

Was ist Mystery Shopping?

Mystery Shopping kommt aus den USA und wird dort bereits seit vielen Jahren als erfolgreiches Controlling-Instrument zur Verbesserung der Kundenbindung genutzt. Die Idee, die sich dahinter verbirgt, ist ebenso einfach wie effektiv:

Unternehmen interessieren sich dafür, wie zufrieden Kunden mit dem von ihnen angebotenen Service sind und ob aus Kundensicht Anlass zu Verbesserungen besteht. Denn Unternehmer wissen: es ist leichter zufriedene Kunden zu behalten, als neue hinzuzugewinnen!

Andererseits zeigt sich, dass unzufriedene Kunden aus tradiertem Verhalten heraus immer noch Probleme damit haben, sich über schlechten Service oder unfreundliche Mitarbeiter zu beschweren. Vielfach erleben sich Verbraucher hierzulande nicht als "König Kunde", sondern als lästige Störenfriede. Der freundliche Verkäufer, der dem Kunden Aufmerksamkeit schenkt, seine Wünsche ernst nimmt und den Einkauf zu einem Erlebnis gestaltet ist eher die Ausnahme als die Regel. Deswegen spricht man zum Beispiel in den USA über sein Einkaufserlebnis nur, wenn man einmal schlecht bedient wurde. In der Schweiz dagegen ist es ein Gesprächsthema, wenn man eine angenehme, positive Einkaufssituation erlebt hat.

An diesem einfachen praktischen Beispiel lässt sich ablesen, wo in der Schweiz das eigentliche Problem liegt. Wir sind auf dem Weg in eine neue Dienstleistungskultur, aber wir haben erst wenige Schritte in diese Richtung getan. Dienstleistung hat etwas mit „dienen“ zu tun, und dies stösst bei der Mentalität vieler Schweizer auf Widerstände und Abneigung. Wohl jeder Kunde und Verbraucher kann hier mit praktischen Erfahrungen aus seinem Alltag als Beleg herangezogen werden. Gleichzeitig ist das Bedürfnis nach freundlichem, erlebnisorientiertem und kompetentem Service gestiegen. Denn es zeigt sich, dass Kunden immer mehr Wert auf guten Service, eine angenehme Einkaufssituation und freundliches, hilfsbereites Personal legen, während die Kundenbindung ausschliesslich über Preis/Qualitätsrelationen schon bald der Vergangenheit angehören wird.

Ernst zu nehmende Studien gehen davon aus, dass 50% der Unternehmen, die diese Entwicklung verschlafen, in wenigen Jahren nicht mehr konkurrenzfähig sein werden und schliesslich vom Markt verschwinden. Auch in Schweizer Unternehmen aller Grössen und Sparten wird Mystery Shopping deshalb immer häufiger genutzt; in wenigen Jahren wird es hierzulande ebenso wie in den USA zum Geschäftsalltag gehören.

Unsere Dienstleistung

Wir liefern Ihnen ein komplettes Konzept. Es beschränkt sich nicht auf reine „Einkäufe“ und das Ausfüllen eines Fragebogens, sondern beinhaltet auf Wunsch eine systematische Evaluierung Ihres Geschäftsstellen-Auftritts, Ihrer Kundengruppen und objektive versus subjektive Beurteilungen Ihrer Filialen. Darüber hinaus können auch alle weiteren Schnittstellen, bei welchen der Kunde mit Ihrem Unternehmen in Kontakt tritt, in die Qualitätsanalyse einbezogen werden.

Abschliessend wird eine vollständige Dokumentation des Projektes erstellt, die alle Auswertungen in übersichtlicher Form sowohl im Detail als auch in Form eines *Management Summary* enthält.

Mit Hilfe aktueller Informationen können Sie:

- Schulungsmassnahmen setzen/ändern
- Hervorragende Mitarbeiterleistungen honorieren
- Motivationsprogramme unterstützen
- Produktpräsentationen überdenken
- Ihre Marketing Entscheidungen justieren
- Die Qualität Ihrer Servicestandards neu definieren