

Pirkėjų srautuose – slaptų užduočių vykdytojai

Rūta Slušnytė, Savaitraštis „Panorama“
2006 liepos mėn. 9 d. 12:56

Jie nemokamai apsiperka, maitinasi, keliauja ir kartais netgi eina į kiną. Dar daugiau – už tokį gyvenimo būdą jiems mokamas atlyginimas. Tokia prabanga mėgaujasi slaptieji pirkėjai – populiarėjančio Lietuvoje užsiėmimo atstovai, padedantys įvairių sričių bendrovėms įvertinti personalo darbą.

Slaptųjų pirkėjų darbas paslaptingas atrodo tik iš pirmo žvilgsnio. Iš tikrųjų šios veiklos esmė – gana paprasta: tyrimai, pagrįsti slaptųjų pirkėjų stebėjimais ir ataskaitomis, padeda kompanijoms įvertinti savo veiklą nešališkomis kliento akimis.

Slaptieji pirkėjai lankosi bendrovėse arba skambina jų darbuotojams telefonu tarsi eiliniai klientai ir vėliau pateikia savo pastabų apie aptarnavimą.

„Tai ne šnipinėjimas, o tam tikras kompanijos darbo vidinės kontrolės įrankis. Slaptųjų pirkėjų tyrimai gali būti ir paviršutiniški, ir labai sudėtingi, atverti opiausias bendrovių darbo vietas“, – savaitraščiui „Panorama“ sakė bendrovės SPECT vadovė Jurgita Adomaitytė.

Slaptųjų pirkėjų vizitai ypač dažni prekybos centruose, drabužių ir avalynės parduotuvėse, maitinimo įstaigose, viešbučiuose, automobilių pardavimo ir aptarnavimo centruose, degalų prekybos įmonėse. Šiuos tyrimus dažnai užsako telekomunikacijų, farmacijos bendrovės bei finansų įstaigos – bankai ir draudimo įmonės.

„Būti slaptąja pirkėja nėra pagrindinis mano darbas, veikiau – hobis. Vis tiek su šeima einame apsipirkti, bet šiuo atveju dar ir gauname už tai pinigų“, – pasakojo Svajonė, norėjusi išsaugoti savo pavardę paslapyje. Toks noras – suprantamas, mat vienas svarbiausių reikalavimų slaptiesiems pirkėjams – nebūti atpažintiems. Svajonė neslėpė, kad prekes ar paslaugas ji renkasi ilgai ir atidžiai: „Tai tarsi gyvenimo būdas – apsipirkdama išmėginu savo derybinius įgūdžius“.

Už vieną vizitą, atsižvelgiant į jo sudėtingumą ir užsakovų suformuluotą užduotį, slaptasis pirkėjas gali gauti nuo dešimties iki kelių šimtų litų. Kartais ir patirtis tampa savotišku atlyginimu – pavyzdžiui, jei slaptajam pirkėjui tenka skristi tyrimą užsakiusios oro bendrovės lėktuvu ar lepinintis laisvalaikio viešbučio apartamentuose.

Dažniausiai slaptąjo pirkimo tyrimuose dalyvaujantys žmonės turi pagrindinius darbus ir slaptaisiais pirkėjais tampa tik laisvu metu. „Galiu pasirinkti patogų vizito laiką, vietą, krūvį“, – šio užsiėmimo privalumus vardijo Svajonė.

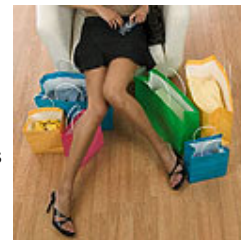
Dažnai slaptaisiais pirkėjais tampa visa šeima – tvarkydami savo reikalus šeimos nariai taip pat atlieka užsakymą bei pateikia išsamią ataskaitą apie aptarnavimą. Tai gali tapti papildomu pajamų šaltiniu motinoms, namuose auginančioms vaikus – kai kuriuos vizitus slaptosios pirkėjos gali atlikti su atžalomis.

Pasak savaitraščio „Panorama“ pašnekovų, slaptųjų pirkėjų tyrimai atskleidžia, kad klientų aptarnavimo lygis Lietuvoje nėra aukštas. Geriau aptarnaujama didmiesčiuose, gerokai prasčiau – regionuose. Pasitaiko kurioziškų situacijų. Slaptieji pirkėjai užfiksuoja, kaip bendrovių biuruose vidury dienos gerkšnojamas alus arba kaip konsultantai pašnibždomis skundžiasi kolegoms: „Niekaip negaliu atsikratyti šito kliento!“

Slaptieji pirkėjai specialiai apmokomi įvertinti aptarnavimą, pildyti išsamius anketas ar rašyti ataskaitas. Dažniausiai tai žmonės su aukštuoju išsilavinimu, kartais – studentai. Reikalavimai: raštingumas, loginis mąstymas, gera atmintis. Slaptieji pirkėjai neturi išsiskirti iš bendro srauto, neturi būti itin irzlūs, priekabūs ir konfliktiški. Slaptaisiais pirkėjais dažniausiai tampa 26–35 metų žmonės, bet yra ir jaunesnių ar gerokai vyresnių, pavyzdžiui, pensininkų.

Slaptieji pirkėjai, be kita ko, įsipareigoja nepasakoti įspūdžių apie vizitus ir neskleisti neigiamos informacijos apie bendrovę. Bendrovių, kurios savo veiklai gerinti pasitelkia slaptųjų pirkėjų tyrimus, darbuotojai yra apie tai įspėjami. Dėl to kartais kyla juokingų situacijų, kai darbuotojai sakosi jau atpažinę slaptąjį pirkėją, nors tyrimas dar net neprasidėjęs.

Slaptųjų pirkėjų tyrimų, pasaulyje žinomų anglišku „mystery shopping“ pavadinimu, ištakos siekia 1940-uosius. Manoma, šį verslą JAV pradėjo buvę policijos pareigūnai, tokiu būdu kovoję su darbuotojų ir klientų vagystėmis iš prekybos centrų. Dabar pasaulyje dirba per 1000 tokius tyrimus atliekančių bendrovių. Šis metodas itin populiarus JAV – ten slaptieji pirkėjai neretai naudojasi slaptomis vaizdo ir garso įrašymo priemonėmis.



Corbis/Scanpix