

POVZETEK URADNIH SMERNIC ZDRUŽENJA PONUDNIKOV NAVIDEZNEGA NAKUPOVANJA

Veljavno v Evropi, Afriki, Pacifiški Aziji in Latinski Ameriki

Posodobljeno aprila 2011

Celotno besedilo smernic lahko skupaj z etičnim kodeksom (v angleščini) najdete na spletni strani www.mspa-eu.org/en/ethics.html.

V primeru sprememb pomena besedila zaradi prevoda, bo angleška različica tega izvlečka upoštevana kot merodajna.

OBVEZNO: Preverite krajevno zaščito podatkov, zasebnost, pravna, družbena, davčna in etična vprašanja v povezavi z navideznim nakupovanjem v vsaki posamezni državi, kjer se izvaja program navideznega nakupovanja, ne glede na matično državo vašega podjetja.

1 - Etična načela

- Cilj navideznega nakupovanja je zagotoviti upravljavcem informacije o postopkih in/ali kakovosti storitev, s katerimi je mogoče izboljšati načrte usposabljanja in storitve, ter tako posledično povečati zadovoljstvo strank, njihovo zavezanost podjetju ter zvestobo.
- Podatke iz poročil navideznega nakupovanja ni dovoljeno uporabiti kot edini razlog za kaznovanje in/ali odpustitev zaposlenih.
- Podjetje, ki izvaja navidezno nakupovanje, mora poskrbeti, da so njegove stranke seznanjene z določbami teh smernic ter pridobiti soglasje, v katerem obe stranki sprejmeta te smernice kot osnovo projekta.

2 - Tehnična načela

Obvezno

- Navidezno nakupovanje podaja objektivno poročilo o učinku storitev, ki jih zagotavlja stranka. Obseg programa navideznega nakupovanja mora vključevati različne pogoje, ki najbolj odražajo resnične izkušnje stranke.
- Scenarij nakupovanja mora biti zasnovan tako, da razišče določeno prodajno, storitveno ali operativno vedenje, ki je predmet raziskave. Slednje mora biti realno, predstavljati mora naravno vedenje potrošnika, navidezni kupec pa mora svojo vlogo odigrati prepričljivo.
- Scenariji navideznega nakupovanja morajo biti varni, tako da osebje stranke niti navidezni kupci niso izpostavljeni nezakonitem dejanjem ali početju, ki bi jih kakor koli izpostavljalo nevarnosti, razkrivanju osebnih podatkov proti njihovi volji ali početju, zaradi katerega bi bili zapisani v neželene registre in posledično deležni sankcij.
- Osebje stranke mora biti seznanjeno s tem, da je njihovo delo v okviru navideznega nakupovanja mogoče občasno spremljati. Če želijo regulativni organi ali podizvajalci tovrstne raziskave uporabiti za preizkus ravni opravljenih storitev, morajo zagotoviti, da je stranka ki bo v postopku preverjanja, seznanjena s tovrstnim načinom ocenjevanja in bo lahko ustrezno svetovala osebju.
- Osebje je treba obvestiti o ciljih in predvideni uporabi rezultatov.
- Imena osebja oziroma njihove osebne podatke je dovoljeno razkriti na videoposnetku ali kaseti ipd., če je osebje o tem vnaprej obveščeno. Ker osebje konkurenčnega podjetja ni obveščeno o raziskavi, njihovih imen ni dovoljeno razkriti.
- Če program nagrajevanja delno ali v celoti temelji na programih navideznega nakupovanja, mora biti osebje s tem seznanjeno.

Priporočene smernice pokrivajo tudi druga načela, vključno z:

večjim številom navideznih nakupov, dejanskimi informacijami, enostavnostjo, jedrnatostjo in ustreznostjo naloge, podatki o osebju, pilotnimi preizkusi, osebjem, ki skuša prepoznati navidezne kupce, osebjem iz komisije in ocenjevanjem spletnega mesta.

3 - Objava podatkov v javnosti

Cilj tovrstne objave se mora osredotočiti na ustvarjanje pozitivnega odnosa do navideznega nakupovanja kot veljavne tehnike in na ustvarjanje pozitivnega odnosa do Združenja ponudnikov navideznega nakupovanja (MSPA). Ugotovitve se morajo osredotočiti izključno na izboljšanje storitev in ne na ponudnike nezadostnih storitev.

Obvezno

➤ *Navidezno nakupovanje, ki ga je uvedlo vaše podjetje*

Poskrbite, da sporočilo za javnost vsebuje naslednje podatke:

- kdo je pobudnik/lastnik programa;
- potrditev, da program vodi podjetje, včlanjeno v Združenje ponudnikov navideznega nakupovanja;
- potrditev, da se program izvaja skladno z etičnimi smernicami Združenja ponudnikov navideznega nakupovanja;
- kratko razlago glavnih načel navideznega nakupovanja;
- podrobne tehnične značilnosti programa;
- predstavitev ugotovitev, ki jih želite razkriti in objaviti; ter
- izboljšave, ki sledijo iz ugotovitev.

➤ *Navidezno nakupovanje, ki so ga uvedli mediji in druge stranke (naročniki)*

- S stranko natančno opredelite cilje raziskave in tehnične značilnosti.
- Dogovorite se, kdo je lastnik podatkov in na kakšen način jih je mogoče uporabiti.
- Rezultati ne smejo omogočati organizacijam, razen tistim, ki so pod nadzorom ali upravljanjem strank, prepoznavanja določenih udeležencev (npr. zaposlenih).

Priporočene smernice so na voljo tudi za naslednje primere:

za ukrepe pred začetkom izvajanja projekta, ukrepe po obdelavi podatkov in pred njihovo objavo, ključna navodila pri pripravi programskih poročil in pri razkritju rezultatov, najboljša praktična uporaba ugotovitev, pomoč medijem pri objavi določenih podatkov, ki jih želite izpostaviti itd.

4 - Nadzor kakovosti

- Navidezni kupci morajo biti seznanjeni z ustreznimi smernicami in navodili.
- Stranka in podjetje se dogovorita o: profilu navideznih kupcev, zahtevah za navodila, postopku terenskega opazovanja in nadzoru kakovosti.
- Veljavnost podatkov je treba zagotoviti z računalniško obdelavo in/ali logičnimi preverbami ali na drug ustrezen način.

5 - Obveznosti Združenja do navideznih kupcev

- Vsi navidezni kupci morajo za vsak opravljen projekt prejeti dogovorjen znesek, povrniti pa jim je treba vrednost vnaprej odobrenih nakupov, opravljenih kot del postopka navideznega nakupovanja.
- Vsi navidezni kupci morajo biti pisno obveščeni o postopkih plačila in časovnem razporedu ter o posledicah neizvajanja dogovorjenega navideznega nakupovanja skladno z zahtevanimi smernicami, vključno o posledicah »odsotnosti« na naslovu stranke, s katero je bilo dogovorjeno navidezno nakupovanje.