

# Mystery Shopping

# Зачем нужен Mystery Shopping?



**Методика Mystery Shopping** –универсальный инструмент помогающий определить, насколько действия персонала соответствуют фирменным стандартам компании, насколько сотрудники лояльны к компании, определить проблемное поле в работе персонала.

Методика Mystery Shopping ориентирована на решение задач, которые стоят перед отделом персонала, отделом маркетинга, менеджментом компании

# Задачи Mystery Shopping



# Mystery Shopping

(по методам проведения)

Посещение торговой точки

Посещение офиса/ деловая встреча с сотрудниками компании

Mystery Calls  
(телефонные звонки)

e-mail запросы



# Mystery Shopping (по задачам)

Проверка стандартов качества обслуживания

- Производится проверка стандартов качества обслуживания (включая ответы по телефону)

Проверка честности персонала

- Производится проверка честности персонала как в отношении клиентов в ходе обслуживания, так и в отношении владельца бизнеса.

Проверка бизнес процессов, связанных с взаимодействием с Клиентом

- Производится проверка качества работы различных служб компании с целью поиска «слабого звена»

Оценка уровня конкурентоспособности

- Производится анализ положения фирмы на рынке и сравнение ее с текущими конкурентами в части работы с покупателями.

«Свободный выбор»

- Производится сравнение предложений фирмы и качества обслуживания с ситуацией у текущих конкурентов, при этом «шoppers» не имеют информации, кто является заказчиком исследования, и осуществляют "свободный выбор" между ним и конкурентами.

## Проверка стандартов качества обслуживания

- Производится проверка стандартов качества обслуживания (включая ответы по телефону)

### Задачи:

- Определить, насколько действия персонала соответствуют фирменным стандартам компании.
- Выявить «слабые» и «сильные» стороны работы персонала.
- Выявить «зоны роста» сотрудников (потенциал для улучшений).

Посещение  
торговой точки

Mystery Calls

E-mail запрос

Совмещение  
вариантов  
проверки

**Результат:** Заказчик получает не только отчет по соблюдению сотрудниками стандартов, но и рекомендации по улучшению качества обслуживания.

## Проверка честности персонала

- Производится проверка честности персонала как в отношении клиентов в ходе обслуживания, так и в отношении владельца бизнеса.

### Задачи:

- Определить факторы, влияющие на честность персонала.
- Выявить факты и ситуации «нечестного» отношения к клиенту/ владельцу компании.

**Результат:** Заказчик получает полную информацию по честности персонала, а также рекомендации по избежанию подобного поведения со стороны персонала.



## Проверка бизнес процессов, связанных с взаимодействием с Клиентом

- Производится проверка качества работы различных служб компании с целью поиска «слабого звена»

### **Задачи:**

- Получить информацию о выполнении стандартов различными службами персонала.
- Выявить основные ошибки, ведущие к сбоям в функционировании компании.
- Выявить «узкие места» в бизнес-процессах компании.
- Выявить «проблемные зоны» в общении с Клиентом.

**Результат:** Заказчик получает полную информацию о функционировании служб и подразделений компании, существующих проблемах, а также рекомендации по успешной оптимизации функционирования той или иной службы.

## Оценка уровня конкурентоспособности

- Производится анализ положения фирмы на рынке и сравнение ее с текущими конкурентами в части работы с покупателями.

### Задачи:

- Сравнить уровень сервиса компании-Заказчика с уровнем сервиса основных конкурентов.
- Выявить основное конкурентное преимущество каждого из конкурентов.
- Выявление «слабых зон» и «сильных зон» сервиса каждого из конкурентов.



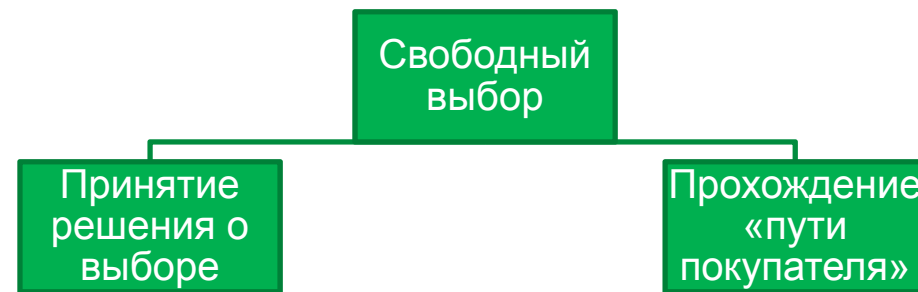
**Результат:** Заказчик получает полную информацию о уровне сервиса, работе отдельных служб Конкурентов, что дает возможность разрабатывать и внедрять конкурентные преимущества.

## Свободный выбор

- Производится сравнение предложений фирмы и качества обслуживания с ситуацией у текущих конкурентов, при этом «шопперы» не имеют информации, кто является заказчиком исследования, и осуществляют "свободный выбор" между ним и его конкурентами.

### Задача:

- Выявить конкурентные преимущества сервиса каждого из рассматриваемых игроков рынка на основе мнения РЕАЛЬНЫХ потребителей.



«Тайные покупатели» – реальные клиенты, которые на основании объективных характеристик компании/ услуги/ сервиса делают выбор в пользу одной из компаний

«Тайные покупатели» полностью проходят путь покупателя - от поиска компании в интернете и справочниках, оценки информации на сайте и получения телефонных консультаций до упаковки и доставки товара клиенту

# Этапы проекта

Изучение фирменных стандартов компании

Разработка фирменных стандартов компании

Разработка оценочного листа

Подбор и обучение «Тайных покупателей» исходя из специфики сферы деятельности

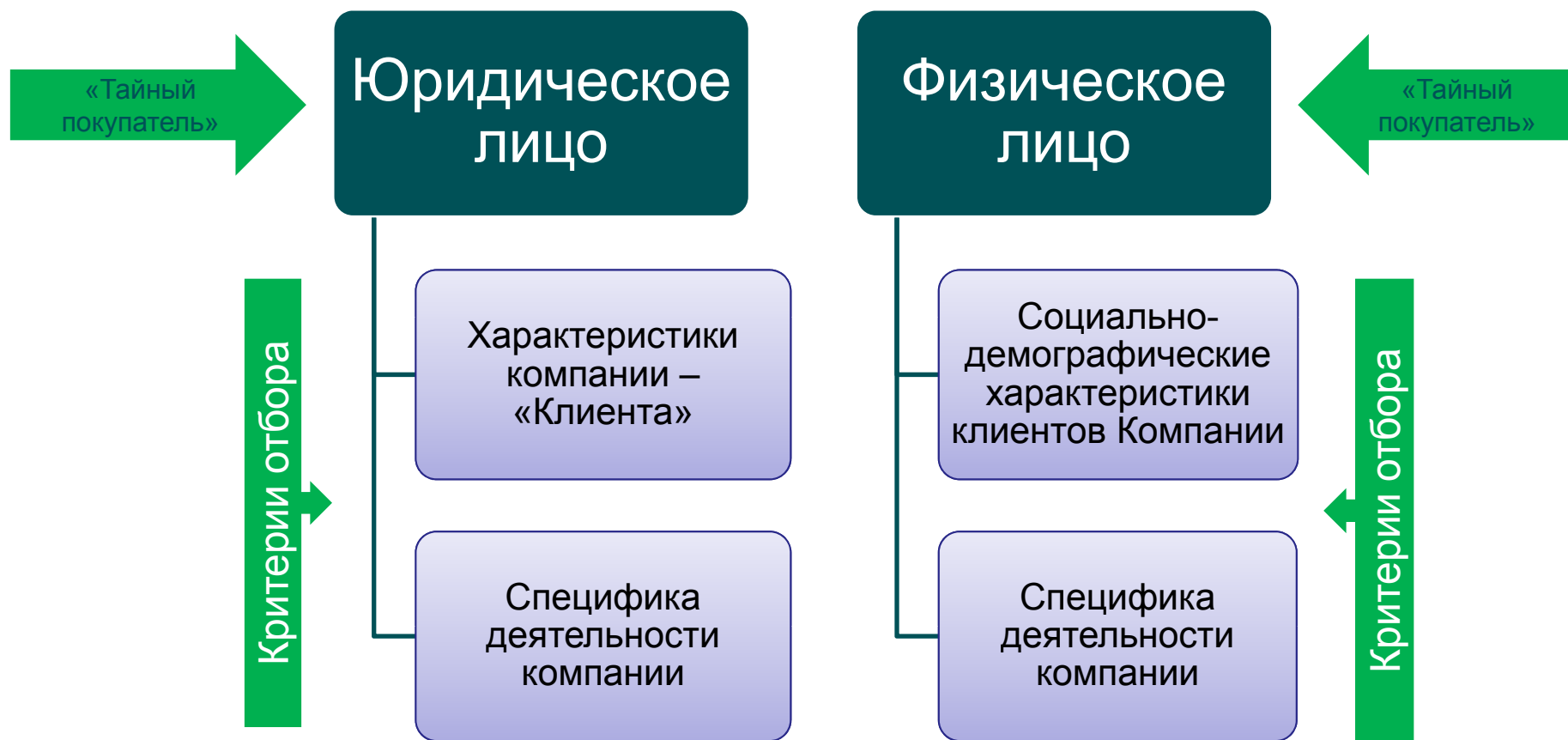
Легендирование

Согласование графика визитов

Проведение исследования

Написание аналитического отчета с рекомендациями

# Подбор «Тайных покупателей»



# Обучение «Тайных покупателей»

Обучение «Тайных покупателей» происходит с учетом специфики деятельности Компании и включает в себя:

- Изучение корпоративных стандартов, утвержденных компанией-Заказчиком.
- Проигрывание ситуаций проверки по подготовленным легендам в режиме реального времени.



Компания Big Fish Consulting имеет наработанную базу «Тайных покупателей», которая постоянно пополняется.

Главное требование к персоналу – ответственность, честность, пунктуальность, коммуникабельность. С каждым потенциальным кандидатом мы лично встречаемся и интервьюируем. Нам важно понять, соответствует ли данный кандидат выполняемой

задаче.

# Критерии оценки\*

## Объективные оценки

- Встреча клиента
- Выявление потребностей Клиента
- Консультирование Клиента
- Работа с возражениями Клиента
- Обслуживание
- Прощание с Клиентом
- Внешний вид персонала
- Внешний вид локации
- Поведение персонала

## Субъективные оценки

- Эмпатия
- Комфортабельность локации
- Оценка удовлетворенности работой менеджера
- Оценка удовлетворенности внешним видом персонала
- Общие комментарии

*\*Анкета составляется с учетом фирменных стандартов по обслуживанию клиентов.*

# Предоставление отчета

Отчет представляется в виде презентации PowerPoint.

Заказчику на выбор может предоставляться:



**Вариант 1:** Статистический отчет: т.н. сводная ведомость, в которую внесены все анкеты - включает в себя обработанные анкетные данные по итогам визитов проверяющих с диаграммами и динамикой статистических показателей за месяц по каждому из проверяемых объектов и сводный в целом.

**Вариант 2:** Аналитический отчет, включающий в себя количественный отчет и описательную часть (оценка независимых экспертов по состоянию дел в каждом проверяемом объекте и в целом).

# Мы приглашаем Вас к сотрудничеству!



Мы будем рады встретиться с Вами и более подробно обсудить возможности сотрудничества. И если у Вас возникнут какие-то вопросы, мы с удовольствием на них ответим.

Вы можете связаться с нами любым удобным для Вас способом.

тел. + 375 44 772-02-91;  
e-mail: [bfc@bigfish-consulting.com](mailto:bfc@bigfish-consulting.com)  
web: [www.bigfish-consulting.com](http://www.bigfish-consulting.com)

# О компании Big Fish Consulting

**Big Fish Consulting** – это компания, специализирующаяся на решении маркетинговых задач для продвижения товаров и услуг.

В нашей команде – профессионалы-практики, работающие в сфере маркетинга с 1995 года с международными и локальными брендами на рынках Беларуси, России, Украины и других стран. Клиенты Big Fish – это компании с самыми смелыми амбициями и лидерским потенциалом. Наша цель – помочь этот потенциал реализовать.

Победы клиента – это подтверждение нашего профессионализма и победа нашей общей команды. Нам уже доверили свои проекты:



Спасибо за внимание

**BigFish** {  
Consulting

Tel.: +375 (44) 7 78 00 98  
Korolya str, 51-18, Minsk  
220004, Belarus