

Mystery-Shopping (Durchführung von strukturierten Testkäufen)

„Es gibt nur eine Klientel, die Kundenfreundlichkeit beurteilen kann: Ihre Kunden!“ Dabei steckt der Teufel natürlich in den Details und genau die arbeiten wir für Sie heraus. Somit können Sie sicher sein, dass Schwachstellen erkannt werden. Sind die Defizite im Servicelevel erst ermittelt, können sie meist schnell, direkt und zielgerichtet bearbeitet werden.

Das haben Sie von Mystery-Shopping

- Erstellung eines Stärken- und Schwächenprofils Ihrer Beratungs- und Servicequalität aus Kundensicht
- Unternehmensinterner Leistungsvergleich von Vertriebseinheiten oder Mitarbeitern
- Sensibilisierung der Mitarbeiter für die Kundensicht und Kundenwünsche
- Gezielte Identifikation des Schulungsbedarfs von Mitarbeitern
- Erfolgskontrolle von Personalentwicklungs- und Qualifizierungsmaßnahmen
- Leistungsvergleich zwischen Ihrem Unternehmen und Wettbewerbern (externes Benchmarking)

Arten des Mystery-Shoppings (Testkaufszszenarien)

- Vertriebswege: Persönliche, telefonische, schriftliche (Brief, Fax) oder elektronische (E-Mail-Anfragen, Online-Bestellungen) Testkäufe
- Abschlussorientiert: Testkäufe mit und ohne tatsächlichen Kaufabschluss
- Regional: Testkäufe bei bestimmten Vertriebseinheiten
- Personell: Testkäufe bei verschiedenen Mitarbeitern
- Zeitlich: Testkäufe zu festgelegten Tageszeiten
- Wettbewerbsorientiert: Testkäufe bei Wettbewerbern