

ВИТЯГ З ОФІЦІЙНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ MSPA ЩОДО MYSTERY SHOPPING

Застосовується в Європі, Африці, Азійсько-Тихоокеанському та Латиноамериканському регіонах

Переглянуто у квітні 2018 р.

Повний текст Рекомендацій разом з Етичним кодексом MSPA (англійською мовою) можна знайти за адресою: <https://www.mspa-ea.org/ethics-and-standards-downloads.html>.

У разі відмінностей, викликаних перекладом, версія англійською мовою буде прийнята як дефініція (визначення).

ОБОВ'ЯЗКОВО: перевірте захист локальних даних, конфіденційність, законодавчі, соціальні, етичні питання та питання оподаткування, застосовувані по відношенню до Mystery Shopping у кожній країні, в якій ви реалізуєте програми Mystery Shopping, незалежно від країни походження вашої компанії.

1 - Етичні принципи

- Метою проекту Mystery Shopping повинно бути надання інформації керівництву щодо процесів та/або якості обслуговування, яка покликана сприяти складанню планів навчання та покращенню обслуговування, а звідси зростанню задоволення, підтримки та прихильності покупців.
- Не слід покладатися виключно на звіти досліджень Mystery Shopping для оголошення догани та/або звільнення.
- Компанія, що надає послуги з Mystery Shopping, повинна гарантувати ознайомлення клієнта з вказаними у цих рекомендаціях положеннями та досягти домовленості щодо їх прийняття обома сторонами у якості основи для проекту.

2 - Технічні принципи

Обов'язково

- Дослідження Mystery Shopping об'єктивно реєструє рівень надання клієнтом послуг. Саме тому область дії програми Mystery Shopping повинна охоплювати різноманітні обставини, які якнайкраще відображають дійсні враження покупця.
- Сценарій дослідження повинен бути розроблений таким чином, щоб перевірити конкретний продаж, обслуговування чи професійну поведінку, які є предметом дослідження. Він повинен бути реалістичним, відображати природну поведінку покупця; «таємничий покупець» повинен бути здатним переконливо зіграти свою роль.
- Сценарії, які використовуються у дослідженнях Mystery Shopping, повинні бути безпечними, тобто не повинні заохочувати ані персонал клієнта, ані покупців до нелегальних дій, також дій, які наражають їх на будь-який ризик, вимагають розкриття особистої інформації всупереч їхній волі, або дій, які можуть призвести до небажаних реєстрацій, а внаслідок цього, до подальших контактів з покупцями.
- Персонал клієнта повинен знати, що його роботу можуть час від часу перевіряти шляхом Mystery Shopping. У випадку, якщо регулятивні органи або субпідрядники виявили намір застосувати такі дослідження для перевірки рівнів обслуговування, вони повинні гарантувати, що сторона, яка підлягає перевірці, усвідомлює, що цей метод перевірки буде використовуватися і дає своєму персоналу відповідні настанови.
- Персоналу слід пояснити мету та передбачуваний спосіб використання результатів.
- Імена співробітників або їхні обличчя чи голос, записані на відео- або аудіоносії, можуть бути розкриті у разі попереднього узгодження. Через те, що персонал конкурента не можна сповіщати про дослідження, персональна інформація особи не повинна бути розкрита.
- Якщо програми преміювання будуть повністю або частково базуватися на програмах Mystery Shopping, персоналу необхідно повідомити це.

Існують консультативні рекомендації, що охоплюють й інші принципи, у тому числі:

Численні пробні покупки, фактична інформація, простота, стислість та актуальність завдання, інформація про персонал, експериментальна перевірка, намагання персоналу визначити «таємних покупців», персонал, що отримує комісійну винагороду, оцінювання веб-сайту.

3 - Публікація даних для широкого загалу.

Метою такої публікації повинно бути зосередження уваги на формуванні позитивного ставлення до дослідження Mystery Shopping як повноцінного методу та до MSPA. Результати дослідження повинні зосереджувати увагу на покращенні сервісу, а не на об'єктах поганого обслуговування.

Обов'язково

➤ *Започатковане вашою компанією дослідження Mystery Shopping:*

Гарантувати, що прес-реліз містить наступну інформацію:

- Хто є ініціатором/власником програми.
- Підтвердження того, що програму здійснювала компанія-член MSPA.
- Підтвердження того, що програму здійснювали згідно з Етичними рекомендаціями MSPA.
- Коротке пояснення основних принципів дослідження Mystery Shopping.
- Детальні технічні описи програми.
- Представлення результатів дослідження, які ви бажаєте розголосити й опублікувати.
- Покращення, які витікають з результатів дослідження.

➤ *Дослідження Mystery Shopping, започатковане медіа- та іншими клієнтами (які здійснюють оплату):*

- Чітко визначити з клієнтом мету дослідження та технічні описи.
- Дійти згоди щодо того, хто володіє даними і як їх дозволено використовувати.
- Результати для організацій, які не знаходяться під управлінням чи керівництвом клієнтів, заборонено використовувати для ідентифікації окремих учасників (напр., співробітників).

Рекомендації також надаються щодо наступного:

Дії перед початком проекту, дії після обробки даних та перед публікацією, ключове керівництво щодо підготовки звітів за програмою та розголошення результатів, використання результатів з максимальною користю, методи допомоги ЗМІ у висвітленні тих питань, які ви бажаєте і т. д.

4 - Контроль якості

- «Таємним покупцям» слід надати рекомендації та вказівки.
- Клієнт та компанія повинні узгодити наступне: образ «таємних покупців», вимоги щодо інструктування, процеси поточного контролю та контроль якості.
- Перевірку правильності результатів слід здійснювати за допомогою комп'ютера та/або засобу логічного контролю, чи у будь-який інший спосіб.

5 - Відповідальність Агентства перед «таємними покупцями»

- Обов'язковою вимогою є отримання всіма «таємними покупцями» узгодженої винагороди за кожен реалізований проект та виплати їм відшкодування за будь-які попередньо дозволені покупки, здійснені в рамках процесу дослідження Mystery Shopping.
- Обов'язковою вимогою є інформування «таємних покупців» щодо методів і строків здійснення виплати та про наслідки недотримання обов'язкових рекомендацій щодо місця або часу проведення дослідження Mystery Shopping, у тому числі про наслідки відсутності у будь-якому з місць у будь-який час проведення дослідження Mystery Shopping.