

ÖPNV

Ermittlung der Kundenperspektive
durch Mystery Shopping



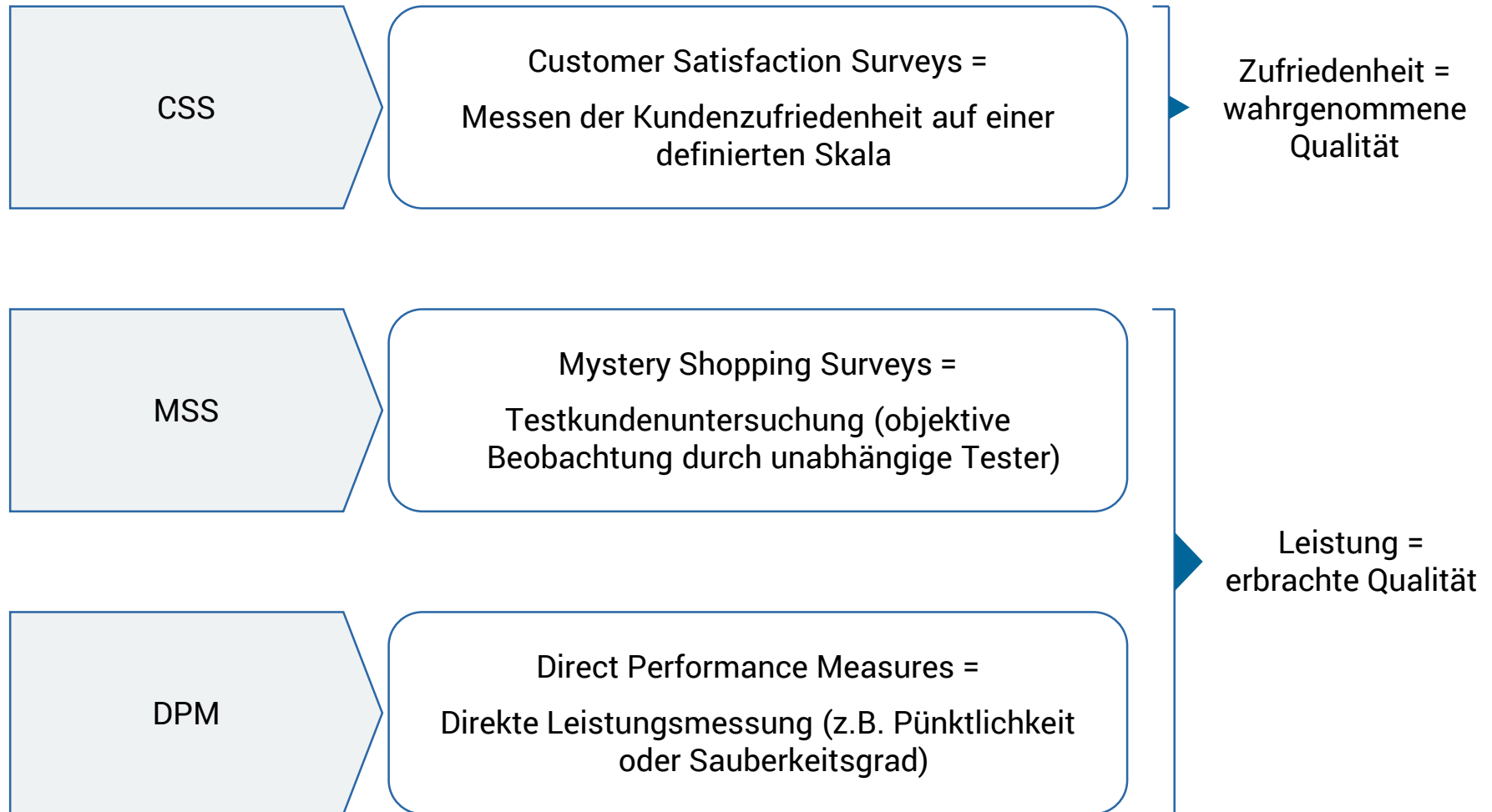
SPLENDID RESEARCH GmbH

Management Summary

- Wir bieten unterschiedliche Varianten von **Mystery Shopping**, 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 bes. Vorkommnissen)

Die aufgeführten Dimensionen sind in einem Fragebogen zu konkretisieren

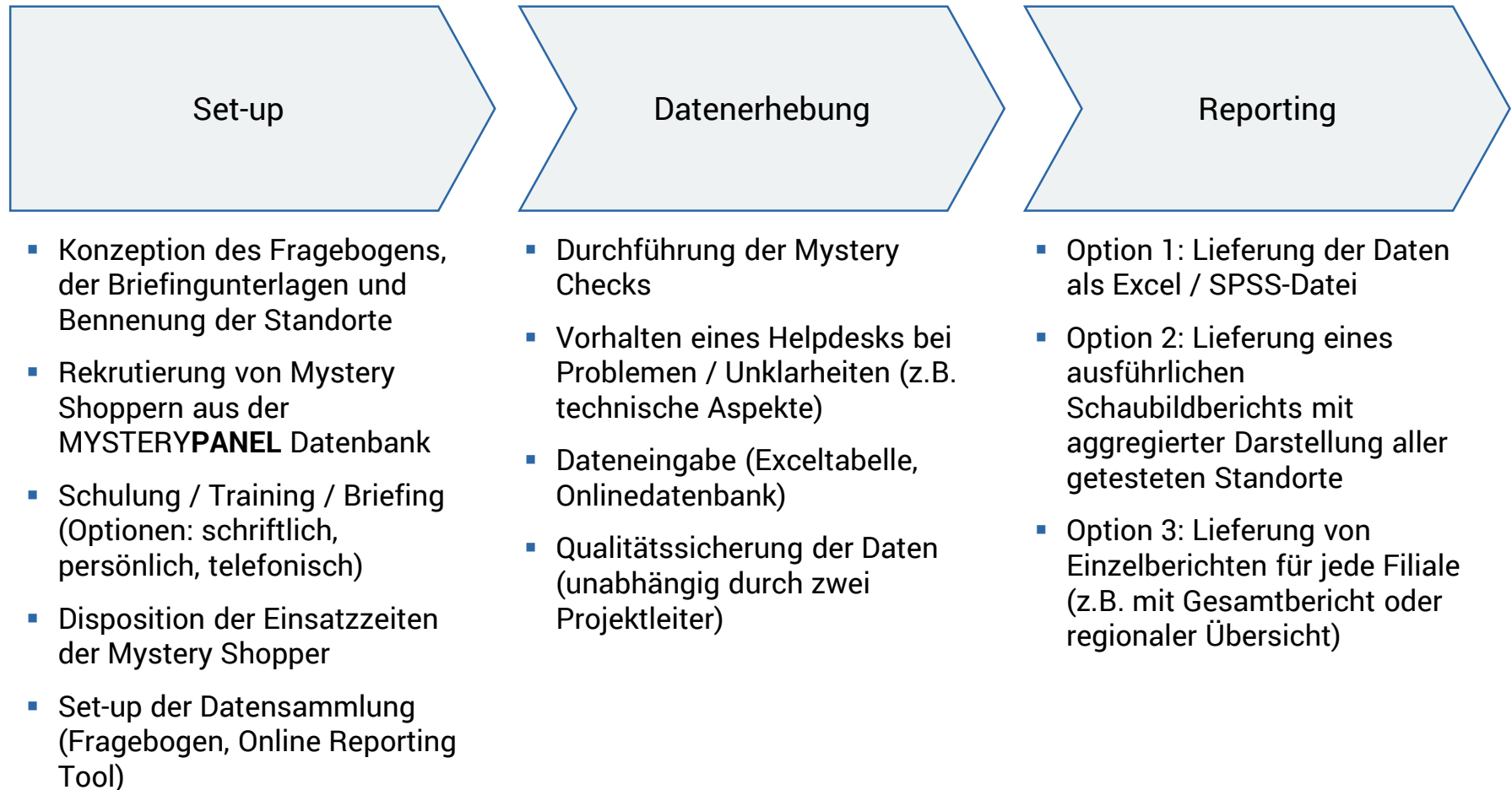
Hinsichtlich des Testvolumens gibt es verschiedene Ansatzmöglichkeiten im ÖPNV, die unterschiedlich zu bewerten sind.

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>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 im Blickfeld Moderate Reaktionsgeschwindigkeit bei Mängeln
<i>Halbjährlich</i>	<ul style="list-style-type: none"> 2 Tests/Halbjahr aller Verkaufsstellen 10 Tests jeder Linie pro Halbjahr 	<ul style="list-style-type: none"> Erbrachte Qualität in Bussen und Verkaufsstellen ist nur als „Blitzlicht“ im Blickfeld Niedrige Reaktionsgeschwindigkeit bei Mängeln Kaum repräsentativ

Ein Mystery Shopping Projekt wird üblicherweise in drei Schritten abgewickelt.

PROJEKTSCHRITTE MYSTERY SHOPPING



Die Testkunden sollten unterschiedliche Anforderungen erfüllen.

AUSWAHL DER TESTKUNDEN

Anforderungen an die Testkunden

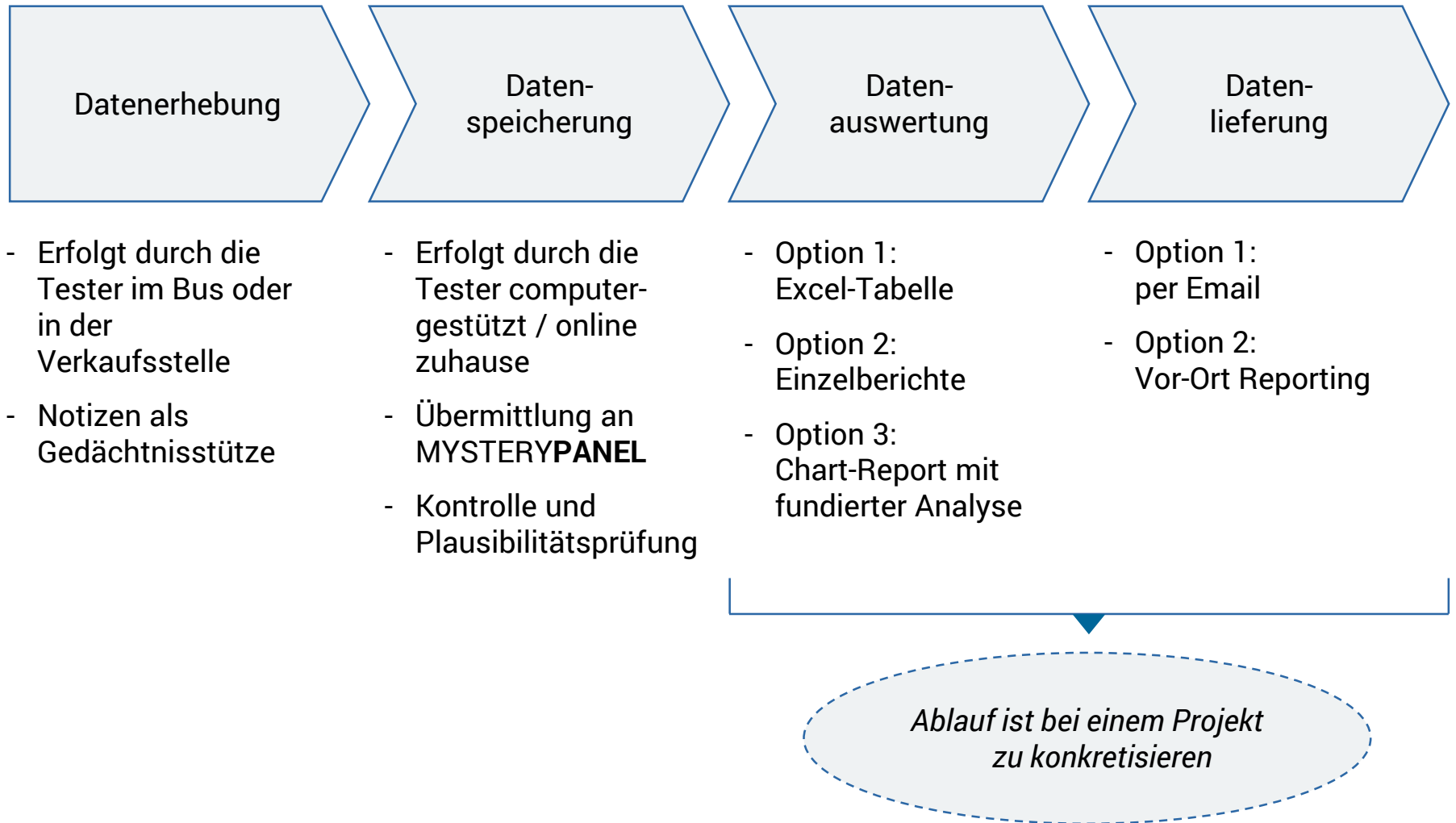
- Interesse an Servicequalitätsprüfungen
- Bereitschaft, Spaß und Ausdauer an den Einsatztagen mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu fahren
- Gute Beobachtungsgabe und ausgeprägte Fähigkeit nach vorgegebenen Standards zu beobachten
- Freundliches und offenes Auftreten
- Hohe Selbständigkeit und Zuverlässigkeit
- 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.

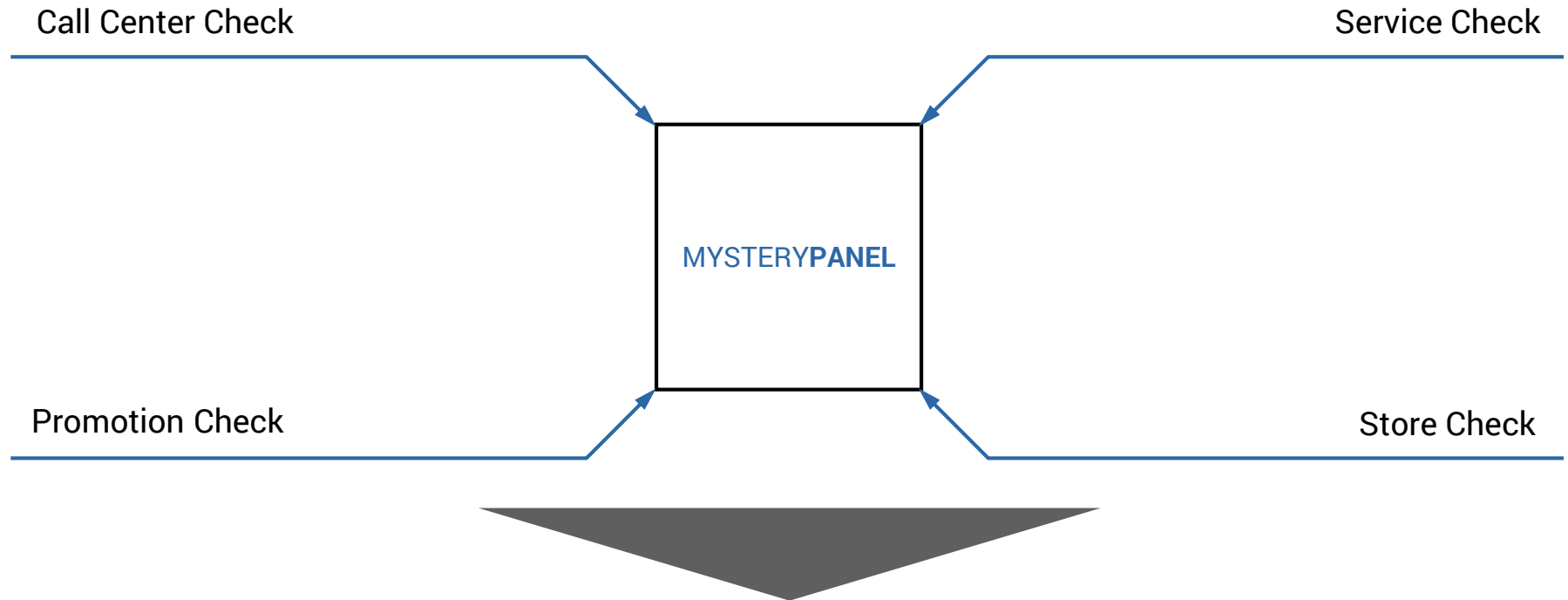
DATENRÜCKSPIELUNG



MYSTERYPANEL

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

LEISTUNGSSPEKTRUM MYSTERY SHOPPING



Ziel der Maßnahmen:

Abbildung aller wichtigen
Aspekte des Kundenkontaktes

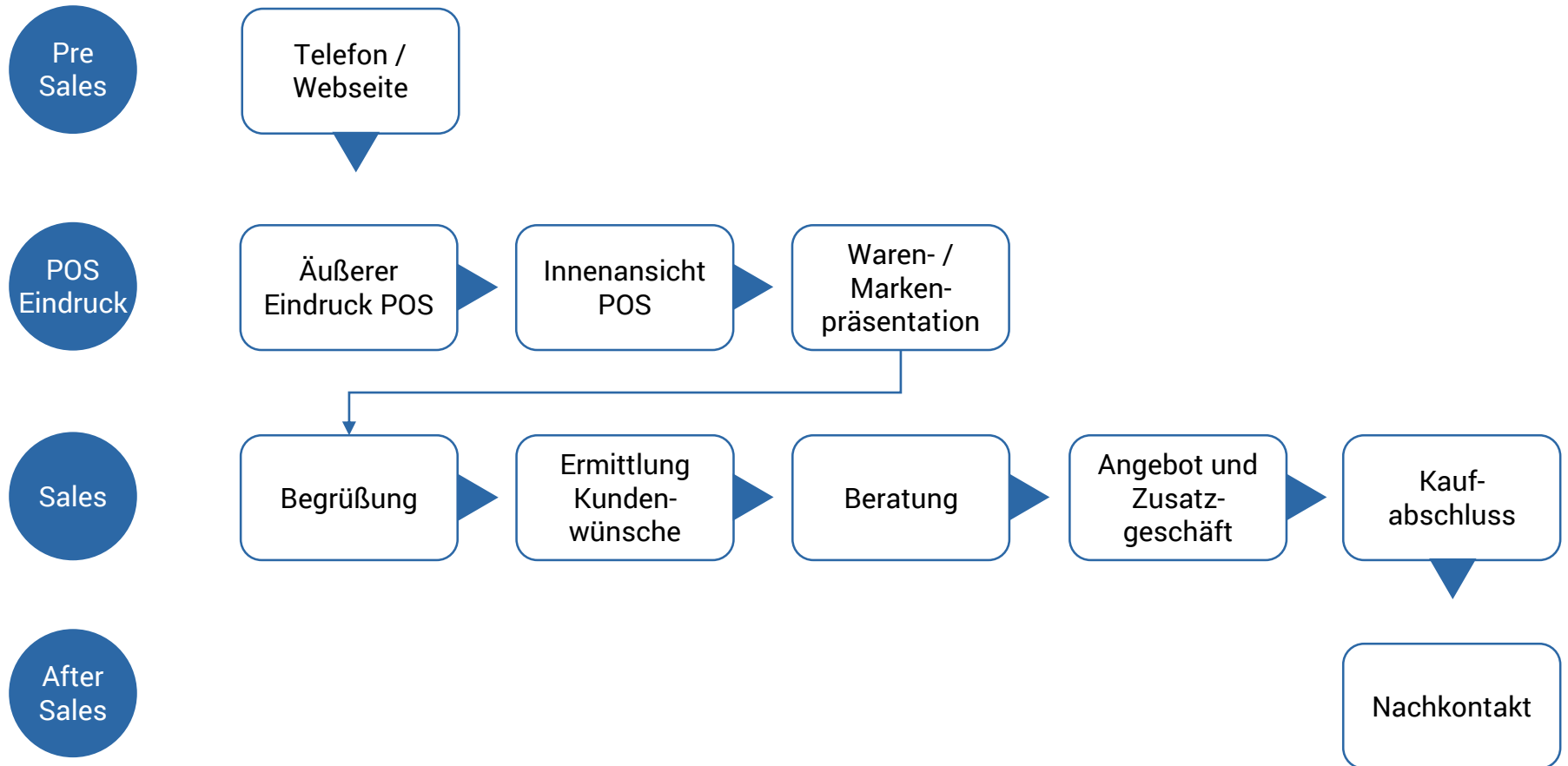
Der Nutzen von Mystery Shopping ist vielfältig.

NUTZEN DER MYSTERY SHOPPING VARIANTEN

Service Check	Store Check	Call Center Check	Promotion Check
<ul style="list-style-type: none">- 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	<ul style="list-style-type: none">- 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	<ul style="list-style-type: none">- 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	<ul style="list-style-type: none">- 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.

Mit Mystery Shopping können alle Kundenkontaktpunkte abgebildet und gemessen werden.

SET-UP: DOKUMENTATION ALLER KUNDENKONTAKTPUNKTE MIT MYSTERY SHOPPING



Wir unterstützen Sie bei der Konzeption des Fragebogens und der zu testenden Kundenkontaktsituationen.

SET-UP: KONZEPTION DES UNTERSUCHUNGSDESIGNS

- Der Beobachtungsbogen orientiert sich an dem Verlauf einer **typischen Kundenbegegnung**.
- **Alle Kundenkontaktpunkte** werden in die Untersuchung mit einbezogen und detailliert hinsichtlich relevanter Aspekte in den einzelnen Phasen beleuchtet (z.B. Freundlichkeit, Verkäufergeschick, Professionalität etc).
- Die quantitative, messbare und **objektive Bewertung** erfolgt anhand unterschiedlicher Skalen.
- Zusätzlich empfehlen wir eine **subjektive Bewertung mit offenen Fragen**, in der unsere Tester in Freitext die erlebte Servicesituation wiedergeben: Diese subjektive Wahrnehmung ist bei den getesteten Personen sehr beliebt und somit nachhaltig.

Überprüfungskriterien

- Eindruck von Filiale, Mitarbeiter, Atmosphäre, Werbemittel
- Eindruck vom Verkäufer-/Beraterverhalten im direkten Kontakt
- Verständnis der Kundenwünsche / Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Produktempfehlung und Erläuterung
- Cross Selling-Bemühungen / Zusatzgeschäft
- Allgemeine Wahrnehmungen des Kunden

*Ziel:
Objektivierte Kundenwahrnehmung ermitteln*

Ergebnis

- Objektivierte Beurteilung der Qualität des Kundenkontaktes
- Objektivierte Beurteilung der Qualität kundenbezogener Prozesse
- Ansatzpunkte zur Verbesserung aufdecken, sichtbar machen
- Beratungs- und Servicestandards überprüfen oder entwickeln helfen
- Benchmarks im Vergleich zum Wettbewerb oder zwischen den Filialen liefern

*Ziel:
Potenziale zur Verbesserung aufdecken*

Die Mystery Shopper müssen unterschiedliche Anforderungen erfüllen.

SET-UP: REKRUTIERUNG

Anforderungen an die Mystery Shopper

- Vertreter der Zielgruppe, um eine Unauffälligkeit der Teststrategie zu gewährleisten und ein möglichst repräsentatives Bild zu zeichnen.
- Interesse und Erfahrung beim Einsatz als Mystery Shopper
- Hohe Beobachtungsgabe und Fähigkeit nach vorgegebenen Standards objektiv zu bewerten.
- Interesse im Bereich des Untersuchungsgegenstands
- Glaubhafte Legende (bei Beratung)
- Freundliches Auftreten und hohe Zuverlässigkeit
- Wohnort nah am Einsatzort, um Reisekosten zu vermeiden
- Zuverlässige, akkurate und pünktliche Dokumentation der Beobachtungen

MYSTERYPANEL Selektionsprozess

Vorselektion durch unsere Datenbank

Klärung von Einsatzfähigkeit und -bereitschaft

Telefonische Interviews

Mit unserem Geocoding-System können wir Mystery Shopper direkt in der Nähe des Testorts auswählen und einsetzen.

SET-UP: REKRUTIERUNG – AUSZUG AUS DER DATENBANK

Datenbanksuche

Kartensuche

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin / Brandenburg
- Hamburg
- Hessen
- Meckl.-Vorpommern
- Nieders. / Bremen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

The image shows a map of Hamburg, Germany, with numerous red location pins scattered across the city. A popup window is open over one of the pins, displaying contact information for Hans Mustermann. The popup includes a profile picture, a close button (X), and the following details: Papehuder Straße 49, 22087 Hamburg, hans@mustermann.de, 040-123456, and 0123-45678910. The map interface includes navigation controls on the left and map style options (Karte, Satellit, Hybrid) at the top right. A secondary menu with 'Kontakt', 'Performance', and 'Routenplaner' is visible above the popup.

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

SET-UP: REKRUTIERUNG – AUSZUG SELEKTIONSKRITERIEN

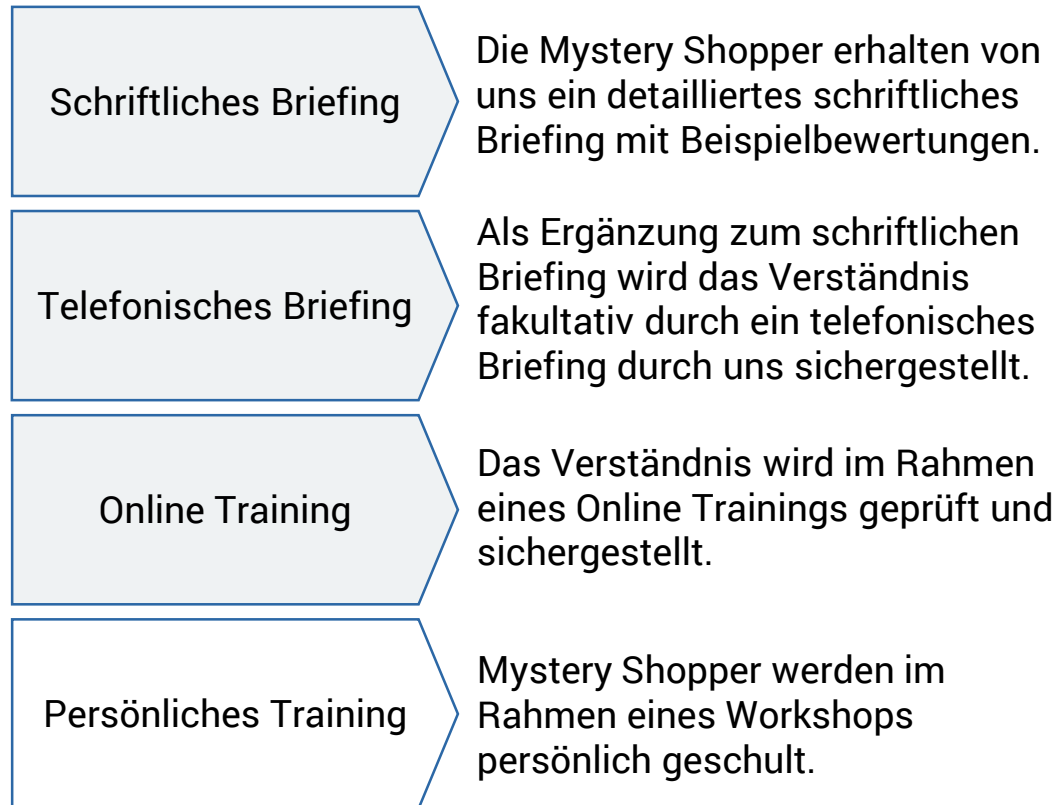
Selektionskriterien der
Mystery Shopper

- 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, Kontaktlinsen, Rollstuhl)
- Geräte (z.B. Digitalkamera)
- Zeitschriften
- etc.

*Die Kriterien werden
ständig und nach
Ihren Wünschen
erweitert*

Die Mystery Shopper werden zur Erfüllung ihrer Aufgabe hinreichend vorbereitet.

SET-UP: BRIEFING-OPTIONEN



Empfehlung:

Wir empfehlen ein *schriftliches* Briefing mit Referenzunterlagen zur Bewertung gegebenenfalls kombiniert mit einem *telefonischen* Briefing / *Online Training*, um das Verständnis der Bewertungsgrundlage der Aufgabe abzusichern.

Unser MYSTERYPANEL auf einen Blick



Wir verfügen über ein flächendeckendes Feld mit über 26.000 Mystery Shoppers. Dabei sind wir nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich und der Schweiz vertreten.

GESCHLECHTER-VERTEILUNG



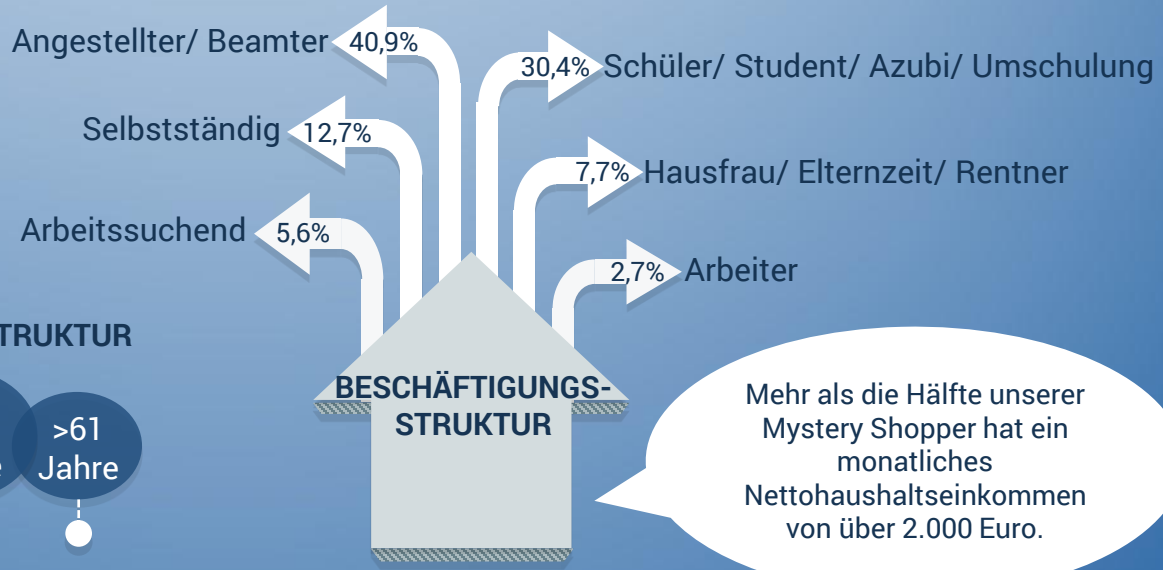
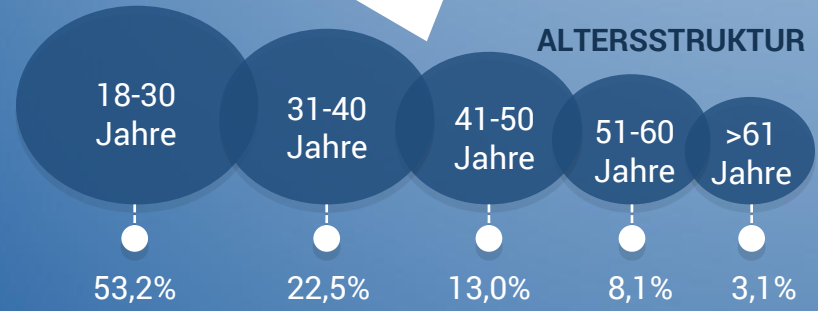
58,7%
weibliche
Mystery Shopper



41,3%
männliche
Mystery Shopper

Der Großteil unserer Mystery Shopper lebt in einer Lebensgemeinschaft und kann somit auch paarweise eingesetzt werden.

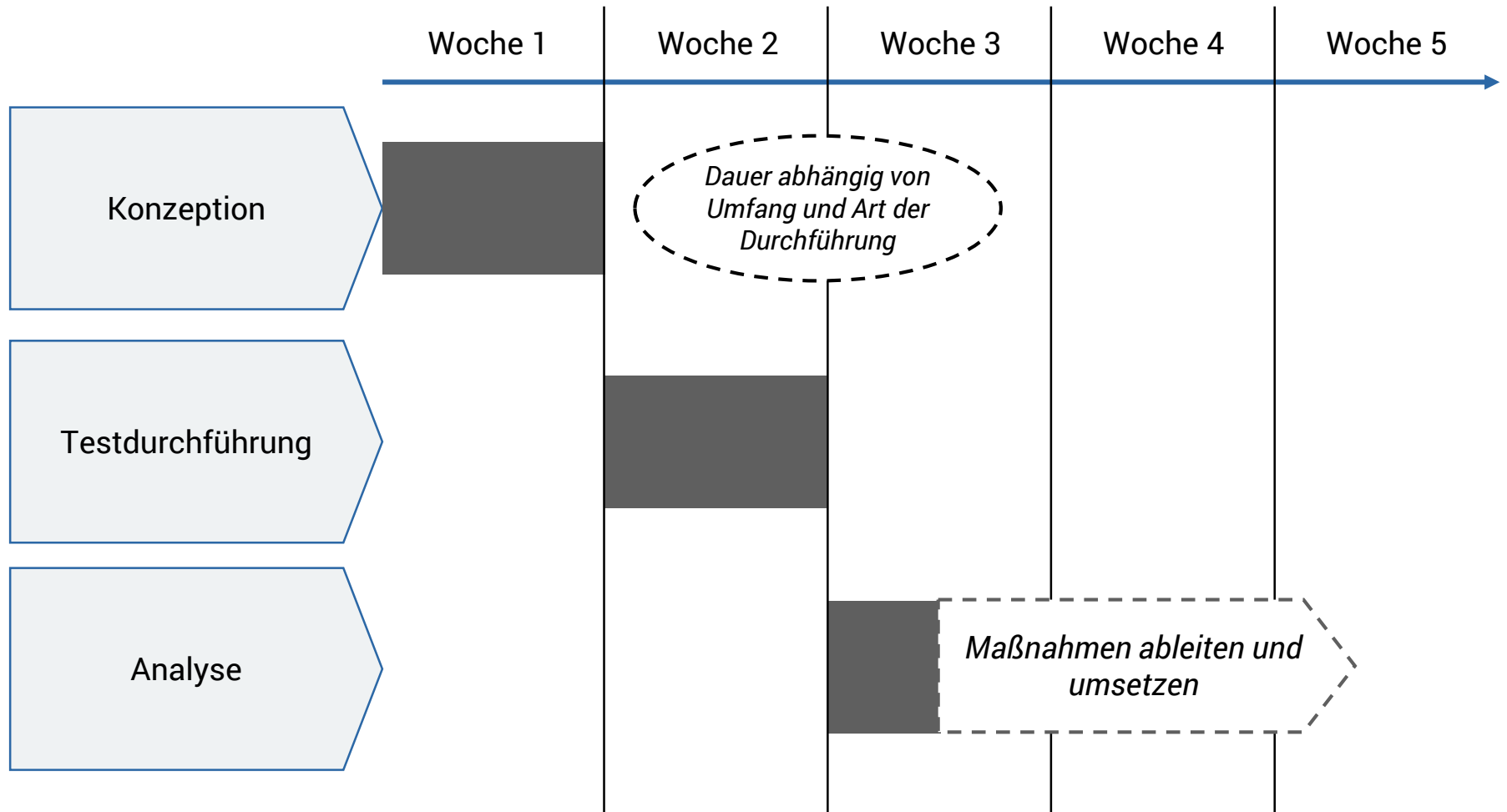
Die Altersstruktur unserer Mystery Shopper zeigt einen bunten Mix. Zudem hat ein Drittel unserer Mystery Shopper Kinder, was interessant für Spezialtests ist, in denen Kinder oder Jugendliche eine Rolle spielen.



Mehr als die Hälfte unserer Mystery Shopper hat ein monatliches Nettohaushaltseinkommen von über 2.000 Euro.

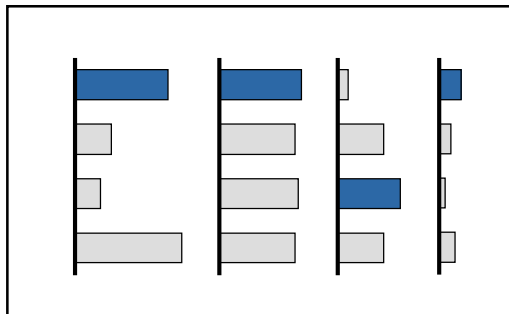
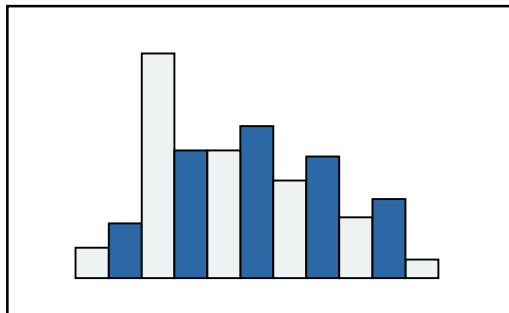
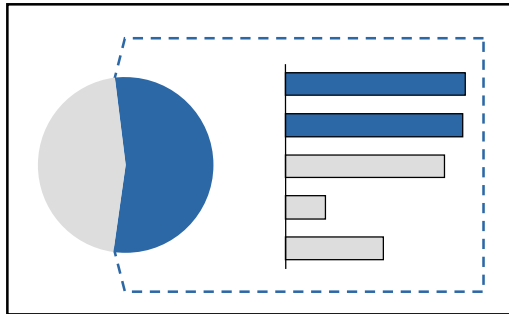
Ein Mystery Shopping kann für eine Erstdurchführung binnen drei Wochen abgeschlossen werden.

DURCHFÜHRUNG: ZEITHORIZONT MYSTERY SHOPPING



Die Ergebnisse werden in detaillierten Einzelberichten und in einem ausführlichen und aussagekräftigen Schaubildbericht dargestellt.

REPORTING: MYSTERY SHOPPING ERGEBNISDARSTELLUNG



- Wir führen eine fundierte Analyse der erhobenen Daten durch.
- Jede Filiale erhält auf Wunsch einen **Einzelbericht**, der es den Mitarbeitern ermöglicht, den Besuch und die Bewertung vollständig nachzuvollziehen. So können Lernfortschritte gemacht werden.
- Daneben bereiten wir die **Gesamtergebnisse** über alle Filialen in einem Chartbericht auf. Sie erhalten aussagekräftige Diagramme statt schwer zu interpretierende Daten.
- 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.

Nach erfolgreich durchgeführtem Mystery Shopping statten wir Ihre Filialen auf Wunsch mit einem Servicesiegel aus.

MYSTERYPANEL SERVICESIEGEL



- Die Kommunikation der Überprüfung Ihrer Dienstleistungsqualität stiftet Nutzen.
- Das Servicesiegel trägt die regelmäßige Überprüfung Ihrer Dienstleistungsqualität durch **erfahrene und unabhängige Dritte** nach außen.
- Das Dienstleistungssiegel stellt ein **eigenständiges Symbol für die Güte** Ihrer Dienstleistung dar.
- Ihren Kunden vermittelt das Servicesiegel **Wertigkeit** und schafft **Vertrauen**, bei dem richtigen Unternehmen Kunde zu sein
- Ein vorhandenes Dienstleistungssiegel fördert die **Weiterempfehlungsbereitschaft** Ihrer Kunden.
- Mit dem Servicesiegel werden Ihre Mitarbeiter stetig sensibilisiert, dass Sie in einem Unternehmen arbeiten, welches vom **Servicegedanken** geprägt ist und bei dem sehr guter Service für den Kunden im Vordergrund steht.

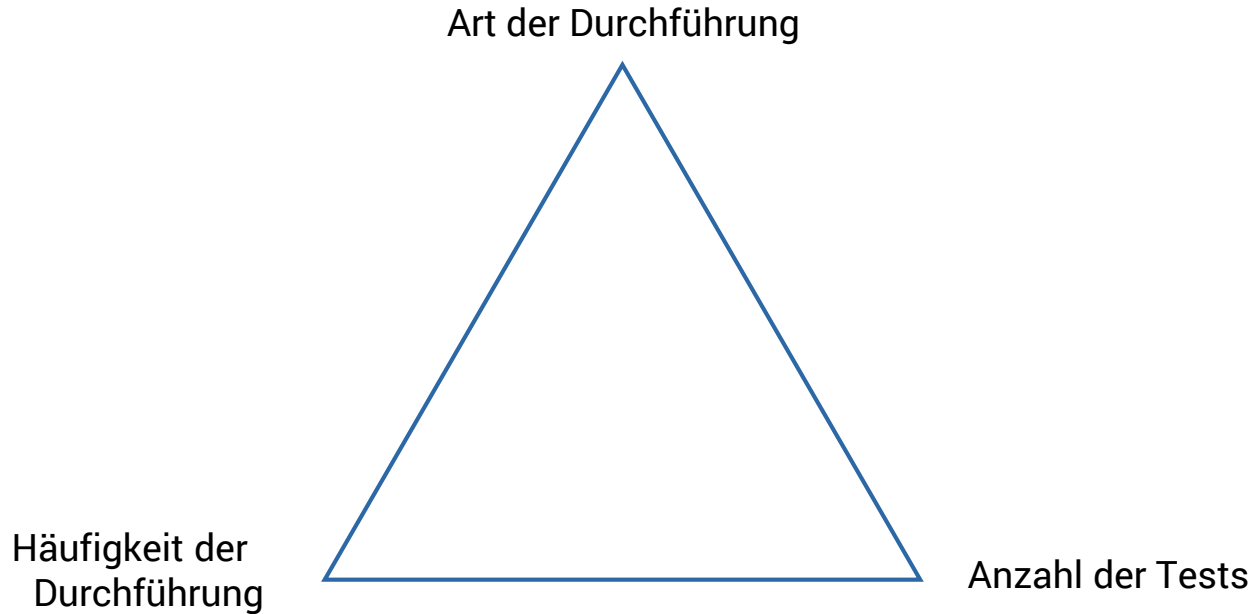
Wir sichern die Qualität beim Mystery Shopping durch unterschiedliche Maßnahmen.

MYSTERYPANEL QUALITÄTSSICHERUNG



Die Kosten eines Mystery Shopping-Projekts richten sich nach Durchführungsort und Auftragsvolumen.

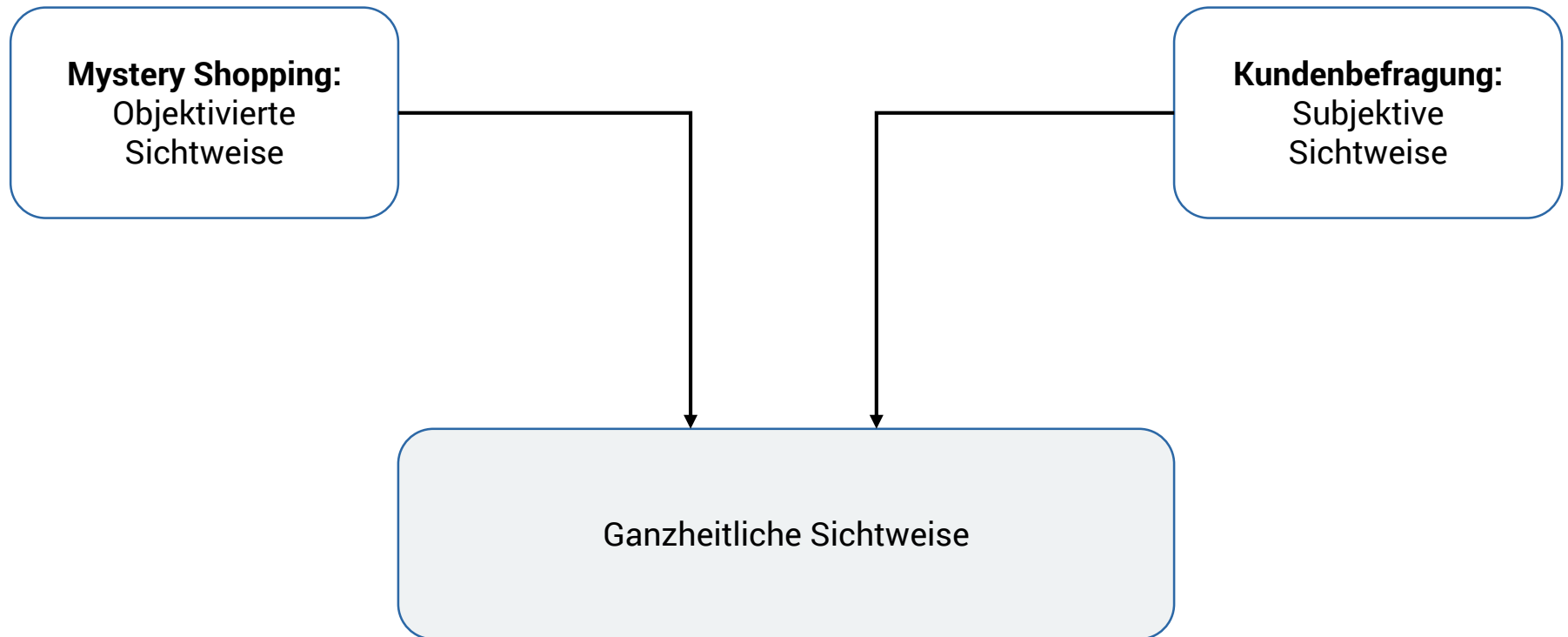
PROJEKTKOSTEN MYSTERY SHOPPING



Gern unterbreiten wir Ihnen ein Angebot für ein konkretes Projekt

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

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



Die Kombination ermöglicht den Abgleich von unternehmenseigenen Kriterien mit Kundenwahrnehmungen.

EXKURS 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

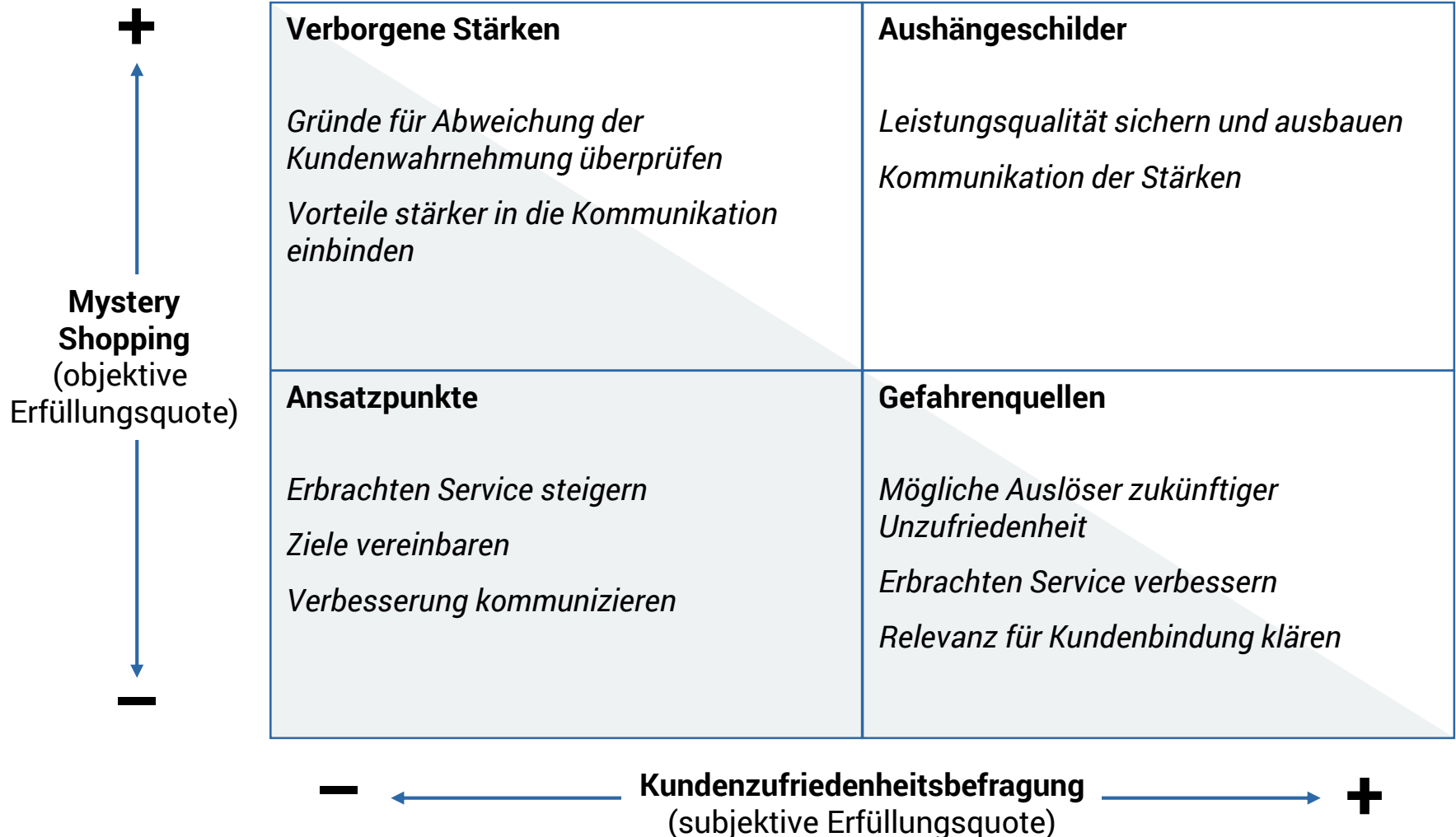
- Erfüllt unser Unternehmen die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden?
- In welchen Bereichen handeln wir (nicht) kundengerecht?
- Fühlt sich der Kunde willkommen?
- Wurde alles getan, um eine (langfristige) Kundenbeziehung aufzubauen bzw. wird der Kunde wiederkommen?
- Wie erlebt der Kunde die Philosophie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



Für die Zusammenarbeit mit MYSTERYPANEL gibt es unterschiedliche Vorteile.

VORTEILE AUF EINEN BLICK

1

Wir verfügen über ein Mystery Shopper-Feld mit über 26.000 Testkunden in D-A-CH.

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.

Wir konnten bereits Klienten aus unterschiedlichen Branchen mit unserer Arbeit begeistern.

AUSWAHL UNSERER REFERENZEN





MYSTERYPANEL

www.mysterypanel.de
www.splendid-research.com

SPLENDID RESEARCH GmbH
Barmbeker Str. 7a
22303 Hamburg

+49-40 / 69 45 366 -0

hallo[at]splendid-research.com

© 2017 SPLENDID RESEARCH GmbH

Sitz der Gesellschaft: Hamburg, Amtsgericht Hamburg HRB 143505, Geschäftsführer: Dr. Gunnar Grieger, Kathleen Mahrenholz, André Wolff

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 SPLENDID RESEARCH GmbH.