

ZUSAMMENFASSUNG DER RICHTLINIEN VON MSPA EUROPE ÜBER TESTKÄUFE

Die kompletten Richtlinien sind in englischer Sprache auf der Website von MSPA Europe unter www.mysteryshop.org/europe zu finden.

Ethische Prinzipien

- Testkauf Studien dienen der Überprüfung von Personal-Kompetenz und Servicequalität im Rahmen vorgegebener Ziele während eines Verkaufsgesprächs. Das Ziel solcher Studien sollte es sein, die Servicequalität zu verbessern und die Kundenzufriedenheit zu steigern.
- Testkauf Studien dürfen nicht als alleinige Grundlage für Entlassungen oder Abmahnungen verwendet werden.
- Um die ethischen Grundsätze zu erfüllen, ist es notwendig, dass der Kunde seine Mitarbeiter darüber informiert, dass die von ihnen erbrachten Dienstleistungen von Zeit zu Zeit durch getarnte Testkunden überprüft werden.

Technische Hinweise und Richtlinien

Unbedingt notwendige Grundsätze

- Die für die Testkäufe verwendeten Szenarios haben sicher zu sein, d.h. die Testkunden dürfen weder zu illegalen Handlungen gebeten werden, noch zu irgendeiner Handlung, die sie körperlich gefährden könnte. Sie dürfen auch nicht dazu gezwungen werden, gegen ihren Willen irgendwelche Daten zu ihrer Person oder Angaben, die ungewollte Registereinträge und / oder weitere Nachfragen zur Folge haben, preiszugeben.
- Die an der Studie beteiligten Mitarbeiter sind über die beabsichtigte, objektive Verwendung der Ergebnisse und die Berichtsform der Umfragen klar in Kenntnis zu setzen.
- Die Namen der Mitarbeiter und / oder ihre Identität dürfen nur durch Video, Tonband, usw. offengelegt werden, wenn die Mitarbeiter im Voraus davon in Kenntnis gesetzt worden sind. Da das Personal eines Wettbewerbers nicht über eine Studie informiert werden kann, muss dessen Identität geheimgehalten werden.
- Die Agentur, die Testkunden und der Kunde haben sich über die geplante Aufbewahrung und / oder Vernichtung sämtlicher Unterlagen (Fragebögen, Videokassetten, Tonbandaufnahmen oder sonstige Forschungsergebnisse) zu einigen.

Empfehlenswerte Grundsätze

- Der Fragebogen sollte im Wesentlichen objektive Fragen zu faktischen Informationen beinhalten. Einige subjektive Bewertungen zur Unterstützung der Auswertung der Ergebnisse sind zulässig.
- Bei der Durchführung einer Pilot-Studie im Vorfeld eines kompletten Projektes ist es zwar zu empfehlen, dass die Mitarbeiter davon in Kenntnis gesetzt werden, doch ist das nicht unbedingt erforderlich, wenn die Identität der Mitarbeiter geheimgehalten wird.

- Bei Testkäufen bei einem Wettbewerber sollte der Testkauf idealer Weise einen Kauf beinhalten, der ein Bild von der Art des getesteten Geschäftes vermittelt. Wenn kein Einkauf getätigt wird, sollte die Beanspruchung des Personals des Wettbewerbers und dessen Ressourcen bestenfalls einen normalen Einblick in den betreffenden Markt wiedergeben.

Gute Praxis

- Der Testkauf sollte der Realität entsprechen, d.h. es sollte das natürliche, realistische Verbraucherverhalten in dem betreffenden Markt imitiert werden.
- Die Streuung, die zeitliche Koordinierung und der Inhalt der Testkäufe sollten ein Bild eines normalen Ablaufes eines Verkaufsgespräches mit den Kunden vermitteln.
- Kurze, einfache und angemessene Testkäufe helfen zu gewährleisten, dass man die Ergebnisse korrekt erfassen und entsprechend darüber Bericht erstatten kann.