

TIIVISTELMÄ MSPA EUROPEN KÄYTÄNNESÄÄNNÖISTÄ MYSTERY SHOPPINGIN KÄYTTÖÖN

Sovelletaan Euroopassa, Afrikassa, Aasian ja Tyynenmeren alueella
sekä Pohjois- ja Etelä-Amerikassa

Päivitetty huhtikuussa 2018

Käytännestä löytyvät kokonaisuudessaan osoitteesta <https://www.mspa-ea.org/ethics-and-standards-downloads.html> hdessä Mystery Shopping Providers Association -järjestön (MSPA) eettisten sääntöjen (englanniksi) kanssa. Mikäli eri kieliversioista aiheutuu tulkinnanvaraa, määrittelee tämän tiivistelmän englanninkielinen alkuperäisversio oikean sisällön.

Mystery Shopping –palveluja tarjoavan yrityksen on (yrityksen omasta alkuperämaasta riippumatta) selvitettävä aina Mystery Shopping –tutkimuksiin sovellettavat tietosuojan ja yksityisyyden suojaan liittyvät säädökset, muut lainsäädökset sekä yhteiskunnalliset, verotukselliset ja eettiset säännöt kussakin maassa, jossa aikoo toteuttaa Mystery Shopping –tutkimuksia.

1 - Eettiset periaatteet

- Mystery Shopping –projektin tavoitteena pitäisi olla tarjota johdolle tietoa prosesseista ja/tai palvelun laadusta koulutus suunnitelmien kehittämiseksi ja palvelun parantamiseksi, ja lisätä näin asiakastytyväisyyttä, yrityksen suosiota ja asiakasuskollisuutta.
- Mystery Shopping –raportteja ei pidä käyttää moitteiden ja/tai irtisanomisen ainoana perusteena.
- Mystery Shopping –palveluja tarjoavan yrityksen varmistettava, että toimeksiantaja on tietoinen näistä käytännestä, ja saatava toimeksiantajalta vahvistus siitä, että molemmat osapuolet hyväksyvät ne hankkeen pohjaksi.

2 - Tekniset periaatteet

Välttämätöntä

- Mystery Shoppingin tarkoituksena on dokumentoida objektiivisesti yritysten tuottamaa palvelua. Siksi Mystery Shopping –tutkimus on rakennettava niin, että se tuottaa tietoa mahdollisimman aidosta asiakaskokemuksesta.
- Testiskenaario on rakennettava niin, että se mittaa myyntimallien ja asiakaspalvelumallien ominaispiirteitä. Testiskenaarion tulee olla realistinen siten, että se jäljittelee kuluttajan luontevaa käyttäytymistä, ja siten mystery shoppaajan on mahdollista toteuttaa se vakuuttavasti ja luontevasti.
- Testiskenaaroiden on oltava turvallisia siinä mielessä, että toimeksiantajan henkilöstöä tai shoppaajia ei saa pyytää rikkomaan lakia tai tekemään mitään sellaista, mikä pakottaa heidät vastoin tahtoaan antamaan itsestään tietoja tai johtaa ei-toivottuun tietojen tallentamiseen ja myöhempiin yhteydenottoihin.
- Toimeksiantajan henkilöstölle on ilmoitettava, että testiasiakkaat saattavat tarkastaa ajoittain heidän tuottamansa palvelun laatua. Mikäli valvovat viranomaiset tai palvelujen ulkoistajat aikovat käyttää tällaisia tutkimuksia tarjottujen palvelutasojen tarkintaan, niiden on varmistettava, että tarkastettava osapuoli on tietoinen tämän arviointimenetelmän käytöstä ja ilmoittaa henkilöstölleen asiasta asianmukaisesti.
- Tavoitteista ja tulosten käyttötarkoituksista on kerrottava selkeästi henkilöstölle.
- Videolla, ääninauhalla tai muulla tietovälineellä esiintyvien henkilöstöön kuuluvien nimet ja/tai henkilöllisyyden saa paljastaa vain, jos henkilöstölle on siitä etukäteen ilmoitettu. Koska kilpailevan yrityksen henkilöstöä ei voida informoida tutkimuksesta, heidän henkilöllisyyttä ei saa paljastaa.
- Jos bonuspalkkion on tarkoitus perustua kokonaan tai osittain Mystery Shopping -tuloksiin, siitä on ilmoitettava selkeästi henkilöstölle.

Myös näistä aiheista on saatavana tietoa varsinaisissa käytännesäännöissä:

Toistuvat Mystery Shopping -käynnit, faktojen kerääminen, mittaustoimeksiannon yksinkertaisuuden, suppeuden sekä tehtävän olennaisuuden merkitys, henkilöstölle annettavat tiedot, pilottitutkimukset, henkilöstön yritykset tunnistaa mystery shoppaajia, provisiopalkatun henkilöstön mittaaminen, verkkosivujen arviointi.

3 - Tutkimustulosten julkistaminen mediassa

Tulosten julkistamisen tavoitteena on rakentaa positiivista kuvaa Mystery Shoppingista pätevänä tutkimusmetodin ja MSPA:sta taustaorganisaationa. Tulosten esittelyn näkökulma on palvelun kehittäminen eikä huonoa palvelua tuottavien yritysten esille nostaminen.

Välttämätöntä

➤ *Jos yrityksessäsi on käynnistetty Mystery Shopping -projekti:*

Varmista, että lehdistötiedote sisältää seuraavat tiedot:

- Tutkimuksen tilaajan/omistajan nimi
- Tieto siitä, että tutkimuksen on toteuttanut MSPA-järjestöön kuuluva yritys
- Tieto siitä, että tutkimus on toteutettu MSPA-järjestön eettisten ohjeiden mukaisesti
- Mystery Shopping –tutkimuksia koskevien periaatteiden lyhyt kuvaus
- Tutkimuksen toteutuksen kuvaus
- Sellaisten tulosten esittely, jotka halutaan julkaista
- Tulosten perusteella aikaansaadut parannukset toiminnassa.

➤ *Tiedotusvälineiden ja muiden (maksavien) toimeksiantajien tilaama Mystery Shopping - tutkimus:*

- Sovi tutkimuksen tavoitteet ja toteutuksen yksityiskohdat selkeästi toimeksiantajan kanssa.
- Sovi siitä, kenen omaisuutta tulokset ovat ja miten niitä voidaan käyttää.
- Niiden yritysten tutkimustuloksista, jotka eivät ole toimeksiantajan hallinnassa tai johtamia, ei saa tunnistaa yksittäisiä osanottajia (esimerkiksi henkilökunnan edustajia).

Myös näistä aiheista on saatavana tietoa varsinaisissa käytännesäännöissä

Toimenpiteet ennen hankkeen käynnistämistä, toimenpiteet tietojen käsittelyn jälkeen ja ennen julkaisemista, keskeinen ohjaus ohjelmaraporttien valmistelussa ja tulosten paljastamisessa, tutkimustulosten optimaalinen hyödyntäminen, tiedotusvälineiden auttaminen sellaisten asioiden mainitsemisessa, joista haluat kirjoitettavan jne.

4 - Laadunvalvonta

- Mystery shoppaajille on annettava riittävästi ohjeita ja opastusta.
- Toimeksiantajan ja tutkimusyriksen on sovittava seuraavista asioista: mystery shoppaajien profiili, ohjeistus, kenttäseurantaprosessit ja laadunvalvontatoimet.
- Datan validoimiseksi on tehtävä tarvittavat toimenpiteet

5 - Asiakasyrityksen velvollisuudet mystery shoppaajia kohtaan

- Kaikkien mystery shoppaajien on ehdottomasti saatava sovittu korvaus kaikista päätökseen saatetuista testikäynneistä ja heille on korvattava ennalta sovittut ostokset, jotka on tehty osana testikäyntiä.
- Mystery shoppaajille on ehdottomasti ilmoitettava kirjallisesti maksuprosesseista ja -aikataulusta sekä edellytettujen ohjeiden vastaisesti suoritettujen testikäyntien seurauksista. Tähän sisältyvät myös sovittujen testikäyntien tekemättä jättämisen seuraukset.