

Специализированное агентство

**«*Mystery Shopping
Agency*»**

64 городов РФ

Цели проекта

Метод «Таинственный покупатель» позволяет определить ключевые направления в совершенствовании системы сервиса, обучении персонала и мотивировать сотрудников, занятых обслуживанием клиентов, на более качественное и добросовестное выполнение своих должностных обязанностей, а также достоверно оценить:

- Качество обслуживания Вашей компанией. Таинственные Покупатели в роли клиентов посещают торговую точку и затем, завершив визит, заполняют оценочную форму и дают свои комментарии относительно сервиса - для выработки стратегии развития и планирования проведения PR-акций;
- Лояльность к бренду;
- Технику продаж;
- Профессиональную компетентность и добросовестность отдельных сотрудников;

Цели проекта (продолжение)

- **Работу мерчандайзеров;**
- **Качество телефонного диалога сотрудника или сервис-центра;**
- **Внешний вид, внутреннее оформление офиса, магазина, ресторана и качество товара;**
- **Внешний вид обслуживающего персонала;**
- **Осведомленность обслуживающего персонала о предлагаемой продукции;**
- **Насколько выполняются принятые стандарты обслуживания клиентов;**
- **Насколько принятые стандарты соответствуют потребностям клиентов.**

«Я и мой конкурент – кто лучше?!»

- В случае если Вы и Ваш конкурент работаете в одной ценовой категории, предоставляете схожие услуги или товары мы предлагаем Вам провести проект «Я и мой конкурент – кто лучше?!». Данный проект основан на исследовании «Таинственный покупатель». Реализация проекта позволит Вам увидеть слабые стороны Вашего конкурента и, исходя из этого, целенаправленно обучить Ваш персонал, если необходимо разработать положение о наборе персонала, должностные инструкции, стандарты обслуживания и решения конфликтных ситуаций; которые поставят Вас на порядок выше Вашего конкурента.

Описание

- «Таинственный Покупатель» (Mystery Shopper) – это маркетинговое исследование, проводимое для оценки качества обслуживания с помощью специалистов, выступающих в роли покупателя (клиента). Таким образом, осуществляется прямое наблюдение за сотрудниками, при полном соблюдении секретности и неожиданности проверки. Оценка производится по предварительно разработанным критериям и заранее подготовленному сценарию поведения для каждого специалиста-покупателя. Подготовленный нами специалист отмечает факты обслуживания и заносит результаты в специальную анкету. Далее эти данные анализируются и формулируются предоставляемые Вам выводы о качестве обслуживания клиентов Вашей компанией в целом и конкретно о работе каждого оцененного сотрудника. Также для Вас разрабатываются рекомендации по улучшению сервиса, предлагающие наиболее эффективные и быстрые способы достижения поставленных целей.

Достоинства

- **Обладая рядом неоспоримых достоинств, исследование «Таинственный покупатель» на протяжении последних 20 лет успешно используется зарубежными компаниями:**
 - 1. Проводиться объективная и комплексная оценка работы персонала, занятого обслуживанием клиентов, прямо на рабочем месте. Сотрудники не подозревают, что их оценивают – они считают, что обслуживают обычного клиента. Поэтому на результат оценки не влияет их старание показать себя в лучшем свете, как происходит при применении традиционных форм оценки;**
 - 2. Метод позволяет оценить как конкретных сотрудников, так и систему обслуживания клиентов в целом (например, адекватность и полноту принятых в Вашей компании стандартов сервиса);**
 - 3. Персонал, информированный о том, что «Таинственный покупатель» - это регулярная процедура, применяющаяся в Вашей компании, гораздо ответственнее выполняет свои обязанности, ведь любой покупатель может на самом деле оказаться контролером.
Метод «Таинственный покупатель» - это действенный инструмент для построения лояльности Ваших клиентов, позволяющий в кратчайшие сроки мотивировать Ваш персонал на предоставление отличного сервиса.**



Организация

Качественные подготовка и проведение исследования «Таинственный покупатель» - сложные процессы, состоящие из ряда этапов, описанных ниже:

- **1. Постановка целей.**
Все дальнейшие шаги процедуры «Таинственный покупатель» зависят от того, что нужно получить в результате. В частности, в зависимости от поставленных целей определяется и количество посещений.
- **2. Составление легенд и подготовка сценария.**
Грамотно составленная легенда таинственного покупателя – одна из важнейших элементов процедуры. Легенда должна быть достоверной для персонала, который будет оцениваться. Она включает в себя некоторый сценарий или ситуацию, которую разыгрывает таинственный покупатель. Эта ситуация должна отражать значимые аспекты обслуживания клиентов, чтобы в первую очередь дать именно им адекватную оценку. Краткие примеры наиболее распространенных легенд: узнать о продукте или услуге, совершить покупку, предварительно получив исчерпывающую консультацию о свойствах и функциональности товара, обменять или вернуть товар. Всегда составляются легенды, близкие к реальной ситуации.



Организация

- **3. Составление системы оценки и бланков анкет.**

В зависимости от поставленных Вами целей определяются параметры, которые нужно оценить. Состав параметров утверждается исходя из данных или гипотез о том, что важно для клиентов при обслуживании в Вашей компании, а также из принятых у Вас стандартов обслуживания клиентов. Так же сразу определяется шкала оценки, весомость каждого из параметров и способ подсчета общего балла.
- **4. Подбор «таинственных покупателей».**

Выбор «таинственных покупателей» происходит по составленной с учетом специфики деятельности Вашей компании системе критериев (например: пол, возраст, семейное положение, социальный статус, определенный уровень доходов, профессиональная принадлежность и т.п.). Как правило, подбираются «таинственные покупатели», которые сами нуждается в определенном товаре или услуге. Обширная база ТП позволяет в сжатые сроки отобрать агентов, которые максимально соответствуют Вашей целевой аудитории.
- **5. Инструктаж «таинственных покупателей».**

Инструктаж освещает легенду; вопросы, которые необходимо задать проверяемому сотруднику; детали, на которые нужно обратить особое внимание; ситуации, которых нужно избегать и т.д. Если в компании существуют стандарты обслуживания клиентов, и одна из целей оценки – проверить, насколько они выполняются, мы знакомим «таинственных покупателей» с этими стандартами. Также проходит обучение правилам выставления оценок и заполнения анкет. Определяются места и время посещения. Инструктаж проводит менеджер по обучению КГ «АВИЛИР»



Организация

- **6. Проведение оценки и заполнение анкет.**
Заполнение анкеты происходит сразу после посещения, чтобы были зафиксированы детали, которые потом могут забыться. В подобной оценке очень важен эмоциональный фактор - если между проведением оценки и заполнением анкеты пройдет много времени, эмоциональный настрой изменится, и оценка получится не такой качественной.
- **7. Сбор полученной информации.**
Проверяется правильность заполнения собранных анкет, и уточняются интересующие моменты.
- **8. Интервью с «таинственными покупателями».**
Проводиться и индивидуально с каждым (позволяет детализировать информацию о конкретном Вашем сотруднике), и в форме групповой дискуссии (стимулирует «таинственных покупателей» к более объективной и детальной оценке).

Организация

- 9. **Обработка результатов оценки и формулирование выводов.**
В соответствии с принятой на третьем этапе системой оценки полученные по каждой анкете результаты сводятся воедино, HR специалисты анализируют аудио записи, сравнивают соответствие последней с анкетными данными. На основе первичной информации рассчитываются средневзвешенные значения оценок по каждому параметру, по группам параметров и общие оценки. Таким образом вычисляется числовая характеристика качества обслуживания клиентов. Далее на основании количественных показателей делаются качественные выводы.
- 10. **Анализ данных и рекомендации Вашей компании.**
На основе анализа собранных данных наша компания предоставляет Вам отчет. Отчет подразделяется по 2 показателям: качественный и количественный, персонифицированный и сводный. Также к отчету прилагаются рекомендации.

Выполнение

- Стоимость и сроки проведения исследования зависят от многих условий – учитывается сфера деятельности Вашей компании, цена предоставляемых Вами услуг или продукции, способ контроля – личные встречи или общение по телефону, объем отчета, наличие специальных требований к «таинственным покупателям» (например глубокое понимание специфики товара, внешний вид, антураж, знание иностранного языка). Минимальная стоимость-500 рублей за посещение.
- Подробный прайс-лист услуги для Вашей компании Вы можете получить, заполнив и отправив нам данную форму

Результаты

Проведение исследования и выполнение предоставленных нами рекомендаций позволит Вам:

- Узнать реальное положение дел в Вашей компании;
- Увеличить уровень продаж до 20% в результате корректировки или разработки системы качества обслуживания. Она может включать в себя стандарты сервиса, регламенты поведения, процедуры рабочих операций, формы и регламент заполнения документов и пр.;
- Принять обоснованное решение о необходимости проведения семинаров или тренингов, нацеленных на конкретные моменты, требующие улучшения;
- Отследить и предотвратить случаи воровства;
- Знать конкурентов «изнутри».

Контактная информация

Головной офис Санкт-Петербург:

- Тел/факс: (812)572-18-42
- Тел: (812)572-18-32
- ✉ E-mail: mail@mystery-agency.ru
- Internet: www.mystery-agency.ru
- Наш адрес:
Санкт-Петербург, Лиговский проспект. 73
Бизнес-центр: Лиговка, 6 этаж, оф. 617
- График работы:
ПН-ПТ: 10.30-18.30
СБ, ВС: выходной.

Представитель в Москве:

Алексей Казусев
8 906 0660055