

ÖPNV

Ermittlung der Kundenperspektive
durch Mystery Shopping

MYSTERYPANEL

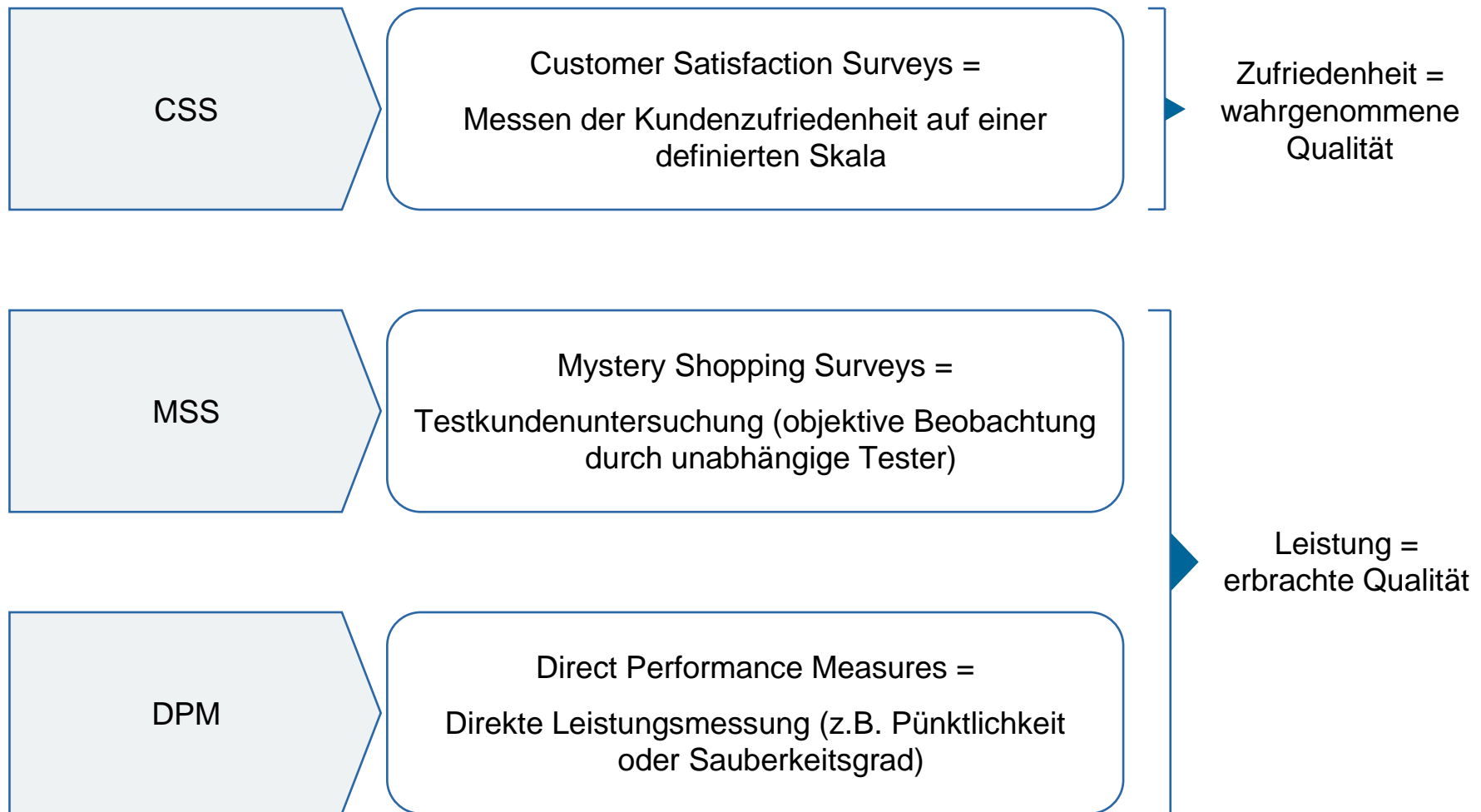
Dr. Grieger & Cie. | Marktforschung

Management Summary

- Wir bieten unterschiedliche Varianten von **Mystery Shopping** an, mit denen wir alle wichtigen Aspekte des Kundenkontaktes abbilden können. Wir unterstützen bei der Planung, Durchführung und Umsetzung von Mystery Shopping-Projekten.
- Wir verfügen über ein hohes **Prozessverständnis**. Wir arbeiten schnell und stiften auch nach der Testdurchführung Nutzen, indem wir die Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse begleiten.
- Mit unserem **bundesweit flächendeckenden Testernetz** können wir Ihre unternehmensspezifischen demographischen Anforderungen abbilden: Sei es, dass Sie Tester mit einer echten Kundenhistorie Ihres oder eines anderen Unternehmens benötigen oder sei es, dass Sie Kunden aus einem spezifischen Segment als Tester einsetzen möchten.
- Bei unseren Testern setzen wir auf Menschen, die **reale Kunden** sind. Ihre Beobachtungsgabe wird durch entsprechende Schulung geschärft, ohne die notwendige authentische Grundhaltung gegenüber den von ihnen zu testenden Dienstleistungen zu beeinträchtigen.
- Unsere Arbeit ist von Verlässlichkeit, Vertrauen, Professionalität und **hoher Durchführungsqualität** geprägt.

Die DIN EN 13816 sieht drei verschiedene Verfahren zur Messung von Leistung und Zufriedenheit vor.

DIN EN 13816



Mystery Shopping kann im ÖPNV eingesetzt werden, um unterschiedliche Dimensionen zu überprüfen.

BEISPIELE: TESTORTE UND DIMENSIONEN

KONZEPTIONELL

Testorte

Verkaufsstellen
(z.B. Kundenbüro/ private
Verkaufsstellen)

Verkehrsmittel

Dimensionen Mystery Shopping

Kundenfreundlichkeit

Fahrplanauskünfte

Tarifkenntnisse

Im Kundenbüro sollten unterschiedliche Aspekte durch Testkunden beleuchtet werden.

FOKUS KUNDENBÜRO – VORGESCHLAGENE DIMENSIONEN

KONZEPTIONELL

1

Erscheinungsbild des Kundenbüros (innen und außen)

2

Erscheinungsbild des Mitarbeiters / Beraters

3

Wartezeit des Testkunden

4

Erkennbarkeit und Verfügbarkeit von Informationsmaterialien

5

Fachkompetenz (Netz-, Tarif- und Fahrplankenntnisse)

6

Soziale Kompetenz (auch in besonderen Situationen wie z.B. Reklamation, „schwieriger Kunde“)

*Die aufgeführten
Dimensionen sind in
einem Fragebogen zu
konkretisieren*

In den privaten Verkaufsstellen sollten unterschiedliche Aspekte durch Testkunden beleuchtet werden.

FOKUS PRIVATE VERKAUFSSTELLEN – VORGESCHLAGENE DIMENSIONEN

KONZEPTIONELL

1

Auffindbarkeit der Verkaufsstelle

2

Erkennbarkeit/Kennzeichnung der Verkaufsstelle

3

Erscheinungsbild (innen und außen und Personal)

4

Erkennbarkeit und Verfügbarkeit von Informationsmaterialien

5

Fachkompetenz (Netz-, Tarif- und Fahrplankenntnisse)

6

Soziale Kompetenz (auch in besonderen Situationen wie z.B. Reklamation, „schwieriger Kunde“)

*Die aufgeführten
Dimensionen sind in
einem Fragebogen zu
konkretisieren*

In den Verkehrsmitteln sollten unterschiedliche Aspekte durch Testkunden beleuchtet werden.

FOKUS VERKEHRSMITTEL – VORGESCHLAGENE DIMENSIONEN

KONZEPTIONELL

1

Erscheinungsbild des Busses (innen und außen)

2

Erscheinungsbild des Busfahrers

3

Wahrnehmung der Fahrscheinkontrolle durch den Fahrer (sofern vorgegeben und möglich)

4

Kommunikationsfähigkeit / Qualität der Auskunft

5

Fahrweise

6

Soziale Kompetenz (Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft, Verhalten bei besonderen Vorkommnissen)

*Die aufgeführten
Dimensionen sind in
einem Fragebogen zu
konkretisieren*

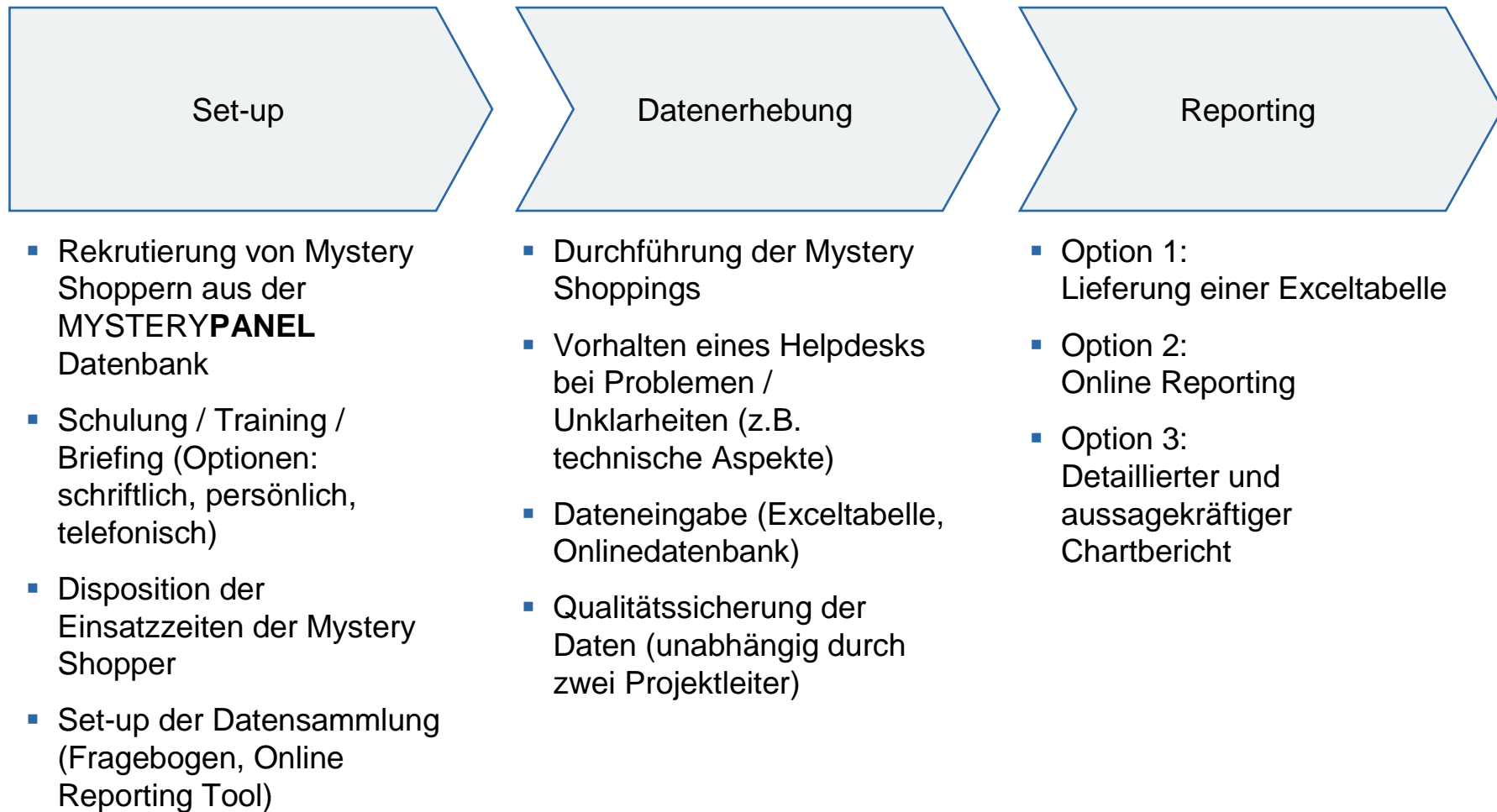
Hinsichtlich des Testvolumens gibt es verschiedene Ansatzmöglichkeiten, die unterschiedlich zu bewerten sind.

TESTVOLUMEN

		KONZEPTIONELL
Variante	Volumen	Bewertung
<i>Monat</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2x monatlicher Test aller Verkaufsstellen ▪ 10 Tests jeder Linie pro Monat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erbrachte Qualität in Bussen und Verkaufsstellen ist ständig im Blickfeld ▪ Hohe Reaktionsgeschwindigkeit bei Mängeln ▪ Repräsentativeres Bild als bei anderen Varianten
<i>2-monatlich</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Test/Monat aller Verkaufsstellen ▪ 5 Tests jeder Linie im Monat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erbrachte Qualität in Bussen und Verkaufsstellen ist im Blickfeld ▪ Moderate Reaktionsgeschwindigkeit bei Mängeln
<i>Quartal</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 Tests/Quartal aller Verkaufsstellen ▪ 10 Tests jeder Linie im Quartal 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erbrachte Qualität in Bussen und Verkaufsstellen ist nur als „Blitzlicht“ im Blickfeld ▪ Niedrige Reaktionsgeschwindigkeit bei Mängeln ▪ Kaum repräsentativ

Das Projekt wird in drei Schritten abgewickelt.

PROJEKTSCHRITTE



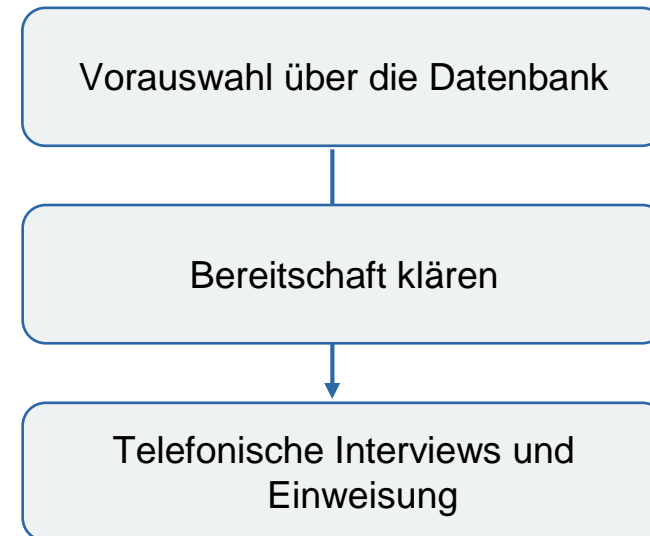
Die Testkunden sollten unterschiedliche Anforderungen erfüllen.

AUSWAHL DER TESTKUNDEN

Anforderungen an die Testkunden

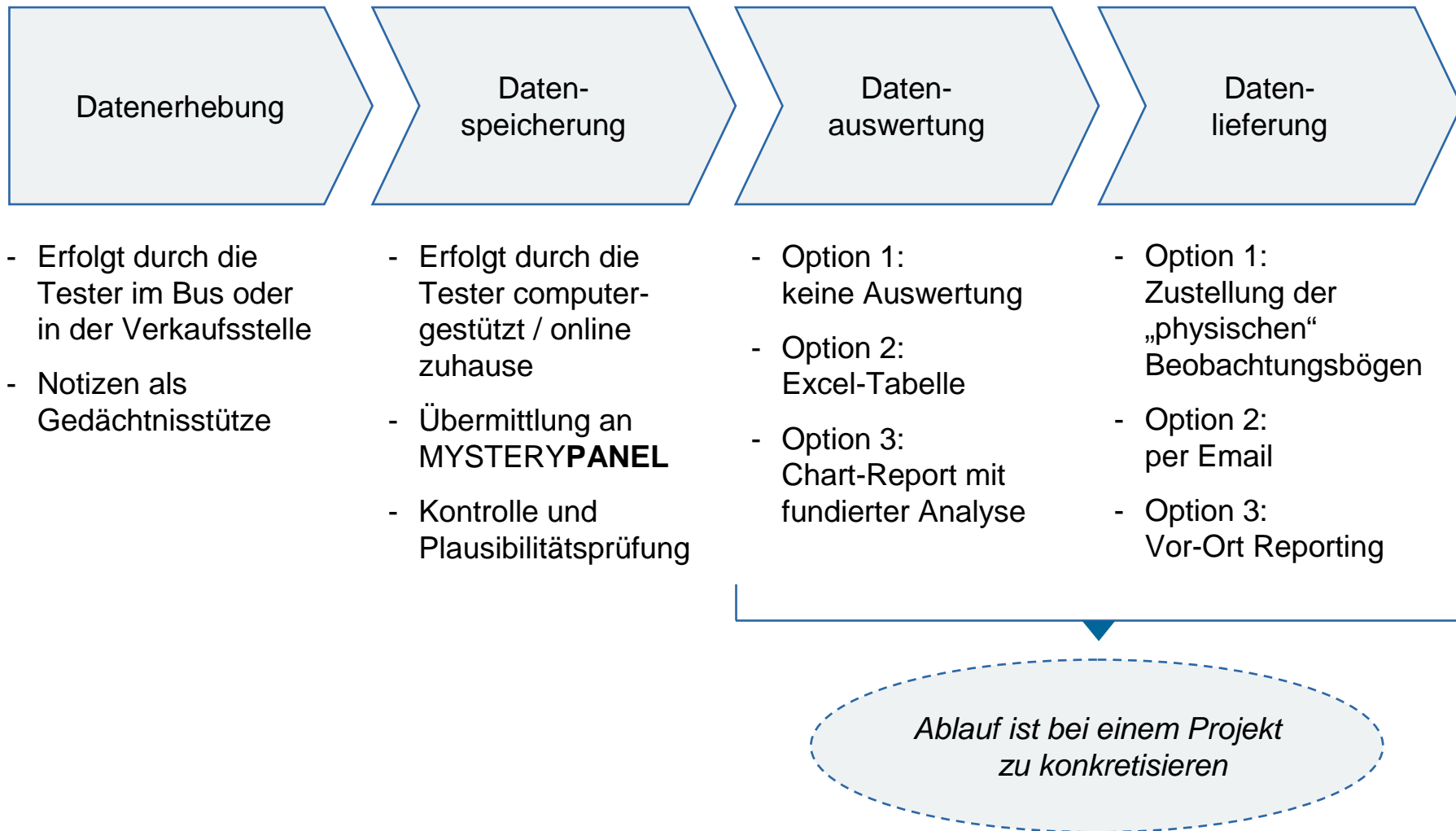
- Interesse an Servicequalitätsprüfungen
- Bereitschaft, Spaß und Ausdauer an den Einsatztagen mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu fahren
- Gute Beobachtungsgabe und ausgeprägte Fähigkeit nach vorgegebenen Standards zu beobachten
- Freundliches und offenes Auftreten
- Hohe Selbständigkeit und Zuverlässigkeit
- Ein gut im ÖPNV Netz eingebundener Wohnort (möglichst keine Randlage)
- Zuverlässige, pünktliche und ordentliche Dokumentation und Abrechnung

Auswahl durch MYSTERYPANEL



Der Prozess bis zur Datenlieferung beinhaltet vier Stufen mit unterschiedlichen Optionen.

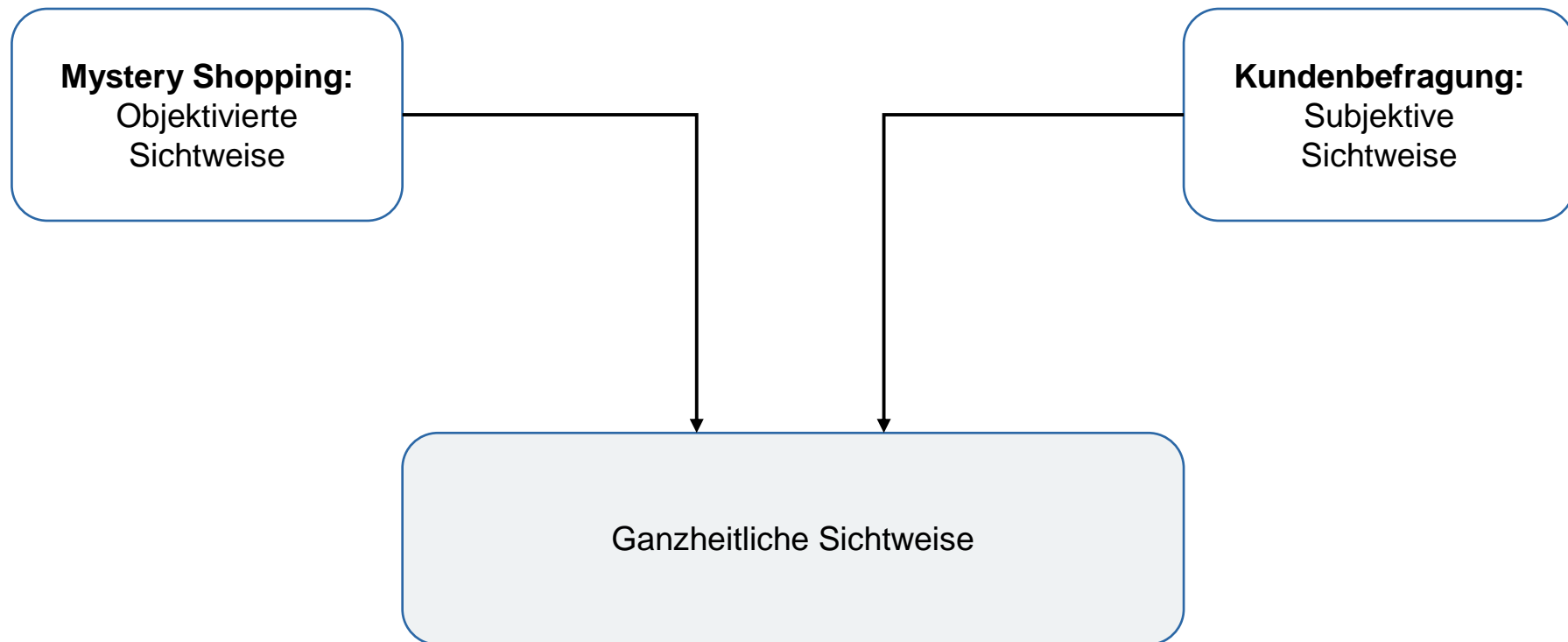
DATENRÜCKSPIELUNG



Ganzheitliche Analyse:
Kundenbefragung und Mystery
Shopping

Eine Kombination von Mystery Shopping und Kundenbefragung ist zur Erlangung einer ganzheitlichen Sichtweise sinnvoll.

INTEGRIERTER ANSATZ: KOMBINATION KUNDENBEFRAGUNG UND MYSTERY SHOPPING (1/2)



Die Kombination ermöglicht den Abgleich von unternehmenseigenen Kriterien mit Kundenwahrnehmungen.

INTEGRIERTER ANSATZ: KOMBINATION KUNDENBEFRAGUNG UND MYSTERY SHOPPING (2/2)

Mystery Shopping: Objektive Kriterien

- Werden unsere Qualitätskriterien eingehalten?
- Wird unser Servicestandard erreicht?
- Werden unsere Vorgaben umgesetzt?
- Wird unser Leitbild vermittelt/umgesetzt?

Instrument zur Überprüfung der
Produkt-/Dienstleistungskonzeption:
Das Unternehmen weist den Weg

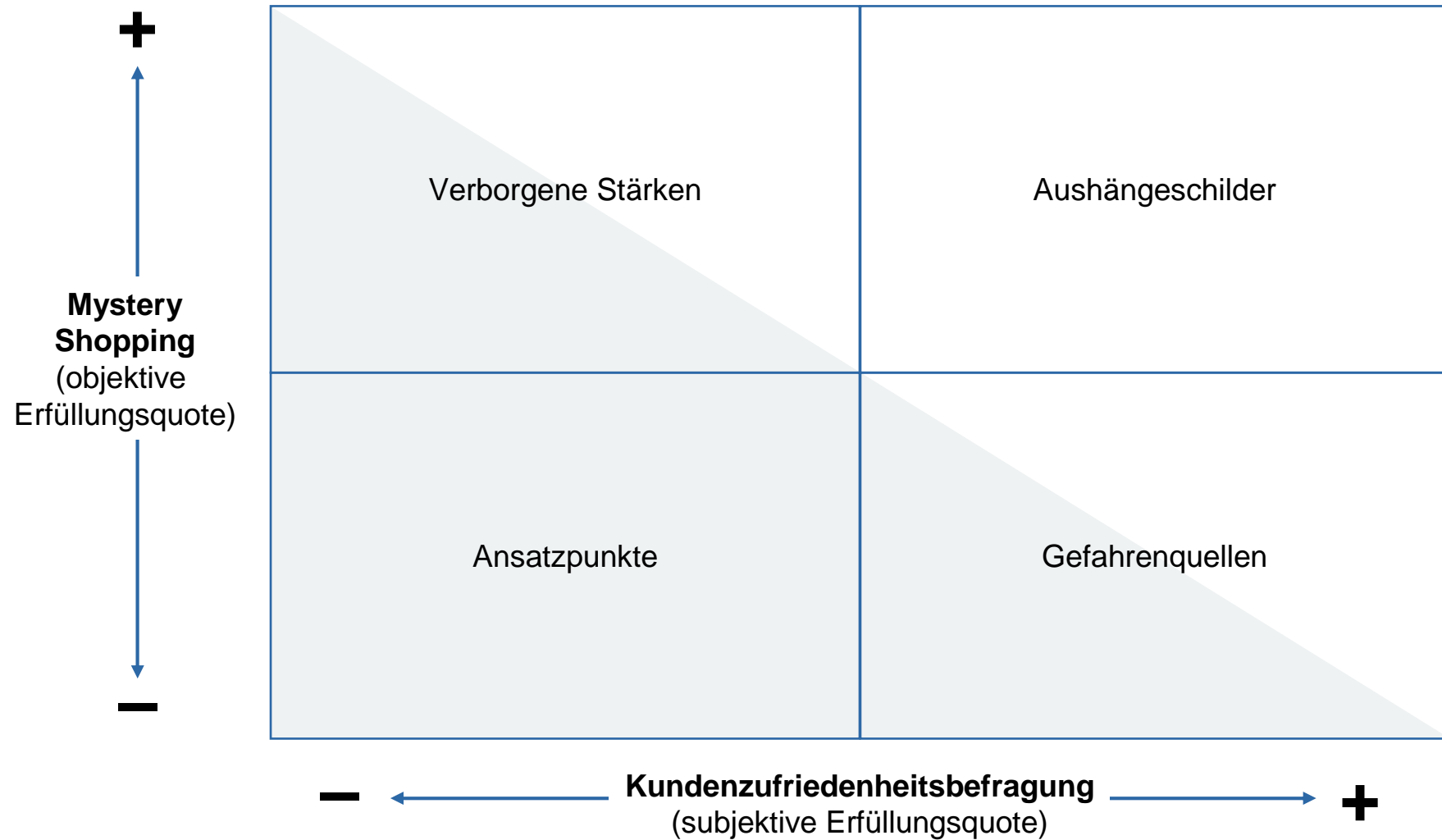
Kundenbefragung: Subjektive Kriterien

- Erfüllt unser Unternehmen die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden?
- In welchen Bereichen handeln wir (nicht) kundengerecht?
- Fühlt sich der Kunde willkommen?
- Wurde alles getan, um eine (langfristige) Kundenbeziehung aufzubauen bzw. wird der Kunde wiederkommen?
- Wie erlebt der Kunde die Philosophie unseres Unternehmens?
- Wie sieht das Bild/die Identität aus, die wir dem Kunden präsentieren?

Instrument zur Gewinnung
einer fundierten Kundensicht:
Der Kunde weist den Weg

Bei der Kopplung von Mystery Shopping und Kundenbefragung kann eine Handlungsrelevanzmatrix als Entscheidungsgrundlage dienen.

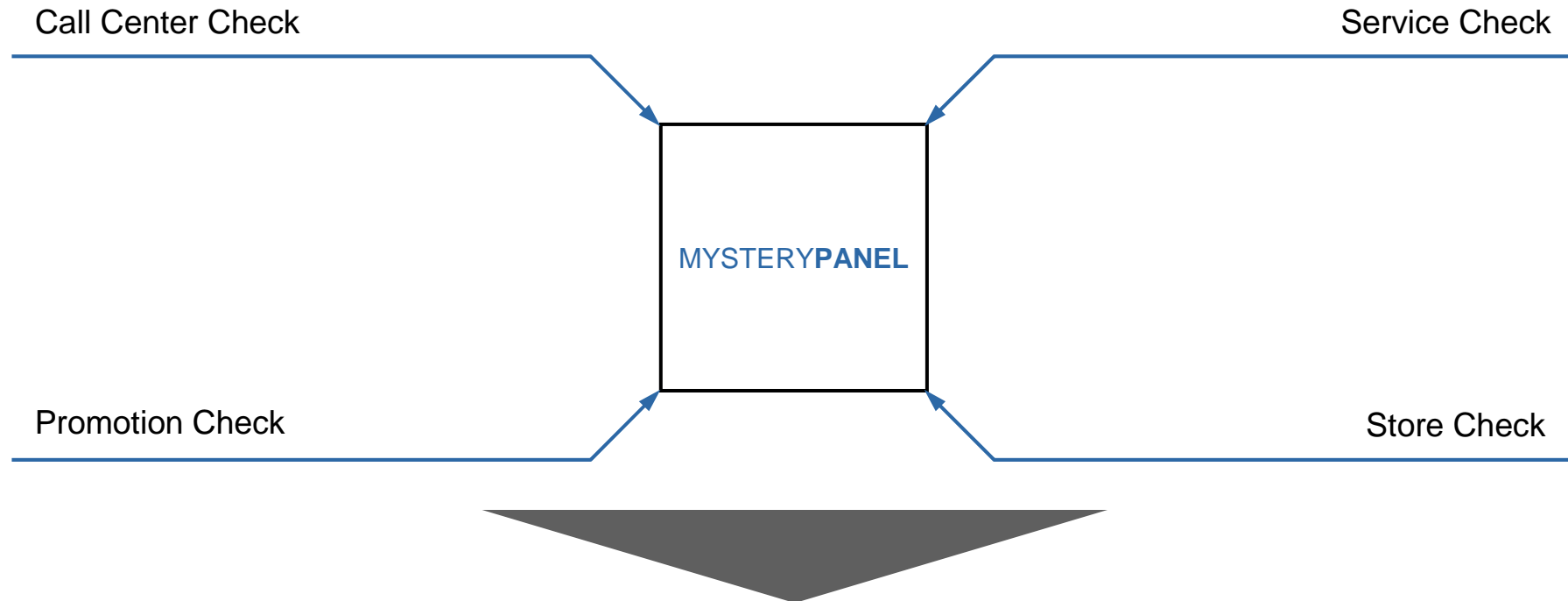
HANDLUNGSRELEVANZMATRIX



Vorstellung **MYSTERYPANEL**

Wir bieten unterschiedliche Varianten von Mystery Shopping an, um Ihre Dienstleistungsqualität zu überprüfen.

LEISTUNGSSPEKTRUM



Ziel der Maßnahmen:
Abbildung aller wichtigen
Aspekte des Kundenkontaktes

Der Nutzen von Mystery Shopping ist vielfältig.

NUTZEN DER VARIANTEN

Service Check

- Gewinnung genauer Hinweise über das Verhalten der Mitarbeiter in jeder Stufe der Erbringung der Verkaufs- und Serviceleistung
- Aufdeckung von Stärken, Potenzialen, Fehlentwicklungen und Schwachstellen in Verkauf und Service
- Stärkere Sensibilisierung von Mitarbeitern auf Kundensicht und Kundenwünsche
- Überprüfung der Einhaltung vorgegebener Servicestandards
- Interner oder externer Vergleich einzelner Filialen

Store Check

- Erscheinungsbild des POS
- Einhaltung der Corporate Identity
- Einhaltung von Präsentationsrichtlinien
- Korrekte Platzierung von Schlüsselprodukten
- Korrekte Aufstellung von Warendisplays
- Das Vorhandensein von Pflichtartikeln
- Wahrnehmung der Raumaufteilung
- Kundensicht über Wege innerhalb des POS
- Überprüfung der Beschilderung
- Übersichtlichkeit des POS

Call Center Check

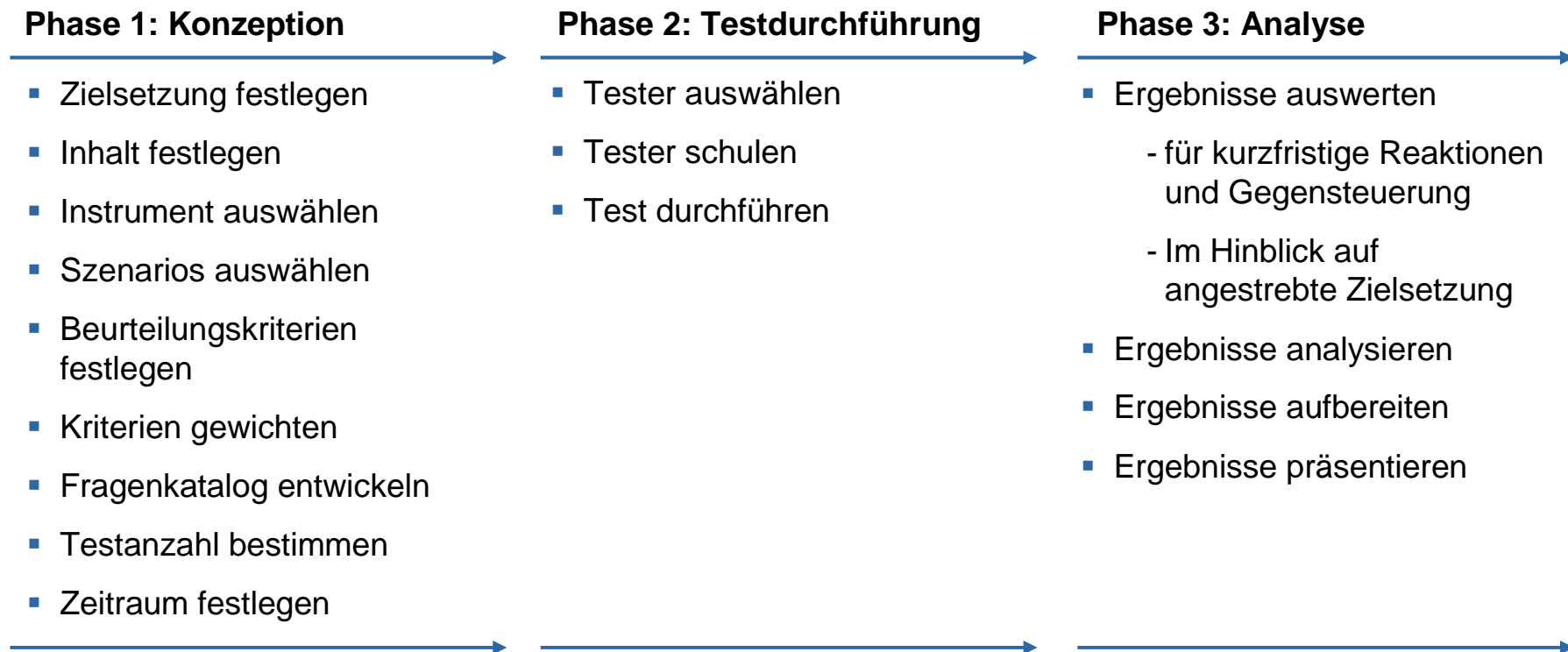
- Gewinnung genauer Hinweise über das Verhalten der Call-Center-Agenten in jeder Stufe des Gesprächs
- Bei Verkaufsaktionen kann Effizienz und Effektivität der Konzeption direkt durch die Zielgruppe bewertet werden

Promotion Check

- Sie erhalten Aufschluss, wie Ihre Produkte und Werbemittel platziert sind.
- Sie gewinnen Sicherheit, ob Ihre Displays wie vorgesehen bestückt und positioniert sind.
- Sie können die planmäßige und termingerechte Umsetzung Ihrer Vorgaben überprüfen.
- Sie erhalten Sicherheit darüber, dass Promoter die Aktion gemäß den Vorgaben durchführen.
- Als Promotion-Agentur können Sie Ihrem Auftraggeber eine zusätzliche Maßnahme zur Qualitätssicherung bieten.

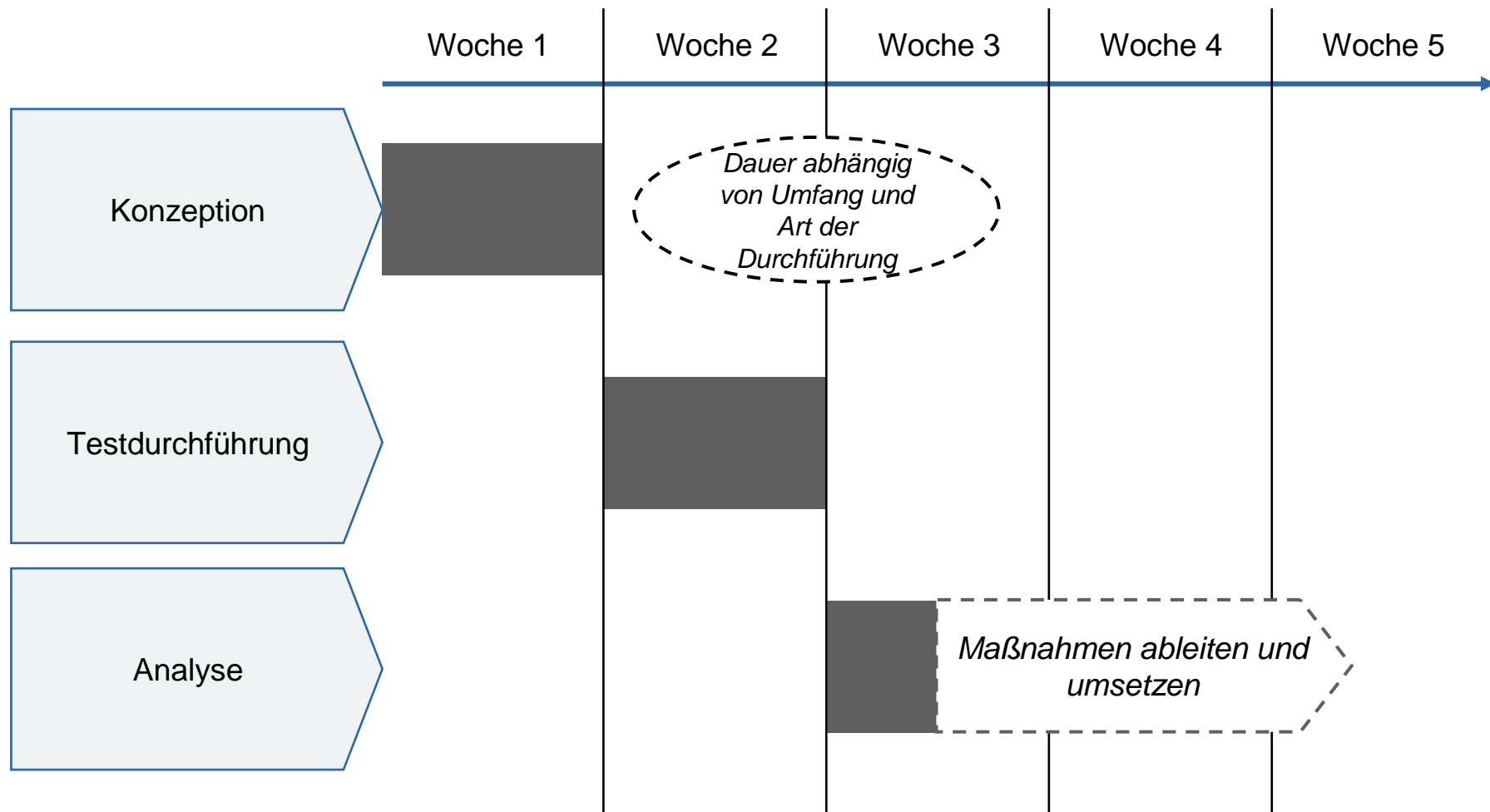
Der Projektverlauf eines Mystery Shoppings erfolgt in drei Phasen.

PROJEKTVERLAUF



Ein Mystery Shopping kann für eine Erstdurchführung binnen drei Wochen abgeschlossen werden.

ZEITHORIZONT



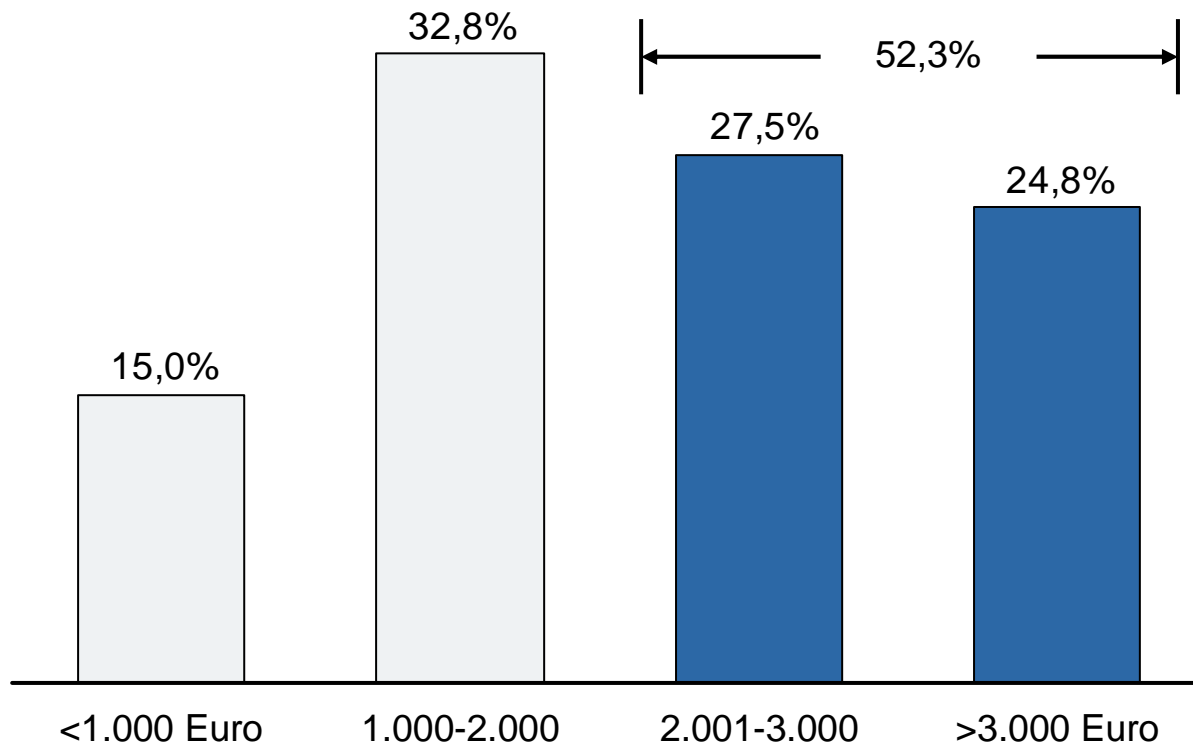
Wir sichern die Qualität durch unterschiedliche Maßnahmen.

MYSTERYPANEL QUALITÄTSSICHERUNG



Über die Hälfte unserer Mystery Shopper verfügt über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2.000 Euro.

AUSZUG AUS UNSERER DATENBANK



Über die Hälfte unserer Mystery Shopper verfügt über ein hohes Haushaltsnettoeinkommen

Unsere Mystery Shopper sind durch Freude an der Tätigkeit und weniger durch monetäre Aspekte motiviert.

Neben klassischen Mystery Shopping-Segmenten können wir insbesondere den Luxussektor bedienen.

Die projektspezifische Zusammensetzung des Mystery Shopper-Feldes kann nach zahlreichen Kriterien erfolgen.

AUSZUG SELEKTIONSKRITERIEN

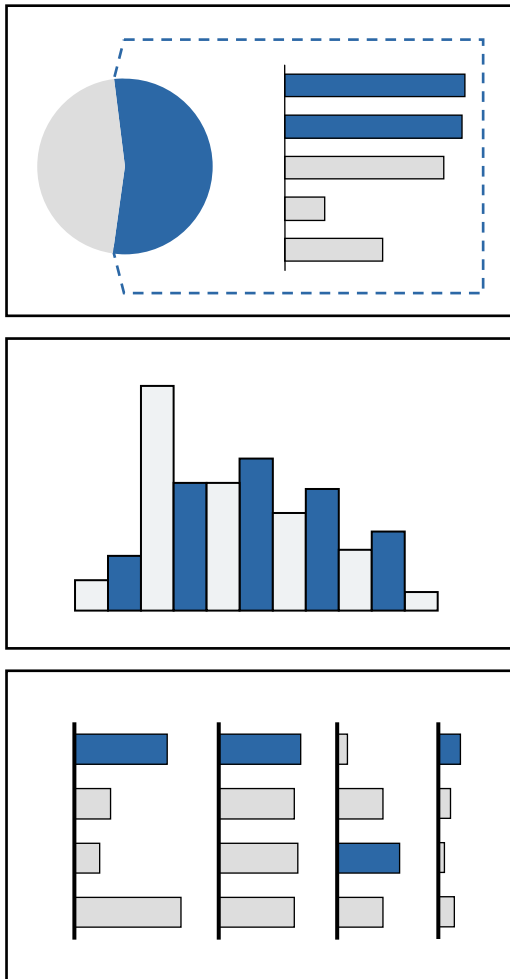
Selektionskriterien der
Mystery Shopper

- soziodemografische Attribute
- demografische Attribute
- Kartenbesitz (Kunden-, Bonus-, Kreditkarten)
- Versicherungen
- Finanzdienstleister (Hausbank, Versicherungen)
- Auto (Marke, Typ, Zulassung)
- Vertragsbeziehungen (Telekommunikation, Strom)
- Konsum (Produkte, Einkaufsgewohnheiten)
- Hilfsmittel (Brille, Hörgerät, Linsen, Rollstuhl)
- Geräte (z.B. Digitalkamera)
- Zeitschriften
- etc.

*Die Kriterien
werden ständig und
nach Ihren
Wünschen erweitert*

Die Ergebnisse werden in einem ausführlichen und aussagekräftigen Schaubildreport dargestellt.

MYSTERY SHOPPING ERGEBNISDARSTELLUNG



- Wir führen eine fundierte Analyse der erhobenen Daten durch.
- Wir bereiten die Daten in einem Chartbericht auf, so dass Sie aussagekräftige Diagramme statt schwer zu interpretierende Daten erhalten.
- Kernaussagen werden auf den Punkt gebracht.
- Erforderliche Maßnahmen sind einfach abzuleiten.
- Die Präsentation kann in Ihrem Unternehmensdesign angefertigt werden.
- Die Schaubilder können in Ihre Management-Präsentationen integriert werden.
- Kurzum: Sie können ohne Schwierigkeiten mit den Ergebnissen arbeiten.

Gern senden wir Ihnen eine Beispielanalyse als Demonstration zu

Für die Zusammenarbeit mit MYSTERYPANEL gibt es unterschiedliche Vorteile.

VORTEILE AUF EINEN BLICK

- 1 Wir verfügen über ein bundesweit flächendeckendes Mystery Shopper-Feld.
- 2 Die Mehrzahl unserer Mystery Shopper ist durch häufigen Einsatz sehr erfahren.
- 3 Angaben unserer Tester werden regelmäßig aktualisiert oder aus unserem Bestand gelöscht.
- 4 Das Feld kann nach einer Vielzahl von unterschiedlichen Kriterien zusammengesetzt werden.
- 5 Das gewünschte Feld kann kurzfristig bundesweit eingesetzt werden.
- 6 Die Datenlieferung kann in einem unternehmensindividuellen Design erfolgen.
- 7 Wir verfügen über ein fundiertes Mystery Shopping Know-How.

Über uns

- Die Themenfelder Mystery Shopping und Dienstleistungsqualität beschäftigen uns bereits einige Jahre. Wir begleiten Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen mit unserem Know-how und einem [bundesweiten Testernetzwerk](#).
- Die Schwerpunkte bei den Testkaufdienstleistungen liegen in der Konzeption, der Datenerhebung, der Datenaufbereitung in aussagekräftigen Reports und in der Ableitung von [konkreten Handlungsempfehlungen](#).
- Darüber hinaus beraten wir Sie bei der Etablierung eines integrierten Ansatzes, um Mystery Shopping in Ihre [Unternehmensstrategie](#) einzubinden.
- Bei unseren Testern setzen wir auf Menschen, die [reale Kunden](#) sind. Ihre Beobachtungsgabe wird durch entsprechende Schulung geschärft, ohne die notwendige authentische Grundhaltung gegenüber den von ihnen zu testenden Dienstleistungen zu beeinträchtigen.
- Wir arbeiten objektiv, zielgerichtet, kundenorientiert und effektiv. Unsere Arbeit ist geprägt von [Verlässlichkeit](#), [Vertrauen](#), [Professionalität](#) und einer [hohen Durchführungsqualität](#).
- [Diskretion](#) hat bei unserer Arbeit einen hohen Stellenwert: Wir bewahren Stillschweigen über jegliche kundenbezogenen Informationen. Wir einigen uns mit unserem Klienten über die Aufbewahrung/ Vernichtung der mit einem Projekt verbundenen Unterlagen.

The logo consists of a blue rounded rectangle with a white arrow-like shape on the right side pointing to the right. The word "MYSTERYPANEL" is written in white, uppercase, sans-serif font inside the blue area.

MYSTERYPANEL

www.mysterypanel.de

Ansprechpartner:

Dr. Gunnar Grieger
Winterhuder Weg 144
22085 Hamburg

0 40/22 81 31 94-0

hallo[at]mysterypanel.de

© 2012 Dr. Grieger & Cie. Marktforschung | MYSTERYPANEL®

All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photography, recording, or any information storage and retrieval system, without permission from Dr. Grieger & Cie.