εντοπισμό αδυναμιών** επί των παρεχόμενων υπηρεσιών μίας επιχείρησης και επί των πολιτικών (policy) που αυτή ακολουθεί.
- ✓ **Ως εργαλείο σύγκρισης των παρεχομένων υπηρεσιών** μίας επιχείρησης με τις υπηρεσίες του ανταγωνισμού.
- ✓ **Ως διαγνωστικό εργαλείο για τον εντοπισμό τυχόν ελλείψεων σε επίπεδο στρατηγικής** ή σχεδιασμού

μίας επιχείρησης και ως προπομπός για την συγγραφή ή την επικαιροποίηση εγχειριδίων και οδηγιών εργασίας και συμπεριφοράς των εργαζομένων.

Με αυτό τον τρόπο οι επιχειρήσεις που αξιοποιούν την διαδικασία αυτή, μπορούν να διαμορφώσουν μία πλήρη και ολοκληρωμένη εικόνα για το υφιστάμενο επίπεδο λειτουργίας των δομών τους, των ανθρώπων τους και φυσικά των υπηρεσιών που παρέχουν.

Κάποια παραδείγματα χάριν, σημεία που εξετάζει «ο μυστικός πελάτης», αναλόγως φυσικά με το είδος των υπηρεσιών που ελέγχει, μπορούν να είναι τα παρακάτω :

- Τον αριθμό των ανθρώπων που παρέχουν μία υπηρεσία.

- Την ώρα που χρειάστηκε να περιμένει για να εξυπηρετηθεί.
- Το αν έμαθε ή είδε ή άκουσε τα ονόματα των εργαζομένων.
- Το αν ο χαιρετισμός που δέχεται είναι φιλικός ή απλά τυπικός.
- Τα είδη των υπηρεσιών που του επιδεικνύουν – προωθούν.
- Το πως οι εργαζόμενοι προσπάθησε να ολοκληρώσει την πώληση – εξυπηρέτηση που του παρείχαν.
- Την καθαριότητα και εμφάνιση των ανθρώπων.
- Την καθαριότητα και εμφάνιση των χώρων.
- Την ταχύτητα της εξυπηρέτησης που δέχτηκε.
- Τον τρόπο που οι εργαζόμενοι χειρίστηκαν τα παράπονά του.
- Τον τρόπο που οι εργαζόμενοι κάμφαν τις διαφωνίες του.
- Τη συμμόρφωση των εργαζομένων με τα επίπεδα της εταιρίας

Η βαθμολόγηση κάθε υπηρεσίας, τμήματος ή και ανθρώπου, ανάλογα με την εντολή που έχει ο υποτιθέμενος «μυστικός πελάτης» μετά τον έλεγχο που διενεργεί, γίνεται για κάθε ένα προσυμφωνημένο κριτήριο ελέγχου, με την πενταβάθμια κλίμακα likert (ακολουθεί παράδειγμα) και η αναφορά που στο τέλος δημιουργείται και παραδίδεται στην επιχείρηση, συνήθως περιλαμβάνει μόνο τις επιδόσεις που κρίθηκαν **ανεπιτυχείς** δηλαδή που συγκέντρωσαν βαθμολογία κάτω από τη μέση της κλίμακας (από τον βαθμό τρία (3)).



π.χ.

Πόσο γρήγορη και ολοκληρωμένη υπήρξε η εξυπηρέτηση που το τμήμα customer service παρείχε στο Μυστικό Πελάτη ;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ (ΑΔΙΑΦΟΡΙΑ)	ΛΙΓΟ (ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ)	ΜΕΤΡΙΑ (ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ)	ΑΡΚΕΤΑ ΚΑΛΗ (ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΑ)	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ (ΑΡΙΣΤΑ)

Σημειώνοντας τους βαθμούς κάθε υπηρεσίας, τμήματος ή και ανθρώπου, φαίνεται το επίπεδο συνοχής των παρεχόμενων υπηρεσιών μίας επιχείρησης και αποτυπώνεται ο βαθμός ενδιαφέροντος που επιδεικνύουν στον πελάτη.

Τα Αποτελέσματα του Mystery Shopping

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την επιχείρησή σας !!!...

Για να δούμε όμως και μια διαφορετική οπτική γωνία . Η αποκαλούμενη μέθοδος «**Mystery Shopper**» («**μυστικός πελάτης**») ίσως να αποτελεί ένα εργαλείο διαρκούς εκφοβισμού για ορισμένους εργαζομένους που βρίσκονται διαρκώς σε ισχυρή φόρτιση «στην τσίτα»... και φοβούνται πως ο 'μυστικός πελάτης' ίσως να είναι η αιτία να χάσουν τη θέση τους.

Δεν υπάρχει λόγος ανασφάλειας. 'Κανένας δεν θα χάσει τη θέση του'. Τα ανώτερα στελέχη μιας επιχείρησης σκέπτονται ότι χρησιμοποιούν τη μέθοδο του **Mystery Shopping** ως ένα εργαλείο που δίνει απεριόριστες δυνατότητες αξιοποίησης τόσο στη Διοίκηση όσο και σε όλα τα τμήματα της εταιρείας. (Πωλήσεων, Μάρκετινγκ, Προμηθειών, Ανθρωπίνων Πόρων κ.α).

Τα ερωτήματα που γεννιούνται ; Θα θέλατε να μάθετε περισσότερα για την επιχείρησή σας; Θα θέλατε να μάθετε την πιο ρεαλιστική και αντικειμενική γνώμη των πελατών σας; Θα θέλατε να έχετε τους πελάτες σας συνεχώς ικανοποιημένους; Θα θέλατε να μάθετε όσα οι πελάτες δεν σας λένε; Θα θέλατε να ξεπεράσετε τον ανταγωνισμό; Θέλετε να διατηρείτε συνεχώς τους πελάτες σας ευχαριστημένους;

Ο στόχος του **Mystery Shopping** είναι η αξιολόγηση του προσφερόμενου service ώστε να μπορέσει να βελτιωθεί. Αν οι πελάτες εξυπηρετούνται καλύτερα θα αυξήσουν τις αγορές τους και αυτό συνεπάγεται με αύξηση των κερδών της επιχείρησης.

Αυτό βέβαια το οποίο αξίζει να σημειωθεί είναι η εφαρμογή και η συχνότητα ενός προγράμματος μυστικών επισκέψεων. 'Στοιχεία έχουν δείξει ότι οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί που έχουν εφαρμόσει ένα πρόγραμμα κατέγραψαν βελτίωση, η οποία σε ορισμένα επίπεδα έφτασε μέχρι και το 20% σε μια περίοδο 15 μηνών, ενώ εκείνες που εφαρμόσαν κάποια προγράμματα σποραδικά παρατήρησαν πολύ μικρότερα οφέλη'.



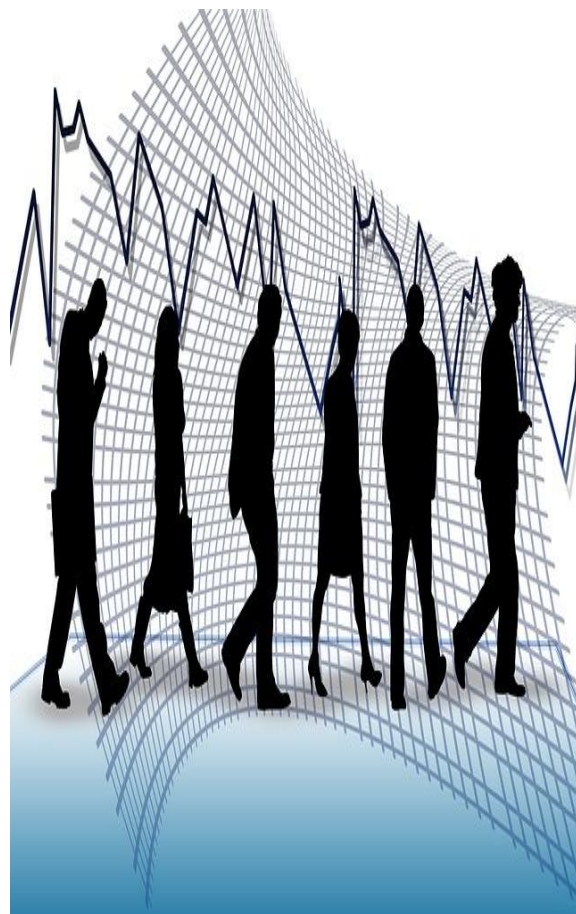
Σε γενικές γραμμές ένα επιτυχημένο πρόγραμμα **Mystery Shopping** το οποίο θα προσφέρει στην επιχείρηση σημαντικά οφέλη θα πρέπει να πραγματοποιείται σε μηνιαία ή το πολύ σε διμηνιαία βάση και κάθε φορά σε διαφορετικές ώρες και από διαφορετικούς ερευνητές (μυστικούς πελάτες), ώστε να εξαλειφθεί κάθε ενδεχόμενο αναγνώρισης του μυστικού επισκέπτη, τυχόν από το προσωπικό της εκάστοτε επιχείρησης.

Η συνεχής αξιολόγηση των αποτελεσμάτων μιας ολοκληρωμένης και συστηματικής μεθόδου **Mystery Shopping** δίνει :

- Αποτελεσματικότερη πώληση και αύξηση πωλήσεων
- Καλύτερη κατάρτιση και λειτουργία του τμήματος που υπάγεται σε 'έλεγχο'
- Ποιοτική αναβάθμιση της λειτουργίας της εταιρίας
- Αντικειμενική αξιολόγηση του προσωπικού
- Δημιουργία ολοκληρωμένου πλάνου κινήτρων προσωπικού
- Άμεση σύγκριση πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων με τον ανταγωνισμό

Σε κάθε περίπτωση, μια έρευνα **Mystery Shopping** αποτελεί ίσως την πιο

συνειδητοποιημένη προσπάθεια της Διοίκησης κάθε επιχείρησης να κοιτάξει μέσα από τα μάτια του πελάτη την ποιότητα της υπηρεσίας που παρέχει.



Η **Alpha Hospitality Consultants**

πλαισιωμένη από ένα επιτελείο έμπειρων συνεργατών παρέχει την υπηρεσία **Mystery Shopping**, σχεδιάζοντας, συντονίζοντας και οργανώνοντας την υλοποίηση της, με βαθμολόγηση των σημείων ελέγχου και απολογιστική έκθεση προς την επιχείρηση. ...και όλα αυτά στα πλαίσια του κώδικα δεοντολογίας που διέπει αυτού του είδους τις έρευνες και ότι άλλο ορίζει η ελληνική νομοθεσία (νομός περί αρχής προστασίας προσωπικών δεδομένων).