

Mystery Shopping

Маркетинговая методика на службе у
HR специалиста

ЗАЧЕМ ЭТО?

- **МОТИВИРОВАТЬ ПЕРСОНАЛ РАЗЛИЧНЫХ УРОВНЕЙ.**

Материальная и нематериальная мотивация:

- *руководителей подразделений;*
- *персонала, контактирующего с клиентами*

- **ФОКУСИРОВАТЬ ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА**

- **ОБЕСПЕЧИТЬ КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ КОМПАНИИ**

ЗАЧЕМ ЭТО?

- **ПОЛУЧИТЬ ОБЪЕКТИВНУЮ И СУБЪЕКТИВНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О КАЧЕСТВЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ПО ПАРАМЕТРАМ:**
 - *выполнение персоналом корпоративных стандартов взаимодействия с клиентами*
 - *компетентность персонала в специальных вопросах*
 - *внешний вид персонала*
 - *выкладка товара, предоставление информационных материалов и т.п.*
 - *качество межличностного взаимодействия: дружелюбие, вежливость персонала, стремление помочь клиентам*
- **ОПРЕДЕЛИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОБУЧЕНИЮ И РАЗВИТИЮ ПЕРСОНАЛА**

ДЛЯ КОГО ЭТО?

- **РОЗНИЧНЫЕ МАГАЗИНЫ**
- **ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ**
 - **КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ**
 - **РЕСТОРАНЫ**
- **ГОСТИНИЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ**
- **САЛОНЫ КРАСОТЫ**
 - **ТОРГОВЫЕ КОМПАНИИ**
 - **АЗС**
- **ПРЕДПРИЯТИЯ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ**
- **КОМПАНИИ, РАБОТАЮЩИЕ ЧЕРЕЗ ДИСТРИБЬЮТОРОВ**
 - **АПТЕКИ, МЕДИЦИНСКИЕ ЦЕНТРЫ И ДР.**

КОГДА ЭТО НУЖНО?

- **РЕКЛАМА НЕ ПРИНОСИТ ЖЕЛАЕМОГО РЕЗУЛЬТАТА**
- **КОНКУРЕНТЫ ПРОДАЮТ БОЛЬШЕ**
- **ПОКУПАТЕЛИ ПРИОБРЕТАЮТ САМЫЕ ДЕШЕВЫЕ ТОВАРЫ, ПРИ НАЛИЧИИ БОГАТОГО ВЫБОРА**
- **ПОКУПАТЕЛИ УХОДЯТ БЕЗ ПОКУПКИ (МНОГО ПОСЕТИТЕЛЕЙ – МАЛО ПОКУПОК)**

КОГДА ЭТО НУЖНО?

- **ПОКУПАТЕЛИ НЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМИ УСЛУГАМИ**
 - **КЛИЕНТЫ НЕ ПРОДЛЕВАЮТ ДОГОВОРА НА СЛЕДУЮЩИЙ ГОД**
 - **НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИЛЕРОВ ИЛИ ДИСТРИБЬЮТОРОВ**
 - **НУЖНЫ НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА**
- И ДР.**

КАК ЭТО?

- **ПРОРАБОТКА КОРПОРАТИВНЫХ СТАНДАРТОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ**
- **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ ЦЕЛЕЙ ПРОЕКТА**
- **ОПИСАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ ТИПИЧНЫХ КЛИЕНТОВ**

КАК ЭТО?

• ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

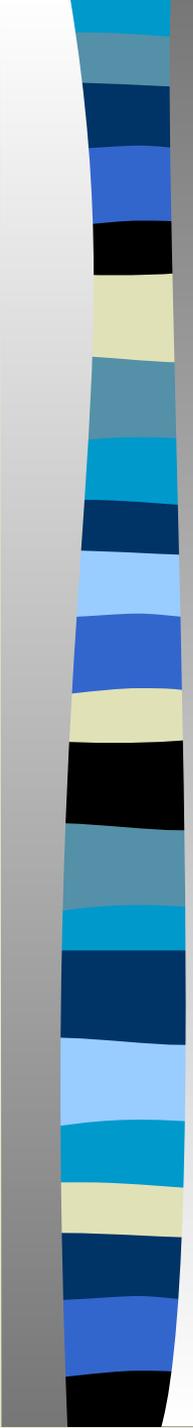
- *территориальный охват*
- *социально-демографический портрет типичных клиентов*
- *частота визитов*
- *продолжительность одной волны*

- **РЕКРУТИНГ ЭКСПЕРТОВ («таинственных посетителей»)** на основе социально-демограф. профиля

КАК ЭТО?

- **РАЗРАБОТКА СЦЕНАРИЯ ПОВЕДЕНИЯ** (примерка, покупка, семейная пара и т.п.) и **ЛЕГЕНДЫ** (цель визита) для Экспертов

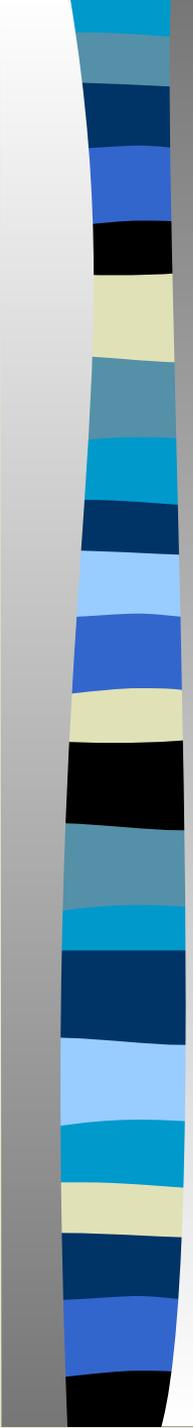
- **РАЗРАБОТКА**
ОЦЕНОЧНОЙ ФОРМЫ
ПО ОБЪЕКТИВНЫМ И
СУБЪЕКТИВНЫМ
ШКАЛАМ



Mystery Shopping
КАК ЭТО?

- **ОБУЧЕНИЕ И
ТЕСТИРОВАНИЕ
ЭКСПЕРТОВ,
ЗАДЕЙСТВОВАННЫХ
В ПРОЕКТЕ**

- **СОГЛАСОВАНИЕ ФОРМЫ И
ПЕРИОДИЧНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ
ОТЧЕТА**



Mystery Shopping
КАК ЭТО?

- **КОНТРОЛЬ
ВЫПОЛНЕНИЯ
ЭКСПЕРТАМИ
ВИЗИТОВ**
- **КОНСОЛИДАЦИЯ
ПОЛУЧЕННЫХ
ДАННЫХ, АНАЛИЗ И
РЕКОМЕНДАЦИИ**
- **ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ**

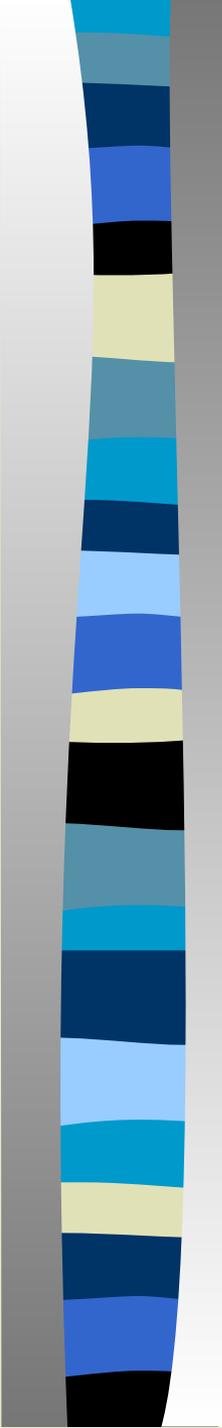
ЧТО ПОТОМ?

ПРИМЕНЕНИЕ ПОЛУЧЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ:

- **АТТЕСТАЦИИ ПЕРСОНАЛА**
- **РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ**
- **ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ**
- **ФОКУСИРОВКИ ПРОГРАММ ОБУЧЕНИЯ
НА ВЫЯВЛЕННЫХ РЕЗЕРВАХ**

КТО ЭТО?

- **ТАИНСТВЕННЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ**
(независимые ЭКСПЕРТЫ)
- **СУПЕРВАЙЗЕРЫ ВО ВСЕХ РЕГИОНАХ УКРАИНЫ**
- **РУКОВОДИТЕЛИ ПРОЕКТА:**
бизнес-консультанты,
специалисты в области HR-технологий.



**Где можно получить
больше информации?**

WWW.RETAIL-UA.COM

Mystery Shopping

Маркетинговая методика на службе у
HR специалиста