



Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie

INFORMACJA O ZAWODZIE

MYSTERY SHOPPER

Lublin 2010r.

Zawód: Mystery shopper

Mystery Shopping to metoda stosowana w badaniach marketingowych, której zadaniem jest pomiar jakości obsługi klienta. Do przeprowadzania takich badań mogą zostać zastosowane elementy zarówno ilościowe, jak i jakościowe. Mystery shopper wykorzystuje technikę obserwacji uczestniczącej ukrytej, która polega na pozostawaniu w bezpośrednich, bliskich stosunkach z obserwowanymi. Współuczestnictwo w naturalnym życiu obserwowanych osób dostarcza mystery shopperowi materiałów badawczych. Do podstawowych zadań tajemniczego klienta należy obserwacja autentycznych zachowań ludzi w naturalnych warunkach: sprzedawców, pracowników działów obsługi klienta i innych uczestników rynku. Podstawowym zadaniem programu Mystery Shopping jest dostosowywanie warunków panujących na rynku do potrzeb klientów, nawet jeśli oznaczałoby to konieczność wprowadzenia zmian. Badania wychwytyją słabe strony pracowników oraz niedopracowanie oferowanych przez nich usług. Dzięki tego typu badaniom firmy wiedzą, jakie elementy działania należy zmienić, aby w przyszłości nie popełniać już tych samych błędów oraz w pełni spełniać oczekiwania klientów. Mystery shopperami zostają osoby w różnym wieku i różnej profesji: uczniowie, studenci, gospodynie domowe, pracownicy naukowci, biznesmeni i emeryci.

Predyspozycje zawodowe:

Odgrywanie roli tajnego klienta wymaga specyficznych cech psychofizycznych, takich jak opanowanie, spostrzegawczość i dobra pamięć. Inne cechy jakie powinna posiadać osoba pracująca jako mystery shopper, to: łatwość formułowania myśli, śmiałość, otwartość, umiejętność radzenia sobie w sytuacjach nietypowych. Audytor powinien być niezauważalny, nie może różnić się od zwykłego klienta czy petenta. Swoim zachowaniem, stylem ubioru czy sposobem wypowiedzania się nie może budzić podejrzeń, nie może to być osoba chwiejna emocjonalnie ani nie może prowokować tych, którzy poddawani są badaniom. Mystery shopper powinien być przede wszystkim spostrzegawczy i obiektywny. Wśród predyspozycji, jakie powinna mieć osoba wykonująca zawód tajemniczego klienta, duże znaczenie mają umiejętności aktorskie.

Obowiązki zawodowe:

Podstawowym zadaniem tajemniczego klienta jest przeprowadzenie wizyty audytorskiej w wybranym punkcie obsługi klientów - może to być sklep, restauracja, pub, kino, hotel, punkt usługowy czy placówka bankowa. Osoba wybrana na takie stanowisko, po wzięciu udziału w szkoleniu przygotowującym do wykonywania zawodu, wciela się w rolę klienta. Podczas wizyty w kontrolowanym punkcie zbiera informacje na temat całości procesu świadczenia usługi. Zarówno tożsamość audytora, jak i dokładny termin kontaktu, nie jest znany pracownikom badanej firmy czy organizacji, aczkolwiek częstą praktyką jest uprzedzanie personelu o wizycie, która ma nastąpić w bliżej nieokreślonym czasie (etyka badacza wymaga tego i takie są zalecenia organizacji Mystery Shopping Providers Association, która jest

największą światową organizacją skupiającą ponad 150 organizacji badawczych z całego świata). Wizyta tajemniczego klienta powinna przebiegać według ściśle określonych instrukcji i wcześniej ustalonego scenariusza, który opisuje jak mystery shopper ma się zachowywać i na co powinien przede wszystkim zwrócić uwagę. Scenariusz powinien być oparty na naturalnych, wziętych z życia sytuacjach.

Zarobki:

Wynagrodzenie mystery shoppera uzależnione jest od liczby i trudności wykonywanych zadań i wynosi średnio 20 - 80 złotych netto za zlecenie, w zależności od rodzaju badania. Każde zlecenie jest inne i dotyczy innych aspektów. Z tego względu obowiązuje zasada, według której im trudniejsze zadanie, tym więcej można zarobić.

Opracowano na podstawie źródeł:

http://www.ankietki.com/mysteryshopper_tajemniczyklient.htm
http://www.eioba.pl/a122201/etyczne_problemy_zawodu_socjologa