

Mystery onderzoek

“Naar een objectieve meting van klanttevredenheid!”.

Klantenservice laat zich moeilijk vangen. Hoe krijg je inzicht in de kwaliteit die je biedt beoordeeld in de ogen van jouw klant? Dat kan door middel van survey onderzoek onder klanten, maar vooral door het inzetten van mystery quests

Rendement

Bij mystery onderzoek worden getrainde experts ingezet die zich als klant, bezoeker of patiënt gedragen en tegelijkertijd de kwaliteit van de dienstverlening beoordelen. Daarbij wordt vooral gelet op de interactie met klanten. In feite wordt het serviceniveau vastgesteld op vooraf bepaalde controlepunten.

Wat levert mystery onderzoek op:

- de serviceverlening van individuele medewerkers en het team wordt gemeten.
- de eigen servicekwaliteit kan met die van concurrenten en tussen de diverse vestigingen onderling worden vergeleken (benchmarking).
- de effectiviteit van trainingsprogramma's voor het personeel kan worden gemeten.
- de rapportage biedt concrete handvatten voor een verbeterplan.

Voor wie?

Mystery-onderzoek wordt ingezet bij winkelketens, individuele winkels, dienstverlenende bedrijven, horeca en in de zorg. Het is bestemd voor organisaties die op zoek zijn naar onafhankelijke vaststelling van het serviceniveau wat ze bieden en kan onderdeel zijn van een kwaliteitsprogramma.

Uitvoering en locatie

Na afstemming met de opdrachtgever vindt het onderzoek onaangekondigd plaats op locaties zoals overeengekomen met de opdrachtgever.

Mystery onderzoek kan verschillende onderdelen bevatten:

- Mystery bezoek en mystery shopping brengen de ervaring van de klant, gast of cliënt in beeld wanneer zij iuw vestigingen bezoeken.
- Mystery calling meet hoe het telefonisch contact van klanten met uw organisatie verloopt
- Mystery mailing meet de wijze waarop mail in uw organisatie wordt afgehandeld

Mystery onderzoek

Onze mystery bezoekers?



Mystery shopper

De identiteit van onze mystery quests is het best bewaarde geheim. Als we ze hier zouden presenteren kunnen ze niet in de anonimiteit hun werk doen. De mystery shopper observeert de winkel in het algemeen en let vooral op de interactie met consumenten. Een mystery shopper beoordeelt niet als klant, maar als expert de serviceverlening.



Mystery bezoeker

Onze 'mystery guests' zijn getrainde experts die zich als klant gedragen en gelijktijdig de kwaliteit van de dienstverlening beoordelen. De 'mystery callers' van PIM doen zich tijdens het telefoongesprek voor als klanten van uw bedrijf; bij mysterycalling doen onze medewerkers zich voor als uw klanten en vragen per email informatie aan van uw bedrijf of dienen bijvoorbeeld een klacht in.

Voorwaarden voor een succesvolle invulling:

- De organisatie stelt de doelen en de frequentie van het onderzoek vast.
- PIM ontwikkelt in samenspraak met de organisatie specifieke klantcases .
- PIM draagt zorg voor geselecteerde anonieme, getrainde en ervaren mystery guests
- De mystery guest rapporteert aan PIM aan de hand van een checklist en een bezoekverslag.
- PIM koppelt de resultaten en concrete verbeterpunten terug aan de organisatie.

Hebt u belangstelling?

Wilt u loyalere klanten en gedreven medewerkers, neem vrijblijvend contact op voor een gratis eerste intake met Huub Baaij (06-21883264) of mail naar huub@vraagpim.nl