

Mystery-Shopping deckt Verkaufsqualität auf

Hamburger realisieren bundesweit erste Datenbank



ms. Wissen Sie eigentlich, wie gut Ihre Verkäufer sind? Die Qualität des Kundenkontakts, Freundlichkeit und kompetente Beratung sind vor allem im Einzelhandel entscheidende Erfolgsfaktoren für Unternehmen. Mystery Shopping kann dabei helfen, die Qualität von Mitarbeitern zu prüfen, Schwachstellen aufzudecken und zu verbessern. Der Trend der „getarnten Einkäufer“ kommt aus den USA, wird aber auch in Deutschland immer populärer.

Jetzt hat das Hamburger Unternehmen Grieger & Cie. Deutschlands erste Mystery Shopper-Datenbank www.mysterypanel.de gegründet, bei der sich interessierte Personen als Testkunden registrieren können und Marktforschungsunternehmen selbständig nach Probanden mit ganz spezifischen Eigenschaften suchen können, um sie passgenau in ihre Mystery Shopping-Projekte einbinden zu können. Und so funktioniert es: Geschulte Beobachter treten als „normale“ Kunden auf, um das Dienstleistungsgeschehen nach einem zuvor festgelegten Kriterienkatalog zu überprüfen. Mystery Shopping wird branchenübergreifend überall dort eingesetzt, wo Unternehmen ihren Kunden begegnen, wie zum Beispiel in Einzelhandelsgeschäften, Gaststätten und Hotels, Call Centern, Krankenhäusern oder Werkstätten. An diesen Schnittstellen entscheidet sich, ob ein Produkt oder eine Dienstleistung verkauft wird, ob die Bedürfnisse des Kunden befriedigt werden und letztlich auch, ob der Kunde die Leistungen des Unternehmens erneut

in Anspruch nehmen wird oder eine Empfehlung ausspricht. Das Marktvolumen von Mystery Shopping hat in den vergangenen Jahren stetig zugenommen. Experten gehen von einem deutschen Marktwachstum auf 75 Millionen Euro im Jahre 2010 aus. Maßgeschneiderte Ansätze sind erforderlich. Mit dem zunehmenden Einsatz von Testkäufen wird der Erkenntnis Rechnung getragen, dass das Ertragspotenzial einer Kundenbeziehung erst langfristig ausgeschöpft werden kann. „Es geht nicht mehr nur darum, Neukunden zufriedenzustellen, sondern das Gelingen von bestehenden Kundenbeziehungen zu ermitteln. Hier wird Geld verdient, während eine Neukquisition primär kostet“, erläutert Gunnar Grieger, Inhaber von Grieger & Cie. Daher wurde auf www.mysterypanel.de eine Plattform geschaffen, auf der für das jeweilige Projekt passende Testkunden rekrutiert werden können. Die registrierten Mystery Shopper machen zum Beispiel Angaben über Kaufgewohnheiten, Kundenkarten und Vertragsbeziehungen. So können die Testkunden zielgerichtet eingesetzt werden, um laufende Kundenbeziehungen einer kritischen Prüfung zu unterziehen, statt sie nur für das Neukundengeschäft oder nach wohnortspezifischen Gesichtspunkten einzusetzen. Die Qualität des Testerstabs wird durch unterschiedliche Maßnahmen wie Prüfung der Angaben, Bewertung der Testkundeneinsätze und regelmäßige Aktualisierungen der Datenbank sichergestellt.

Weitere Informationen:
www.mysterypanel.de