

PRESSEMITTEILUNG:

Mystery Shopping als Instrument für PR-Agenturen

Hamburg, 5. August 2010 – **PR-Agenturen können mit der Veröffentlichung von Studienergebnissen aus Serviceanalysen für ihre Kunden medienwirksame Erfolge erzielen. Mystery Shopping ist eine zuverlässige Methode, um die Servicequalität eines Unternehmens zu messen. Das Hamburger Marktforschungsinstitut Dr. Grieger & Cie. ist als Betreiber der Mystery Shopping Agentur MYSTERYPANEL Spezialist für Testkäufe und begleitet PR-Agenturen bei der Durchführung von Mystery Shopping.**

Hoher Nutzen für PR-Agenturen

Die Studienergebnisse einer Serviceanalyse durch objektiv arbeitende Testkunden können für PR-Agenturen Nutzen stiften: Dabei können besonders positive Aspekte, wie eine hohe Kundenfreundlichkeit oder eine hohe Dienstleistungsqualität, identifiziert und gemessen werden. Diese Ergebnisse können im Rahmen einer Studie medienwirksam aufbereitet und veröffentlicht werden und dienen einer wertorientierten Kommunikation. „Interessante und gut aufbereitete Studienergebnisse können das Interesse von Journalisten, z.B. der Tages-, Magazin- oder Onlinemedien durchaus wecken, da sie einen wertvollen Themenservice darstellen“, erläutert Gunnar Grieger, Inhaber von Dr. Grieger & Cie. Marktforschung aus Hamburg. Allerdings ist bei Studien neben einer unabhängigen und objektiven Durchführung insbesondere auf ein statistisch einwandfreies Studiendesign zu achten, damit die Glaubwürdigkeit gefördert und nicht gefährdet wird.

Professionelle Begleitung durch erfahrenes Marktforschungsinstitut

Bei der Durchführung von Mystery Shopping sollte eine PR-Agentur auf ein in diesem speziellen Bereich erfahrenes Marktforschungsinstitut setzen. Dies fördert neben einer professionellen und reibungslosen Abwicklung die Glaubwürdigkeit und erleichtert den Journalisten die Einordnung der Ergebnisse. „Wir verfügen über einen breiten Stamm an erfahrenen Testkunden, die wir regelmäßig einsetzen, um die Servicequalität professionell zu erheben“, führt Grieger weiter aus.

Hintergrund Mystery Shopping

Unter Mystery Shopping werden Verfahren zu Messung von Servicequalität zusammengefasst, bei denen verdeckt arbeitende Testpersonen den Service eines Unternehmens bewerten. Die Testkunden werden auf ihre Aufgabe im Rahmen einer Schulung vorbereitet und dokumentieren die Servicequalität anhand eines fest vorgegebenen Beobachtungsbogens. Mystery Shopper werden branchenübergreifend an Kundenschnittstellen eingesetzt, wie z.B. im Einzelhandel, in Hotels, bei Banken, in Fitnessstudios oder in Krankenhäusern. Mystery Shopping hat nach Expertenschätzung in Deutschland ein jährliches Marktvolumen von 75 Mio. Euro.

Weiterführende Informationen über Mystery Shopping und die Einsatzmöglichkeiten in der Öffentlichkeitsarbeit gibt es unter www.mysterypanel.de.

Über Dr. Grieger & Cie. Marktforschung

Dr. Grieger & Cie. bietet als inhabergeführtes Marktforschungsinstitut qualitative und quantitative Marktforschung und betreut Unternehmen aus den Branchen Automobil, Bau / Immobilien, Beratung / Dienstleistung, Chemie / Pharma, Elektronik / Informatik, Energie, Finanzdienstleistungen / Banken / Versicherungen, Gesundheitswesen, Handel, Konsumgüter, Medien / Kommunikation, Produzierendes Gewerbe sowie Transport / Verkehr. Mehr: www.grieger-cie.de

Als qualitätsführender Mystery Shopping Anbieter bietet Dr. Grieger & Cie. unter www.mysterypanel.de Servicetest-Dienstleistungen an. Dafür wird ein eigenes flächendeckendes Netz mit geschulten Testkäufern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz eingesetzt.

Pressekontakt:

Dr. Gunnar Grieger

MYSTERYPANEL | Dr. Grieger & Cie.

Papenhuder Str. 53

22087 Hamburg

Tel 0 40/22 69 22 50

presse[at]mysterypanel.de