

VÄLJAVÕTE AMETLIKEST OSTUMÜSTEERIUMI (MYSTERY SHOPPING) MSPA JUHISTEST

Kohaldatav Euroopas, Aafrikas, Aasia ja Vaikse ookeani ning Lõuna-Ameerika piirkonnas

Ajakohastatud aprillis 2011

Kõik juhised on saadaval koos MSPA eetikakoodeksiga (inglise keeles) aadressil www.mspa-eu.org/en/ethics.html.

Variatsioonide või vasturääkimiste esinemise korral originaal ning tõlketekstis, loetakse kehtivaks ingliskeelset versiooni.

KOHUSTUSLIK! Palun kontrollige ostumüsteeriumile kohaldatavaid kohalikke andmekaitse, privaatsusega seotud, seaduslikke, sotsiaalseid, maksualaseid ja eetilisi küsimusi igas riigis, kus teostate ostumüsteeriumi programme, olenemata teie ettevõtte päritolumaast.

1 - Eetilised põhimõtted

- Ostumüsteeriumi projekti eesmärk on anda juhtimisteavet protsesside ja/või teenuse kvaliteedi kohta koolitusplaanide ja teenuse parendamiseks ning seeläbi kliendi rahulolu ja lojaalsuse suurendamiseks.
- Ostumüsteeriumi aruandeid ei tohi kasutada ainsa õigustusena noomituste ja/või töölt vabastamiste kohta.
- Ostumüsteeriumi ettevõtte peab tagama, et nende klient on teadlik käesolevate juhiste sätetest ning saama nõusoleku, et mõlemad pooled aktsepteerivad neid projekti alusena.

2 - Tehnilised põhimõtted

Kohustuslik

- Ostumüsteerium salvestab objektiivselt klienditeenindusviisi. Seega peab ostumüsteeriumi programm hõlmama erinevaid tingimusi, mis peegeldavad kõige paremini klientide tegelikke kogemusi.
- Ostustsenaarium peab olema loodud hindama uuringu teemaks olevat teatud müügi-, teenindus- või tegevuskäitumist. See peab olema reaalne, esindama tarbijate tegelikku käitumist ja koolitatud ostja peab olema võimeline seda usutavalt teostama.
- Ostumüsteeriumis kasutatav situatsioon peab olema ohutu selles mõttes, et nii kliendi töötajad kui ka koolitatud teststjad ei pea tegema midagi ebaseaduslikku ega ohtlikku; midagi, mis nõuaks neilt isikuandmete tahtvastast avaldamist või viiks tahtmatute registri sissekanneteni ja järelpärimisteni.
- Kliendi enda töötajaid tuleb teavitada, et nende töötamist võidakse aeg-ajalt ostumüsteeriumi teel kontrollida. Kui reguleerivad asutused või alltöövõtjad kavatsesid selliseid uuringuid kasutada teenindustasemete uurimiseks, peavad nad kindlustama, et kontrollitav pool mõistab sellise hindamismeetodi kasutamist ja teavitab sellest vastavalt oma töötajaid.
- Tulemuste eesmärged ja kavandatud kasutamist tuleb töötajatele selgitada.
- Töötajate nimed ja nende isikud võib video, helilindi jne kaudu avalikustada juhul, kui töötajaid on sellest enne teavitatud. Kuna konkurendi töötajaid ei saa uuringust teavitada, ei tohi nende isikuid avaldada.
- Kui preemiaprogrammid põhinevad tervenisti või osaliselt ostumüsteeriumi programmidel, tuleb seda töötajatele selgitada.

Saadaval on nõuandvad juhised, mis hõlmavad teisi põhimõtteid, kaasa arvatud: ostumüsteeriumid, faktiline teave, ülesande lihtsus, lühidus ja asjakohasus, töötajate teave, katseuring, töötajate püüd koolitatud ostjaid ära tunda, ülesannetepõhised töötajad, veebilehtede hinnangud.

3 - Andmete avalikustamine

Sellise avaldamise eesmärk peab keskenduma positiivse suhtumise loomisesse MSPA ja ostumüsteeriumi kui valiitse hindamisvahendi suhtes. Tulemused peaksid keskenduma parendamisele, mitte neile, kes keeva teenust on pakkunud.

Kohustuslik

➤ Teie ettevõtte alustatud ostumüsteerium:
veenduge, et pressiteade hõlmab järgmist:

- kes on programmi algataja, omanik,
- kinnitus, et programm viidi läbi MSPA liikmesettevõtte poolt,
- kinnitus, et programm viidi läbi MSPA Eetiliste Juhiste alusel,
- ostumüsteeriumi põhimõtete lühike selgitus,
- programmi üksikasjalikud tehnilised täpsustused,
- tulemuste esitamine, mida soovite avalikustada või välja anda,
- tulemustest lähtuvad parendused.

➤ Meedia ja muude (maksvate) klientide alustatud ostumüsteerium:

- selgitage kliendile uuringu eesmäärke ja tehnilisi täpsustusi,
- leppige kokku, kes omab andmeid ja kuidas neid kasutada saab,
- organisatsioonide tulemused, mis ei kuulu klientide kontrolli või juhtimise alla, ei tohi võimaldada individuaalsete osalejate (nt töötajate) identifitseerimist.

Pakume nõuandvaid juhiseid ka järgmiste teemade kohta

Tegevused enne projektiga alustamist, tegevused pärast andmetöötlust ja enne avaldamist, programmi aruannete koostamise ja tulemuste avaldamise juhised, uuringutulemuste parim rakendamine, kuidas aidata meedial kajastada just seda, mida Teie sooviksite enda kohta räägitavat jne.

4 - Kvaliteedikontroll

- Koolitatud ostjaid tuleb piisavalt juhendada ja jagada vajalikku teavet.
- Klient ja ettevõtte peavad kokku leppima järgmises: koolitatud ostja profiil, teavitamise nõuded, kohapealse järelevalve protsessid ja kvaliteedikontroll.
- Andmete valideerimise peab teostama arvuti ja/või loogikakontrolli või mistahes muu asjakohase vahendi abil.

5 - Asutuse vastutus koolitatud ostjate ees

- Kohustuslik on, et kõik koolitatud ostjad saavad kokkulepitud hüvitise iga teostatud projekti kohta ning neile makstakse tagasi raha mistahes autoriseerimis-eelsete ostude eest, mis tehti ostumüsteeriumi protsessi osana.
- Kohustuslik on teavitada koolitatud ostjaid kirjalikult makseprotsessidest ja ajast, samuti tagajärgedest juhul, kui kokkulepitud ostumüsteeriumit ei viida nõuetekohaselt läbi; sealhulgas tagajärgedest, kui mistahes kokkulepitud ostumüsteeriumi ei sooritata.