

Kod zawodu: 333905

Informacja o zawodzie

Tajemniczy klient

(mystery shopper)

Spis treści

Wstęp strona 3

1. Zadania i czynności zawodowe strona 4
2. Środowisko pracy strona 6
 - 2.1. Materialne środowisko pracy strona 6
 - 2.2. Warunki społeczne strona 6
 - 2.3. Warunki organizacyjne strona 6
3. Wymagania psychologiczne strona 7
4. Wymagania fizyczne i zdrowotne strona 7
5. Warunki podjęcia pracy w zawodzie strona 8
6. Możliwości awansu w zawodzie strona 8
7. Możliwości zatrudnienia oraz płace strona 9
8. Przydatne adresy strona 10
9. Polecana literatura strona 11

Wstęp

Coraz więcej przedsiębiorstw działających w sektorze usług chcąc się rozwijać zwraca szczególną uwagę na opracowywanie standardów obsługi klienta. Celem tego typu działań jest budowanie pozytywnego wizerunku firmy, wzmacnianie potencjału przedsiębiorstwa, bycie bardziej konkurencyjnym. W tych warunkach szczególnie istotne jest bieżące weryfikowanie poziomu świadczonych usług, zadowolenia i satysfakcji klienta, który z roku na rok jest coraz bardziej wymagających i świadomy swoich praw. Dziewięciu na dziesięciu niezadowolonych klientów nie wnosi skarg – jednak siedmiu z nich już nigdy nie powraca. Typowy niezadowolony konsument podzieli się swoimi doświadczeniami z ośmioma znajomymi, stąd poziom usług jest kluczowym czynnikiem odróżniającym od konkurencji, jest też podstawą budowania trwałych więzi, które przekładają się na wielkość sprzedaży.

Właśnie badania mystery shopping (tajemniczy klient) pomagają uzyskać rzetelną i obiektywną informację dotyczącą jakości obsługi klienta w palcówkach danej firmy czy instytucji. Pozwalają one na poznanie tego, co pracownik mówi, jak się zachowuje, jego kultury osobistej podczas kontaktu z klientem, skuteczności działań, a także wszystkich aspektów związanych z wyglądem miejsca i jakością świadczonych usług.

Badania mystery shopping (tajemniczy klient) pomagają uzyskać rzetelną i obiektywną informację dotyczącą jakości obsługi klienta w palcówkach danej firmy czy instytucji.

Zadania i czynności zawodowe

Metoda działania tajemniczego klienta polega na przeprowadzeniu ukrytej obserwacji sposobu obsługi w różnych placówkach handlowych czy usługowych poprzez wcielenie się w rolę typowego klienta danej firmy. Badanie realizowane jest według scenariusza, który określa, co będzie podlegało obserwacji w danym punkcie i w jaki sposób audytor powinien się zachowywać.

Do głównych zadań tajemniczego klienta należy:

- poznanie standardów obsługi obowiązujących w danej firmie oraz oferowanych przez nią produktów bądź usług;
- zapoznanie się ze scenariuszem oraz metodami i technikami audytu, wytycznymi i kwestionariuszami ankiet;
- dokonywanie obserwacji i zapisywanie wniosków płynących z obserwacji;
- stosowanie pomiarów ilościowych i jakościowych przy wykorzystywaniu techniki obserwacji uczestniczącej ukrytej;
- dokonywanie oceny wielu elementów świadczonych usług;
- sprawdzenie reakcji pracowników na trudne i niecodzienne sytuacje np. rozlewanie kawy, upuszczanie wartościowego produktu, bycie nieuprzejmym lub przeszkadzanie innym kupującym a jednocześnie obserwowanie, w jaki sposób z zaistniałą sytuacją poradzi sobie obsługa;
- wypełnianie kwestionariusza oraz przygotowanie raportu zawierającego odpowiedzi na pytania w nim zawarte oraz opis odczuć związanych z postawą pracowników, jakością świadczonych usług i udzielanych informacji.

Audytor w trakcie swojej pracy powinien zwrócić szczególną uwagę na:

- profesjonalne podejście personelu do klienta,
- sposób porozumiewania się pracownika z klientem,

- przestrzeganie standardów firmy,
- inne aspekty (istotne z punktu widzenia zlecającego badanie)

Gdy ocenie podlega telefoniczna obsługa klienta najczęściej opinii poddawane są:

- czas oczekiwania na połączenie,
- liczba przełączeń,
- zachowane osoby odbierające połączenie (powitanie, przedstawienie się),
- kompetencje i wiedza o produkcie osoby udzielającej informacji itp.

Gdy ocenie podlega obsługa klienta przez Internet, najczęściej obserwowane są:

- czas oczekiwania na odpowiedź,
- rozumienie potrzeb klienta,
- sposób udzielania odpowiedzi,
- zrozumiałość odpowiedzi.

W zależności od potrzeb i oczekiwań zleceniodawcy wyniki badań mystery shopping przedstawiane są w postaci:

- raportów zawierających analizę uzyskanych danych oraz rekomendacje odnośnie ewentualnych działań, szkoleń,
- zwięzłych zestawień tabelarycznych,
- bazy danych z dostępem on – line.

Kontakt z firmą – zleceniodawcą zwykle obejmuje kilka etapów:

1. Ustalenie szczegółów badania,
2. Sporządzenie scenariusza wizyty i skali ocen pracowników,
3. Wybór i szkolenie odpowiednich audytorów,
4. Realizacja badania według scenariusza,
5. Wypełnienie ankiety z wizyty,
6. Tworzenie raportu końcowego.

W przypadku osoby pracującej na zlecenie jako tajemniczy klient zwykle jej zadania obejmują punkty od 3 – 6. Natomiast sama firma badawcza jeżeli audytorów jest w stanie zrealizować badanie mystery shopping w sposób kompleksowy.

1. Środowisko pracy

1.1. Materialne środowisko pracy

Osoba pracująca w tym zawodzie działa najczęściej w terenie. W zależności od zleceń mogą one być realizowane w pobliżu miejsca zamieszkania lub poza (wówczas zdarza się, że firma proponuje dodatkowe wynagrodzenie za dojazd na miejsce badania). Niezbędny jest telefon komórkowy, który często umożliwia rejestrację badania np. nagranie audio/ video lub mierzenie czasu obsługi jeśli jest on istotny z punktu widzenia weryfikowanych standardów. Opracowując raporty z przeprowadzonych badań tajemniczy klient korzysta z urządzeń biurowych - urządzenie wielofunkcyjne, komputer/ laptop/ tablet z dostęp do internetu umożliwiającym w zależności od potrzeb m.in. opracowanie raportu, wypełnienie ankiety itp.

1.2. Warunki społeczne

Realizując badania tajemniczy klient pracuje przede wszystkim indywidualnie. Zdarzają się jednak projekty, które realizowane są przez grupy audytorów. W takiej pracy niezbędna jest stała wymiana spostrzeżeń, uwag i informacji. Podczas badania tajemniczy klient rozmawia z pracownikami/ kierownictwem danej firmy w zależności od zakresu realizowanego badania. W ten sposób gromadzi informacje. Ważne jest, aby osoba wykonująca badanie zachowywała się naturalnie i dyskretnie. Tylko wtedy zebrane informacje będą w pełni wiarygodne. Niektóre firmy badawcze wymagają od tajemniczych klientów

nagrywania spotkań, tak aby mieć możliwość zweryfikowania zebranych przez nich informacji i dokonania oceny poziomu ich obiektywizmu.

1.3. Warunki organizacyjne

Tajemniczy klient ma elastyczny czas pracy, ponieważ badania realizowane są w różnych porach dnia odpowiadających osobie pracującej w tym zawodzie. Często zajęcie to traktowane jest jako dorywcze z uwagi np. na niewielką ilość zleceń, obok stałego zatrudnienia w innej firmie lub instytucji. W wyjątkowych sytuacjach pracuje również w dni wolne od pracy. Dość często powierzone zadania musi wykonywać poza miejscem stałego zamieszkania. Osoba pracująca w tym zawodzie jest ściśle podporządkowana firmie zlecającej wykonanie badań metodą mystery shopping i postępuje zgodnie z wytycznymi przekazanymi przez zleceniodawcę – badanie musi przebiegać wg ściśle określonego schematu.

2. Wymagania psychologiczne

Charakter pracy tajemniczego klienta sprawia, że niezbędna przy jej wykonywaniu jest umiejętność koncentracji uwagi przez dłuższy czas, a także cierpliwość i wytrwałość. Obserwując obsługę klienta osoba taka powinna wykazać się obiektywizmem, spostrzegawczością, wnikliwością i dociekliwością. Musi umieć zwracać uwagę na szczegóły przy jednoczesnym uwzględnianiu obowiązujących standardów. Osoba pracująca w tym zawodzie powinna również posiadać umiejętność swobodnego komunikowania się. Dobry tajemniczy klient jest aktywny, ale z drugiej strony daje również szansę na przejęcie inicjatywy w procesie obsługi klienta badanym pracownikom, w celu sprawdzenia ich zaangażowania i profesjonalizmu. Szczególnie pomocna jest również odporność na stres gdyż nierzadko działa pod presją czasu

bądź w obawie przed zdemaskowaniem Profesjonalista w tym zawodzie musi się zachowywać naturalnie, swobodnie nie wzbudzając podejrzeń ze strony pracowników biorących udział w badaniu.

3. Wymagania fizyczne i zdrowotne

Praca tajemniczego klienta zaliczana jest do prac lekkich. Potrzebny jest mu dobry wzrok i słuch. Ponadto zawód ten wymaga dobrej sprawności ruchowej ze względu na wyjazdy (badania często realizowane są poza miejscem stałego zamieszkania, wymagają przemieszczania się między firmami). Duże znaczenia ma wysoka mobilność i elastyczność osoby pracującej w tym zawodzie. W zależności od oczekiwań i miejsca badania mogą być prowadzone o różnych porach dnia.

4. Warunki podjęcia pracy w zawodzie

Osoba pracująca w tym zawodzie powinna posiadać co najmniej średnie wykształcenie, choć wiele ofert pracy nie precyzuje sztywnych kryteriów związanych z posiadanym wykształceniem. Niezbędna jest znajomość obsługi komputera (pakietu MS Office), a także obsługi internetu z uwagi na konieczność rejestracji badań i opracowania raportów. Mile widziane jest doświadczenie związane z realizacją badań marketingowych. Tajemniczym klientem można zostać w każdym wieku (student, pracujący, emeryt). Pamiętać należy jednak, że dane zlecenie może warunkować preferowanie osób w konkretnych wieku np. badanie sieci sklepów z odzieżą dla osób młodych, czy placówek bankowych i np. konieczności założenia konta bankowego dla dziecka itp. Kluczowym warunkiem do podjęcia pracy w zawodzie są odpowiednie umiejętności, które już wyżej zostały opisane. Firmy prowadzące badania umieszczają ogłoszenia na takie stanowisko, na odpowiednich

stronach internetowych. Wówczas zainteresowany może bezpośrednio odpowiedzieć wysyłając swoją aplikację on line. Można również rozważyć rejestrację na odpowiednich portalach, które tworzą bazy osób zainteresowanych zatrudnieniem w charakterze tajemniczego klienta.

5. Możliwości awansu w zawodzie

Pracując w zawodzie „tajemniczego klienta” można poszerzać swoją wiedzę i umiejętności poprzez czytanie specjalistycznej literatury z tego zakresu, a także biorąc udział w szkoleniach z zakresu badań marketingowych typu mystery shopping, które realizowane są przez wiele firm badawczych zatrudniających audytorów lub pozyskujących pracowników do realizacji konkretnych projektów.

6. Możliwości zatrudnienia oraz płace

Tajemniczy klient może pracować niemal w każdej dziedzinie handlu i usług, gdzie ma miejsce kontakt przedstawicieli firmy z klientami:

- sklepy, salony sprzedaży, punkty sprzedaży,
- działy sprzedaży i marketingu firm produkcyjnych,
- punkty gastronomiczne (bary, restauracje),
- instytucje publiczne,
- placówki bankowe, ubezpieczeniowe,
- środki komunikacji (taksówki, autobusy, pociągi),
- hotele,
- agencje promocyjne.

Profesja ta ma często charakter pracy dodatkowej, dorywczej.

Najczęściej stosowaną formą zatrudnienia jest umowa zlecenie, także umowa o dzieło lub umowa o współpracy (B2B). Praca audytora może być interesującą propozycją dla studentów, szukających nowych

wyzwań oraz doświadczenia w obszarze socjologii i marketingu, może być kierowana także do osób, które chcą zdobyć doświadczenie w zakresie badań, chcą się dzielić własnymi spostrzeżeniami względem obsługi klienta, potrafią opisywać zaistniałe sytuacje.

Tajemniczy klient zarobki będzie miał uzależnione od rodzaju audytu, jaki musi przeprowadzić. Zwykła wizyta w sklepie, badanie bez skomplikowanych procedur, audyt w miejscu zamieszkania czy badanie wyjazdowe – to czynniki, które będą miały wpływ na wysokość stawek. W przypadku, kiedy audyt wymaga dokonania jakiegoś zakupu – pieniądze zostają zwrócone zleceniobiorcy. Honorarium wynosi zwykle od 20 do 50 zł netto. W przypadku skomplikowanego badania, w które osoba testująca musi się wyjątkowo zaangażować, wynagrodzenie może wzrosnąć do 500, a nawet i do 1000 zł. Czas potrzebny na realizację jednego zlecenia, wraz ze sporządzeniem profesjonalnego raportu, rzadko przekracza godzinę. Dlatego też praca jako tajemniczy klient pozwala dorobić sobie do aktualnej pensji nawet wtedy, gdy ma się pełen etat.

7. Przydatne adresy

- Portal audytorów Centrum Badań Marketingowych TEST
[Logowanie | CBM Test \(tajnyklient.com\)](https://tajnyklient.com)
- Sieć tajemniczych klientów
[Badania Secret Client - secretclient.com](https://secretclient.com)
- Agencja badawcza
[Perspecto – Badania](https://perspecto.pl)
- Tajemniczy klient – audyt bezpośredni
[Tajemniczy Klient, Badania tajemniczy klient - CeBRiS Wrocław](https://cebris.wroclaw.pl)

8. Polecana literatura

1. Blythe J., *Komunikacja marketingowa*, PWE, Warszawa 2002,
2. Otto J., *Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie*, C.H.Beck, Warszawa 2004,
3. red., Noga – Bogomilski, Maison D., *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007.

*Opracowano w Centrum Informacji i Planowania
Kariery Zawodowej w Tarnowie*

Lipiec 2021 r.