

IZVADAK IZ SLUŽBENIH MSPA SMJERNICA ZA TAJNO KUPOVANJE

Primjenjivo u Europi, Africi, Pacifičkoj Aziji, područjima Južne Amerike

Ažurirano u travnju 2018

Kompletne upute, zajedno s etičkim kodeksom MSPA (na engleskom jeziku), mogu se naći na <https://www.mspa-ea.org/ethics-and-standards-downloads.html>.

U slučaju odstupanja s obzirom na prijevod, engleska verzija ovog izvotka smatrat će se odlučujućom.

OBVEZNO: Molimo, provjerite pitanja lokalne zaštite podataka, pravna, društvena, porezna i etička pitanja primjenjiva za tajno kupovanje u svakoj zemlji unutar koje vršite programe tajnog kupovanja, bez obzira na matičnu zemlju vaše tvrtke.

1 - Etička načela

- Cilj tajnog kupovanja treba biti pružanje upravljačkih informacija o postupcima i/ili kvaliteti usluge, kako bi pripomoglo u planiranju obuke i poboljšanju usluge, a time ujedno i povećati zadovoljstvo kupca, podršku i vjernost.
- Izvješća tajnog kupovanja ne smiju biti korištena kao jedino obrazloženje za ukore i/ili otpuštanje.
- Tvrtka za tajno kupovanje mora se pobrinuti da je njezin klijent svjestan odredbi iz ovih smjernica, te postići dogovor da ih obje stranke prihvaćaju kao osnovu za projekt.

2 - Tehnička načela

Obvezno

- Tajno kupovanje objektivno bilježi klijentovo pružanje usluge. Stoga opseg programa tajnog kupovanja mora sadržavati niz uvjeta koji najbolje odražavaju pravo iskustvo klijenta.
- Scenarij kupnje mora biti zamišljen kako bi provjerio specifično prodajno, uslužno ili operativno ponašanje koje je predmet istraživanja. Mora biti realističan, tako da odražava prirodno ponašanje potrošača, i tajni kupac mora biti u stanju uvjerljivo ga odglumiti.
- Scenariji koji se koriste u svrhu tajnog kupovanja moraju biti sigurni utoliko što se od osoblja klijenta, kao ni od tajnih kupaca, neće tražiti da rade ništa protuzakonito ili nešto što ih dovodi u fizičku opasnost, od njih se neće zahtijevati odavanje osobnih podataka protiv svoje volje, niti će dovesti do toga da se registriraju protiv svoje volje kako bih ih se naknadno kontaktiralo.
- Osoblje klijenta mora biti upoznato s time da njihove usluge s vremena na vrijeme mogu biti provjeravane putem tajnog kupovanja. Ondje gdje regulatorna tijela ili kooperanti ovakve studije namjeravaju koristiti kako bi provjerili razine pružene usluge, moraju osigurati da stranka koja će biti provjerena shvaća da će se koristiti ova metoda procjene, te da sukladno tome savjetuje svoje osoblje.
- Osoblju se moraju objasniti ciljevi i namjeravana uporaba rezultata.
- Imena osoblja ili njihovi identiteti putem video zapisa, audio-vrpce itd. mogu se otkriti ako je osoblje prethodno obaviješteno o tome. S obzirom na to da osoblje konkurentske tvrtke ne može biti obaviješteno o istraživanju, njihov identitet ne smije biti otkriven.
- Ako se na programima tajne kupovine u cijelosti ili djelomično budu temeljili dodatni programi, to se mora pojasniti osoblju.

Dostupne su savjetodavne smjernice koje pokrivaju druga načela, uključujući:

Višestruke tajne kupovine, stvarne informacije, jednostavnost, sažetost i relevantnost zadatka, informacije o osoblju, pilot test, osoblje koje pokušava identificirati tajne kupce, osoblje koje radi na temelju provizije, vrednovanje web stranica.

3 - Objavljivanje podataka u javnoj domeni

Cilj ovakve publikacije mora biti usmjeren na stvaranje pozitivnog stava prema tajnom kupovanju kao valjanoj tehnici te na stvaranju pozitivnog stava prema MSPA. Rezultati bi se trebali usmjeriti prema poboljšanju, a ne fokusirati na pružatelje slabe usluge.

Obvezno

➤ *Tajno kupovanje koje je inicirala vaša tvrtka:*

Osigurajte da objava za tisak sadrži sljedeće:

- Tko je inicijator/vlasnik programa,
- Potvrdu da je program provela tvrtka članica MSPA,
- Potvrdu da je program proveden u skladu s etičkim smjernicama MSPA,
- Kratko objašnjenje glavnih načela tajnog kupovanja,
- Detaljne tehničke specifikacije programa,
- Prezentaciju rezultata koje želite otkriti i objaviti,
- Poboljšanja koja nastaju na temelju rezultata.

➤ *Tajno kupovanje inicirano od strane medija i drugih klijenata (koji plaćaju):*

- S klijentom jasno definirajte ciljeve studije i tehničke specifikacije,
- Usuglasite se tko je vlasnik podataka i kako mogu biti korišteni,
- Rezultati za one organizacije koji nisu pod nadzorom ili upravom klijenata ne smiju omogućiti identifikaciju pojedinih sudionika (npr. namještenika).

Priložene su i savjetodavne smjernice za sljedeće

Radnje prije početka projekta, radnje nakon obrade podataka i prije objave, ključno vođenje u pripremi programskih izvještaja te u otkrivanju rezultata, izvlačenje maksimuma iz rezultata, kako pomoći da mediji napišu stvari koje želite da budu napisane itd.

4 - Kontrola kvalitete

- Tajnim kupcima mora se dati dostatno smjernica i uputa.
- Klijent i tvrtka moraju se dogovoriti oko sljedećeg: profila tajnih kupaca, potreba brifinga, postupaka terenskog nadzora te kontrole kvalitete.
- Potvrda valjanosti podataka mora se obaviti pomoću računala i/ili logičkim provjerama ili putem bilo kojeg drugog relevantnog sredstva.

5 - Odgovornosti Agencije prema tajnim kupcima

- Svi tajni kupci obvezno moraju primiti dogovorenu naknadu za svaki poduzeti projekt, te im se moraju refundirati troškovi svih prethodno odobrenih kupovina obavljenih kao dio procesa tajnog kupovanja.
- Obvezno je sve tajne kupce pismeno obavijestiti o načinima i rokovima plaćanja, te o posljedicama neizvršavanja dogovorenih tajnih kupovanja, uključujući posljedice nepojavlivanja na bilo kojem od dogovorenih tajnih kupovanja.