

Сегодня ни кого не удивишь новым термином Mystery Shopping - услугой, которая бытует на украинском рынке маркетинга с 2004 года.

Методика Mystery Shopping также известна под названием Secret Shopper, Таинственный Покупатель, Таинственная Покупка. Mystery Shopping – эффективный инструмент выявления уровня компетенции и коммуникабельности персонала компаний, а также уровня мерчандайзинга в компаниях, связанных с обслуживанием клиентов.

Основными пользователями данной услуги являются HR – менеджеры, маркетологи, руководители высшего звена компаний.

В западных странах методика очень популярна и широко применяется в течение многих лет, но в Украине ее развитие началось недавно. Это связано с тем, что в сферах обслуживания наметились значительные изменения:

- развились современные формы обслуживания;
- стали активно использоваться и применяться западноевропейские стандарты и технологии;
- повысились требования к уровню обслуживания клиентов.

С ростом конкурентного рынка, возрастает потребность в объективной оценке уровня обслуживания клиента. В связи с конкуренцией объемы продаж компании непосредственно зависят от качества обслуживания клиентов.

К сожалению, современные реалии таковы, что в большинстве компаний работа персонала с клиентами имеет определенные недостатки, может быть, рожденные традициями «совковой» торговли, или из-за отсутствия определенных стандартов качества обслуживания, или по какой – либо другой причине. В самых негативных случаях это может привести к падению доверия клиентов к компании, к уменьшению ее гудвила.

Для исправления, а особенно для недопущения данной ситуации при развитии бизнеса, необходимо всерьез задуматься о причинах, связанных с обслуживанием клиентов, которые могут привести к негативным результатам. Незаменимым помощником в этом случае выступает методика Mystery Shopping, которая нацелена на выявление подобных факторов.

Анализ данных исследования, проведенного по методике Mystery Shopping, помогает принимать правильные управленческие решения для достижения стратегических целей компании, таких как: увеличение уровня продаж, повышение лояльности клиентов, формирование позитивного отношения к компании, повышение квалификации персонала. Иными словами, результаты исследования позволяют устранять внешние недочеты в работе организации, что ведет к оптимизации ее внутренних процессов.

Многие компании, которые развивают направление Mystery Shopping в Украине,

сталкиваются с определенными трудностями ведения проектов. Связано это с тем, что еще не выработаны четкие стандарты и методики проведения исследований, а также не существует единой системы менеджмента проектов данной услуги в компании. Остановимся на типичных случаях в работе провайдеров услуги Mystery Shopping.

Один из начальных этапов в предоставлении услуги Mystery Shopping – это наполнение и ведение базы тайных покупателей. Тайные покупатели ищутся с помощью тематических изданий, объявлений в Интернете и т.д., а резюме кандидатов собираются в произвольной (иногда единой) форме с помощью телефонного интервьюирования либо посредством электронной почты. База тайных покупателей ведется в печатной либо электронной форме в виде отдельных файлов, что в последующем затрудняет поиск кандидатов по необходимым критериям. Кроме того, подобные базы требуют постоянного обновления и актуализации, в случае нерегулярности проектов.

Очень часто в проектах к тайным покупателям выдвигаются определенные требования: возраст, пол, наличие автомобиля, фотоаппарата и прочие; данные требования обуславливаются целевой аудиторией компании – заказчика. При отсутствии единой унифицированной базы данных поиск кандидатов, согласно выдвинутым требованиям, затруднен.

Приглашение тайных покупателей в проект осуществляется персонализировано с помощью электронной почты или телефонного звонка, что приводит к большим временным затратам, этот фактор играет роль, если на проекте задействовано большое количество тайных покупателей.

Отдельным вопросом при проведении исследования по методике Mystery Shopping выступает обучение и проверка знаний тайных покупателей. Недопустима ситуация, при которой визит осуществляется без предварительной подготовки и конкретизации требований к оценке. Возможны случаи, когда кандидаты получают предварительный инструктаж в телефонном режиме либо через электронную почту в виде файла – инструкции, а проверка знаний осуществляется опять же с помощью телефона либо непосредственно в офисе компании – провайдера, что увеличивает сроки проведения проекта.

При проведении проектов Mystery Shopping, охватывающих города, в которых нет представительства компании – провайдера, привлекаются посредники для проведения подбора и обучения кандидатов на проведение оценки, сбора и контроля данных оценок.

Особенно остро стоит проблема получения и контроля результатов оценок тайных покупателей со стороны компании – провайдера и компании – заказчика в следующих аспектах: корректность заполнения анкет, своевременность осуществления визита, оперативность получения данных. Опять же используются ставшие уже привычными методы: телефонные звонки и электронная почта, что исключает своевременную проверку и контроль оценок. В неавтоматизированной системе практически невозможно проконтролировать работу большого количества тайных покупателей. Возможны

проекты, которые характеризуются сбором данных в конце при формировании финальных отчетных документов.

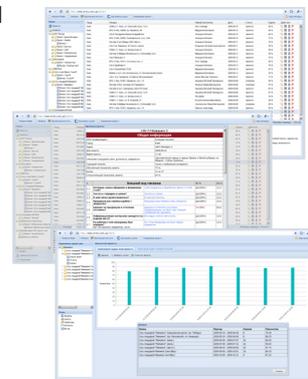
Самым главным этапом при проведении проекта Mystery Shopping является формирование отчетных документов, на основании которых принимаются решения компанией – заказчиком. Особое внимание необходимо обратить на подготовку результатов оценок к анализу. Чаще всего, при отсутствии специальных средств формирования аналитических данных, результаты оценок вручную заносятся в электронные таблицы, а результирующие диаграммы и графики строятся на основании этих таблиц. Также стоит обратить внимание на применение приоритетной сетки к полученным результатам. В данном случае огромную роль играет человеческий фактор, что в сумме приводит к потере данных и большой погрешности в результатах исследования.

Некоторые компании – провайдеры услуги Mystery Shopping в Украине пытаются оптимизировать процессы проведения исследований с помощью разработки специального программного обеспечения. Однако большая часть этих программных продуктов охватывает лишь определенные участки всего процесса предоставления услуги Mystery Shopping, что позволяет оптимизировать процессы лишь на отдельных этапах. Примером может служить ведение единой базы данных тайных покупателей или создание сервиса заполнения анкет с помощью Интернет – технологий.

Первые решения, которые полностью охватывают весь процесс предоставления услуги Mystery Shopping, пришли к нам из западного рынка. Такие программные продукты характеризуются насыщенной функциональностью позволяющей автоматизировать и оптимизировать все этапы проведения проектов Mystery Shopping. Однако данные системы характеризуются высокой арендной стоимостью, затрудненной технической поддержкой и отсутствием адаптации под украинский рынок.

С недавнего времени подобную систему начала предлагать отечественная компания «ADV Energy». Предлагаемая система «2MS» является программным продуктом, который охватывает весь процесс ведения проектов Mystery Shopping и учитывает как зарубежный многолетний опыт, так и современные реалии отечественного рынка.

Программный продукт «2MS» (www.2ms.com.ua) является очень гибким и



«2MS» характеризуется следующими свойствами:

1. **Полная автоматизация** – весь процесс проведения исследования, начиная от запуска проекта до его окончания, максимально автоматизирован, что позволяет компании – провайдеру проводить большие объемы исследований при минимальном привлечении человеческих ресурсов.

2. **Избирательность** – наличие возможности подбора Тайных Покупателей согласно целевой аудитории из единой базы данных. Тайные покупатели обязательно проходят обучение и тестирование перед выполнением оценки. Исходя из условий проекта Mystery Shopping, кандидатов привлекает и проводит отбор к проекту компания – провайдер услуги.

3. **Универсальность** – создание оценочной анкеты тайного покупателя произвольной сложности. В начале проекта в анкету закладывается приоритетная сетка, также предусмотрено изменение весовых коэффициентов сетки в ходе проекта, что позволяет автоматически отображать и контролировать результаты оценки, менять приоритеты исследования.

4. **Оперативность** – online-система, позволяющая в режиме реального времени отображать данные анкет тайных покупателей и согласно полученным результатам формировать отчеты и аналитические графы и диаграммы.

Тенденции развития рынка услуги Mystery Shopping в Украине позволяют спрогнозировать, что в недалеком будущем компании – провайдеры не смогут проводить качественные исследования без определенной оптимизации бизнес – процессов предоставления услуги, что в свою очередь повлечет за собой внедрение специализированных комплексных решений. С ростом рынка предложений, ключевую роль будет играть не только на качество ведения проектов, но и на себестоимость самой услуги.

адаптивным решением и позволяет проводить проекты произвольных сложностей и требований к методике оценки. Система построена на современных web – технологиях и предоставляет большие возможности для компаний – провайдеров услуги Mystery Shopping и их клиентов.