

IZRAKSTS NO OFICIĀLAJĀM MSPA PAMATNOSTĀDNĒM SLEPENĀ PIRCĒJA PĒTĪJUMU VEIKŠANĀ

Piemērojams Eiropā, Āfrikā, Āzijā, Klusā okeāna un Latīņamerikas reģionos

Atjaunots 2011. gada aprīlī

Pamatnostādņu pilno tekstu kopā ar MSPA ētikas kodeksiem (angļu valodā) var atrast vietnē www.mspa-eu.org/en/ethics.html.

Gadījumā, ja tulkojuma dēļ radušies dažādi formulējumi, šī izvilkuma angļiskā versija ir uzskatāma par pamatu.

OBLIGĀTI: lūdzu, pārbaudiet vietējos datu aizsardzības, privātuma, juridiskos, sociālos, nodokļu un ētiskos aspektus, kas attiecas uz slepenā pircēja pētījumiem katrā valstī, kurā jūs īstenojat slepenā pircēja pētījumus, neatkarīgi no tā, kas ir jūsu uzņēmuma izcelsmes valsts.

1 - Ētiskie principi

- Slepenā pircēja projekta mērķis ir sniegt vadībai informāciju par apkalpošanas procesiem un/vai to kvalitāti, lai palīdzētu veidot apmācību plānus un veikt apkalpošanas uzlabojumus, un tādējādi palielināt klientu apmierinātību, viņu interešu aizstāvību un lojalitāti.
- Slepenā pircēja atskaites nedrīkst izmantot kā vienīgo pamatojumu atļaišanai no darba vai rājienu izteikšanai.
- Uzņēmumam, kas sniedz slepenā pircēja pakalpojumus, ir jānodrošina, ka viņu klients ir informēts par noteikumiem, kas pieņemti šajās pamatnostādnēs, un jāpanāk vienošanās, ka abas puses tos pieņem par šī projekta pamatu.

2 - Tehniskie principi

Obligāti

- Slepenā pircēja pētījums objektīvi fiksē, kā tiek veikta klientu apkalpošana. Tādēļ slepenā pircēja pētījumā ir jāiekļauj dažādi parametri, kas vislabāk atspoguļo reāla klienta pieredzi.
- Slepenā pircēja scenārijs ir jāizveido tāds, kas pārbaudītu pētījuma tematam atbilstošu pārdošanas, apkalpošanas vai darbinieka rīcību. Scenārijam ir jābūt reālistiskam, patērētāju dabisko uzvedību atspoguļojošam un tādām, ko slepenais pircējs varētu pārliecinoši īstenot.
- Slepenā pircēja pētījumā izmantotajiem scenārijiem ir jābūt drošiem, lai ne slepenajiem pircējiem, ne klientu personālam nevajadzētu darīt neko nelikumīgu vai kas viņus pakļautu jebkādam riskam un liktu pret savu gribu izpaust personīgo informāciju vai varētu būt par iemeslu viņu iekļaušanai kādos reģistros un pakļaušanai uzskaitē.
- Klienta personāls ir jāinformē, ka tā darbību laiku pa laikam var pārbaudīt, izmantojot slepenā pircēja pētījumus. Ja pārvaldošās iestādes vai apakšuzņēmēji plāno izmantot šādus pētījumus, lai pārbaudītu apkalpošanas kvalitāti, viņiem ir jānodrošina, ka pārbaudāmā puse saprot, ka tiks izmantota šī novērtējuma metode, un ka tā saviem darbiniekiem sniedz atbilstošas instrukcijas.
- Ir jāizskaidro personālam iegūto rezultātu izmantošanas mērķis un paredzētais pielietojums.
- Darbinieku vārdus vai viņu identitāti, izmantojot videomateriālu, skaņu ierakstu u.c. materiālus, drīkst atklāt tikai tad, ja darbinieki par to ir iepriekš brīdināti. Tā kā konkurentu personāls nevar tikt informēts par pētījumu, viņu identitāti atklāt nedrīkst.
- Ja prēmijas tiek piešķirtas pamatojoties uz datiem, kas pilnībā vai daļēji balstās uz slepenā pircēja pētījumu, darbinieki par to ir precīzi jāinformē.

Ir pieejamas Konsultatīvās pamatnostādnes, kas aptver citus aspektus, tai skaitā:

vairākkārtīgie slepenā pircēja pētījumi; faktiskā informācija; uzdevuma vienkāršība, ģums un atbilstība; personāla informācija; eksperimentālie testi; darbinieki, kas mēģina identificēt slepenos pircējus; līgumdarbinieki; mājas lapu novērtējumi.

3 - Datu padarīšana par publiski pieejamiem

Šādas publikācijas mērķim ir jābūt vērstam uz pozitīvas attieksmes veidošanu pret slepenā pircēja pētījumiem kā noderīgu metodi, kā arī - pozitīvas attieksmes radīšanu pret MSPA. Atzinumiem būtu jākoncentrējas uz nepieciešamajiem uzlabojumiem, nevis uz sliktas kvalitātes pakalpojumu sniedzējiem.

Obligāti

➤ Slepenā pircēja pakalpojumu sniedzēja iniciētie pētījumi:

Nodrošiniet, ka preses relīze satur šādus datus:

- Kas ir pētījuma iniciators/īpašnieks;
- Apstiprinājums, ka pētījumu īstenoja uzņēmums, kas ir MSPA biedrs;
- Apstiprinājums, ka pētījums tika īstenots saskaņā ar MSPA Ētikas pamatnostādņēm;
- Īss skaidrojums par slepenā pircēja pētījuma pamatprincipiem;
- Detalizēts pētījuma metodoloģijas apraksts;
- Tie secinājumi, ko vēlaties atklāt un publicēt;
- Uzlabojumi, kas izriet no iegūtajiem rezultātiem.

➤ Plašsaziņas līdzekļu un citu (maksājošu) klientu iniciētie slepenā pircēja pētījumi:

- Kopā ar klientu skaidri definējiet pētījuma mērķus un metodoloģiju.
- Vienojieties par to, kam pieder dati un kā tos var izmantot.
- Klienta vadībai vai kontrolei nepakļautajām organizācijām rezultāti nedrīkst dot iespēju identificēt atsevišķus dalībniekus (piemēram, darbiniekus).

Konsultatīvās pamatnostādnes ir paredzētas arī šādiem gadījumiem:

darbības pirms projekta uzsākšanas; darbības pēc datu apstrādes un pirms to publicēšanas; galvenās vadlīnijas, sagatavojot pētījuma atskaites un atklājot rezultātus; kā gūt maksimālo labumu no secinājumiem; kā palīdzēt plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem rakstīt lietas, ko vēlaties, lai par jums raksta!, u.c.

4 - Kvalitātes kontrole

- Ir jānodrošina, ka slepenajiem pircējiem tiek sniegtas pietiekamas vadlīnijas un apmācība.
- Klientam un uzņēmumam ir jāvienojas par šādiem jautājumiem: slepeno pircēju raksturojums, prasības attiecībā uz apmācību, lauka darba veikšanas pārraudzība un kvalitātes kontrole.
- Datu pārbaude ir jāveic, izmantojot datoru un/vai loģikas pārbaudes, vai jebkurus citus atbilstošus līdzekļus.

5 – Uzņēmuma pienākumi attiecībā pret slepenajiem pircējiem

- Visiem slepenajiem pircējiem ir obligāti jāsaņem norunātā samaksa par katru īstenoto projektu un izdevumu atlīdzība par jebkuriem iepriekš norunātiem pirkumiem, kas izdarīti slepenā pircēja pētījuma procesa gaitā.
- Slepenie pircēji obligāti ir rakstiski jāinformē par maksājumu procesiem un termiņiem un par sekām, kādas rodas, ja slepenais pircējs nav veicis norunātās darbības saskaņā ar atbilstošajām vadlīnijām, tostarp, par neierašanās sekām jebkurā no norunātajām slepenā pircēja pētījuma veikšanas vietām.