

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ОФИЦИАЛЬНЫХ РЕКОМЕНДАЦИЙ MSPA ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ УСЛУГИ "ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ"

Применимо к Европе, Африке, азиатско-тихоокеанскому региону и Латинской Америке.

Обновление от апреля 2011 года

Полный текст рекомендаций, а также этический кодекс MSPA (на английском языке) можно посмотреть на веб-странице www.mspa-eu.org/en/ethics.html.

В случае расхождения перевода с оригиналом, считать верной английскую версию.

ОБЯЗАТЕЛЬНО: ознакомьтесь с местными требованиями к защите данных, неприкосновенности частной жизни, а также с юридическими, социальными, налоговыми и этическими вопросами, применимыми к методу «Тайный покупатель» в каждой стране, где вы реализуете соответствующие программы, независимо от страны происхождения вашей компании.

1 - Этические принципы

- Целью метода «Тайный покупатель» должно являться информирование руководства о процессах и/или качестве обслуживания, чтобы помочь в реализации обучающих планов и улучшить обслуживание и, следовательно, увеличить удовлетворенность клиента, добиться его поддержки и лояльности.
- Отчеты по итогам исследования методом «Тайный покупатель» не должны использоваться в качестве единственного основания для выговоров и/или увольнений.
- Каждая компания, предоставляющая услугу "Тайный покупатель", должна проинформировать заказчика услуги о положениях настоящих рекомендаций, а также получить согласие на то, что обе стороны принимают эти положения за основу проекта.

2 - Технические принципы

Обязательно

- Метод «Тайный покупатель» объективно оценивает уровень обслуживания в исследуемой компании. Поэтому целью проекта «Тайный покупатель» должно быть исследование тех различных параметров, которые наилучшим образом отражают опыт реальных покупателей.
- Сценарий проверок должен быть разработан таким образом, чтобы оценить конкретные навыки продаж, уровень сервиса или качество выполнения различных операций, которые являются предметом исследования. Он должен быть реалистичным, соответствующим естественному потребительскому поведению и позволяющим тайному покупателю исполнять свою роль убедительно.
- Сценарии для проверок методом «Тайный покупатель» должны быть безопасными: нельзя просить персонал клиента и тайных покупателей совершать противозаконные действия или что-то, что подвергает их риску, требует раскрытия личной информации против их воли, или может привести к нежелательной регистрации их данных или последующим обращениям к ним.
- Персонал клиента должен быть оповещен, что их работа может время от времени проверяться методом «Тайный покупатель». В случае, если органы власти или субподрядчики намереваются использовать подобные исследования для проверки уровня предоставляемых услуг, они должны гарантировать, что проверяемая сторона понимает, что будет использоваться этот способ оценки, и соответствующим образом проинформирует своих сотрудников.
- Цели и предполагаемое использование результатов исследования должны быть четко разъяснены персоналу.
- Имена штатных сотрудников и их характерные черты, полученные в результате видео- и аудиозаписи или иными средствами, могут быть раскрыты в случае, если персонал был уведомлен об этом заранее. Поскольку сотрудников конкурента невозможно проинформировать о проводимом исследовании, их личности раскрывать нельзя.
- В случае, если бонусные программы основаны (полностью или частично) на результатах программ «Тайный покупатель», это следует четко объяснить персоналу.

Имеются рекомендации по другим вопросам, в числе которых:

множественные проверки методом «Тайный покупатель»; фактическая информация; простота, краткость и релевантность оценки; информирование персонала; тестовые проверки; попытки персонала «вычислить» тайного покупателя; персонал, работающий за коммиссионные; оценки веб-сайтов.

3 - Публикация данных в открытых источниках

Цель подобных публикаций должна быть ориентирована на создание положительного отношения к методу «Тайный покупатель» как к одному из обоснованных способов оценки деятельности, а также к MSPA (Mystery Shopping Providers Association – Ассоциации провайдеров услуги «Тайный покупатель»). Результаты исследований должны использоваться для улучшения деятельности компании, а не концентрироваться на низких показателях.

Обязательно

➤ *«Тайный покупатель» по инициативе вашей компании:*

Убедитесь, что в пресс-релизе содержится следующее:

- Имя/название инициатора или владельца программы,
- Подтверждение, что программа проводилась компанией – членом MSPA,
- Подтверждение, что программа проводилась в соответствии с этическими рекомендациями MSPA,
- Краткое объяснение принципов метода «Тайный покупатель»,
- Детальное техническое описание программы,
- Презентация результатов, которые вы хотите раскрыть или опубликовать,
- Улучшения, которые последовали по результатам исследования.

➤ *«Тайный покупатель» по инициативе медийных или других (платных) клиентов:*

- Четко определите с клиентом цели исследования и технические условия.
- Согласуйте, кому будут принадлежать полученные данные и как они могут использоваться.
- Результаты для организаций, кроме тех, которые находятся под контролем или под управлением заказчиков исследования, не должны позволять идентифицировать отдельных участников исследования (например, сотрудников).

Кроме того, имеются следующие рекомендации:

Действия перед началом проекта; действия после обработки данных и перед их публикацией; руководство по подготовке отчетов по программе и раскрытию результатов; получение наибольшей отдачи от полученных результатов; как помочь СМИ писать то, что вам хотелось бы, и т.п.

4 - Контроль качества

- Тайным покупателям должны быть предоставлены достаточные руководства и инструкции.
- Клиент и компания должны достичь согласия по следующим позициям: профиль тайных покупателей, требования к инструктажу, процесс контроля полевой части исследования и контроль качества.
- Проверка данных должна осуществляться с помощью компьютера, и/или логических проверок, или других соответствующих средств.

5 - Ответственность агентства перед тайными покупателями

- Все тайные покупатели обязательно должны получить согласованную оплату за каждый выполненный проект. Также им должны быть возмещены затраты на все заранее санкционированные расходы, произведенные в ходе выполнения проверок методом «Тайный покупатель».
- Тайные покупатели обязательно должны быть проинформированы в письменной форме о процессе оплаты и графике проекта, а также о последствиях выполнения согласованных проверок не в соответствии с инструкциями, включая последствия невыполнения любой согласованной проверки.