

## Mystery Shopping

Vid genomförandet av kvalitetsmätningar ur ett kundperspektiv använder Stelacon sig av Mystery Shopping. Metoden är lämplig för företag och organisationer som vill mäta kvalitén av de produkter och tjänster de erbjuder sina kunder. Mystery Shopping kan användas både för kvantitativa och kvalitativa undersökningar.

Mystery Shopping är en undersökningsmetod där utbildade observatörer agerar anonymt som extra observanta kunder. Observatörerna studerar hur en organisation agerar och hanterar ett antal utvalda områden. Undersökningen innefattar oftast att observatören utför ett inköp som återspeglar den typ av verksamhet som undersöks. Med Mystery Shopping är det möjligt att undersöka t.ex. kundbemötande, arbetssätt, leverans kvalitet, städ kvalitet, produkt kvalitet och kundbeteende. Mystery Shopping kan genomföras på plats på fältet, via telefon eller via Internet t.ex. vid e-handel.

### Tillvägagångssätt

På Stelacon genomför vi en mystery shopping undersökning i följande steg:

- **Inledande möte.** Uppstartsmöte sker efter att uppdragsgivaren godkänt den offert Stelacon lämnat. Vid första mötet planeras uppdraget och allt från syfte och mål till tidplan, frågeområden och urval (vad som skall och kan undersökas) diskuteras. Vid mötet förs en diskussion kring hur och när uppdragsgivarens personal eller leverantör ska underrättas om att kvaliteten i deras arbete kommer att mätas.
- **Urval och frågeformulär.** Urvalets storlek och dess variabler samt frågeformulär utarbetas av Stelacon i samråd med uppdragsgivare. Målet är att observatörerna, med hjälp av frågeformulär och tillhörande definitioner, ska kunna göra så objektiva bedömningar som möjligt.
- **Testmätning genomförs.** Vid upplägg av en ny undersökning ägnar Stelacons projektledare mycket tid på fältet för att formulera frågeställningar och sätta upp kriterier. För att alla parter ska vara överens träffar Stelacon uppdragsgivaren ute på fältet för att stämma av uppsatta kriterier.
- **Rekrutering av observatörer.** Fältarbetet genomförs av Stelacons projektanställda observatörer. För att förbättra kvalitén i undersökningarna har Stelacon som målsättning att använda samma personer för likvärdiga mätningar under ett längre tidsperspektiv.
- **Utbildning av fältarbetare.** Först sker en teoretisk genomgång av syfte, mål, tillvägagångssätt och frågeområden. Därefter sker en praktisk genomgång av frågeformuläret i den miljö där undersökningen ska genomföras. Målet är att alla observatörer ska få en gemensam bedömningsgrund. Vid utbildningstillfället får observatörerna tillgång till ett arbetsschema som motsvarar den normala mängden kunder där undersökningen genomförs.
- **Genomförande/fältarbete.** Efter första dagen på fältet sker ett uppföljningsmöte för att säkerställa att alla observatörer har samma tolkning av frågeområdena. Insamling av frågeformulär sker löpande under projektets gång och samtliga formulär kontrolleras av Stelacons projektledare.
- **Dataregistrering och kvalitetssäkring.** När projektledarna erhållit resultatet studeras det för att kvalitetssäkras enligt följande: att inga delar av resultatet saknas, att resultaten inte innehåller extrema värden och att dataregistreringen är korrekt utförd.
- **Analys och rapport.** En stor del av projektet utgörs av analys, i syfte att skapa användbara resultat. Stelacon presenterar resultatet i en skriftlig rapport samt genom en muntlig presentation. Resultatet från en Mystery Shopping undersökning kan bl.a. användas för att identifiera utbildningsbehov, försäljningstillfällen och/eller konkurrens fördelar. Målet med en Mystery Shopping undersökning är att resultatet ska kunna användas för att föreslå förbättringsåtgärder inom ett eller flera områden.