

# 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**

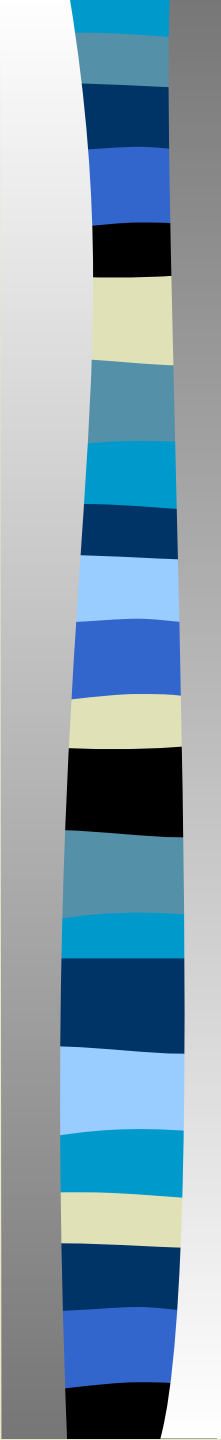
# ЧТО ПОТОМ?

## *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](http://WWW.RETAIL-UA.COM)**

# Mystery Shopping

Маркетинговая методика на службе у  
*HR специалиста*