

WETTBEWERBSBEOBACHTUNG

Mystery Shopping als Instrument der
Competitive Intelligence in B2B- und B2C-Märkten

MYSTERYPANEL

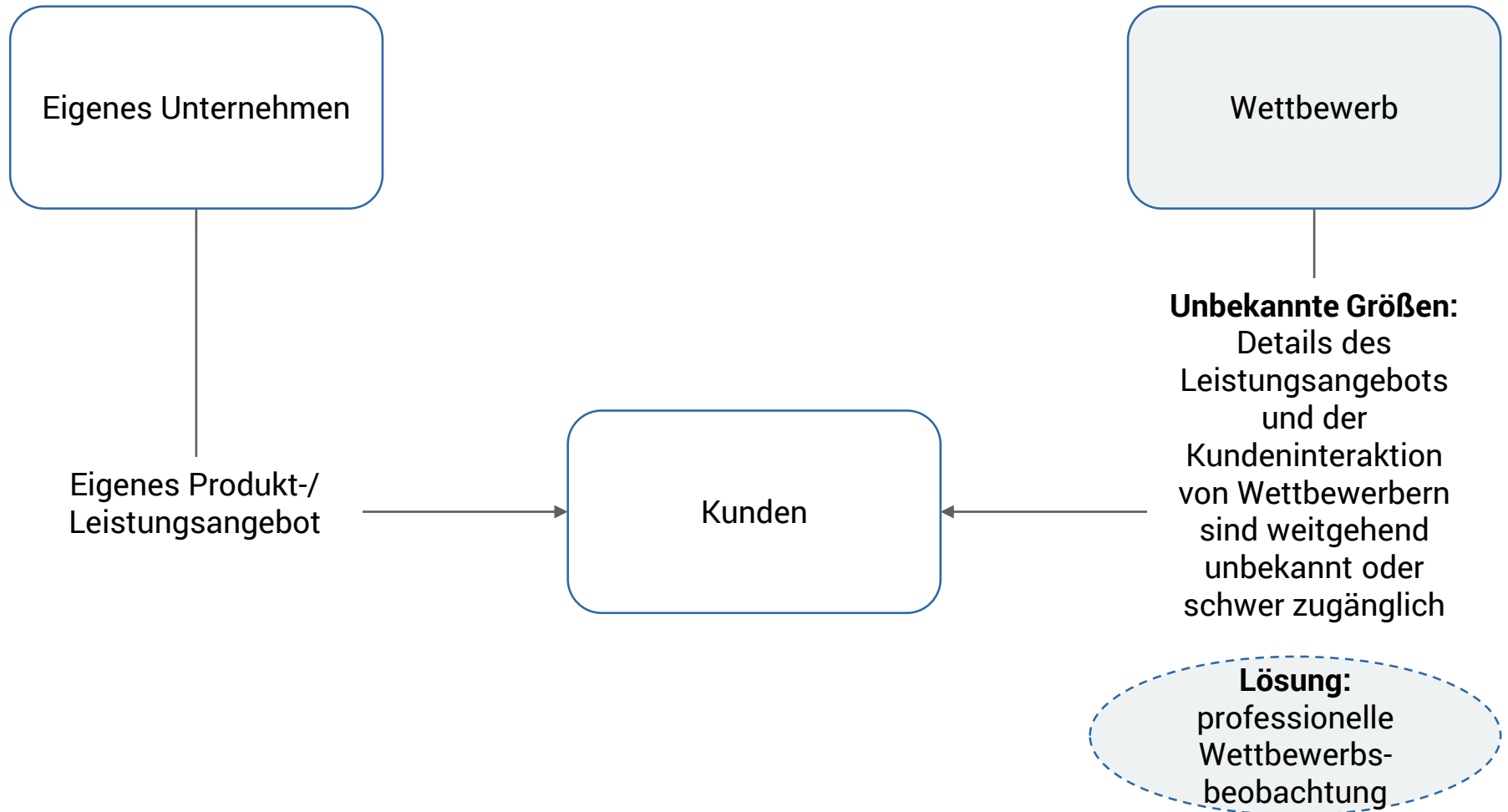
SPLENDID RESEARCH GmbH

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.

Insbesondere in B2B-Märkten sind Informationen über Marketingmaßnahmen von Wettbewerbern schwer zugänglich.

AUSGANGSSITUATION: WISSENSLÜCKE WETTBEWERB



Mit Mystery Shopping lassen sich im Rahmen einer Wettbewerbsbeobachtung unterschiedliche Fragestellungen beantworten.

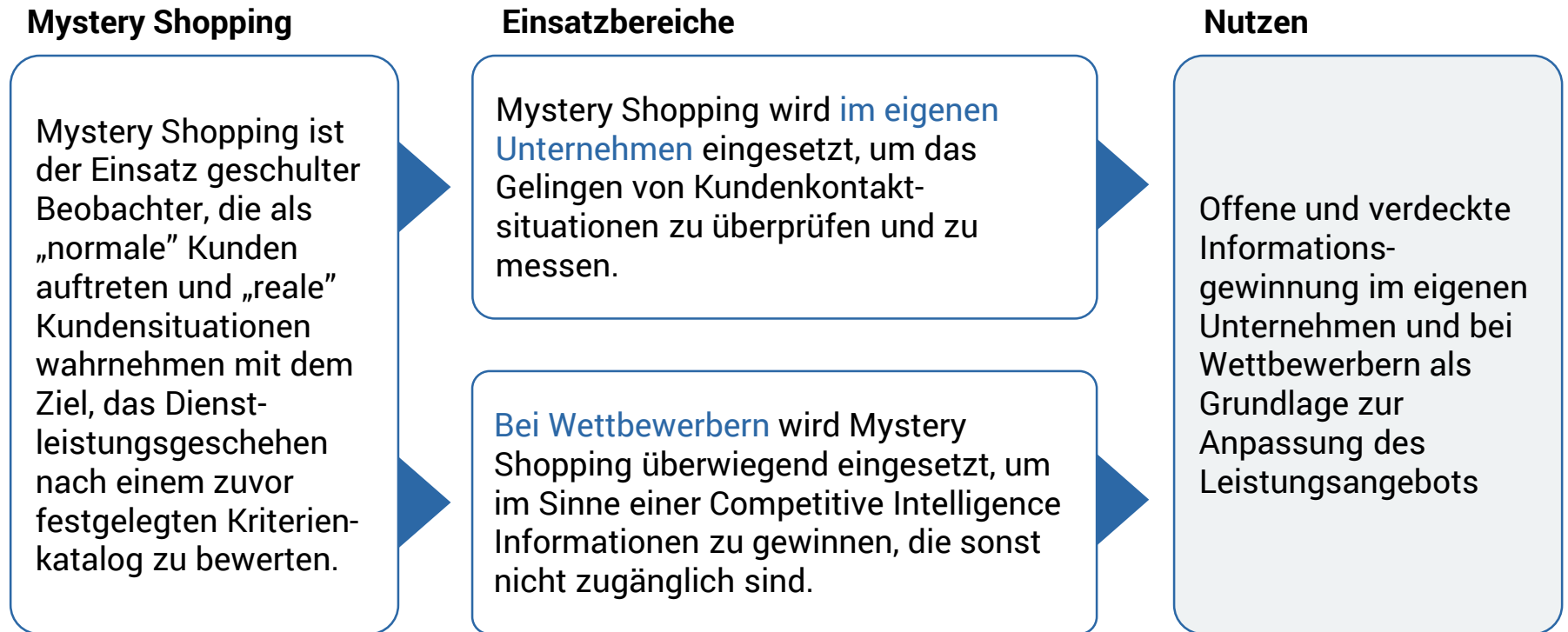
EINSATZBEISPIELE MYSTERY SHOPPING BEI EINER WETTBEWERBSBEOBACHTUNG

Fragestellungen
Konkurrenzbeobachtung

- Unser Wettbewerber kommuniziert seine Preise nicht offen am Markt, wie können wir diese **Preise dennoch in Erfahrung bringen?**
- Wir möchten gerne wissen, welche **Werbemittel und Marketingunterlagen** unser Wettbewerber bei potenziellen Kunden einsetzt.
- Wir kennen zwar die Listenpreise unserer Wettbewerber, aber wir möchten gern herausfinden, **welche Zugaben und Rabatte** er bei Neukunden / Bestandskunden macht.
- Wir verkaufen ein gleichartiges Produkt wie unser Wettbewerber und würden gern wissen, **welche Verkaufsargumente** die Verkäufer einsetzen.
- Wir möchten gern in Erfahrung bringen, wie und in welcher Form unser Wettbewerber **auf Anfragen reagiert** und wie die **Angebote strukturiert** sind.
- ...

Mystery Shopping kann eingesetzt werden, um wichtige Informationen über das eigene Unternehmen und über Wettbewerber zu gewinnen.

HINTERGRUND MYSTERY SHOPPING



Mit Mystery Shopping können wertvolle Informationen über Wettbewerber und ihre Interaktion mit Kunden gewonnen werden.

COMPETITIVE INTELLIGENCE MIT MYSTERY SHOPPING

Competitive Intelligence

Im Sinne einer Competitive Intelligence ist Mystery Shopping die verdeckte Informationsgewinnung an relevanten Kundenschnittstellen des Wettbewerbs, die nicht transparent sind.

Aufzudeckende Informationen

- Preise
- Rabatte / Zugaben
- Konditionen
- Pricing-Strategien
- Vertriebsmaßnahmen
- Verkaufsargumente
- Marketingmaßnahmen
- Kommunikation
- ...

Nutzen

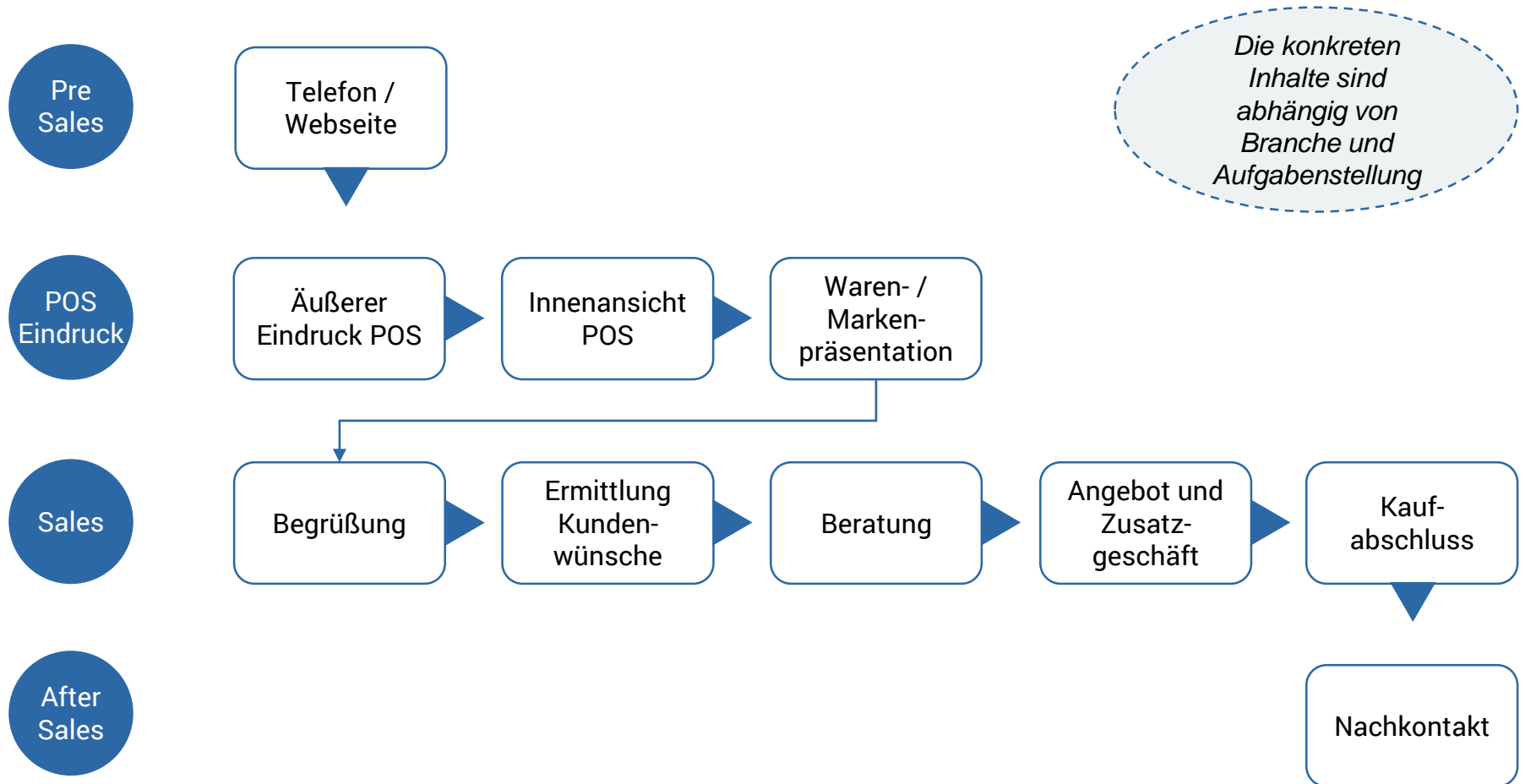
- Detaillierte Kenntnis des Leistungsangebots und der Kundeninteraktion von Wettbewerbern
- Schaffen einer Vergleichsbasis und ggf. Anpassung eigener Strategien

Vorgehen:

Im Rahmen einer Konkurrenzbeobachtung treten geschulte Mystery Shopper mit Wettbewerbern in Kontakt, lassen sich Angebote unterbreiten und dokumentieren relevante Teile des Verkaufsprozesses zur Identifikation wichtiger Informationen.

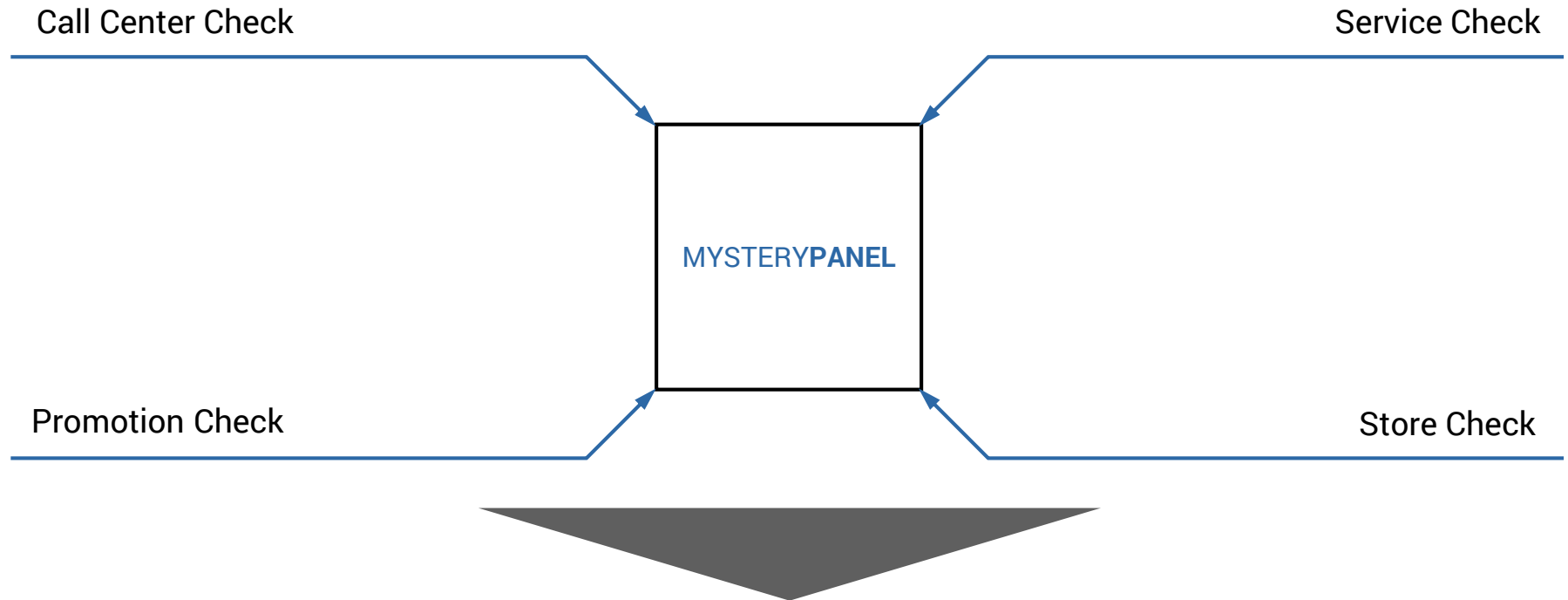
Mit Mystery Shopping können alle Kundenkontaktpunkte abgebildet und gemessen werden: im eigenen Unternehmen und bei Wettbewerbern.

SET-UP: DOKUMENTATION ALLER KUNDENKONTAKTPUNKTE MIT MYSTERY SHOPPING



Wir bieten unterschiedliche Varianten von Mystery Shopping an, um Ihre Dienstleistungsqualität und die der Wettbewerber 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

- 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

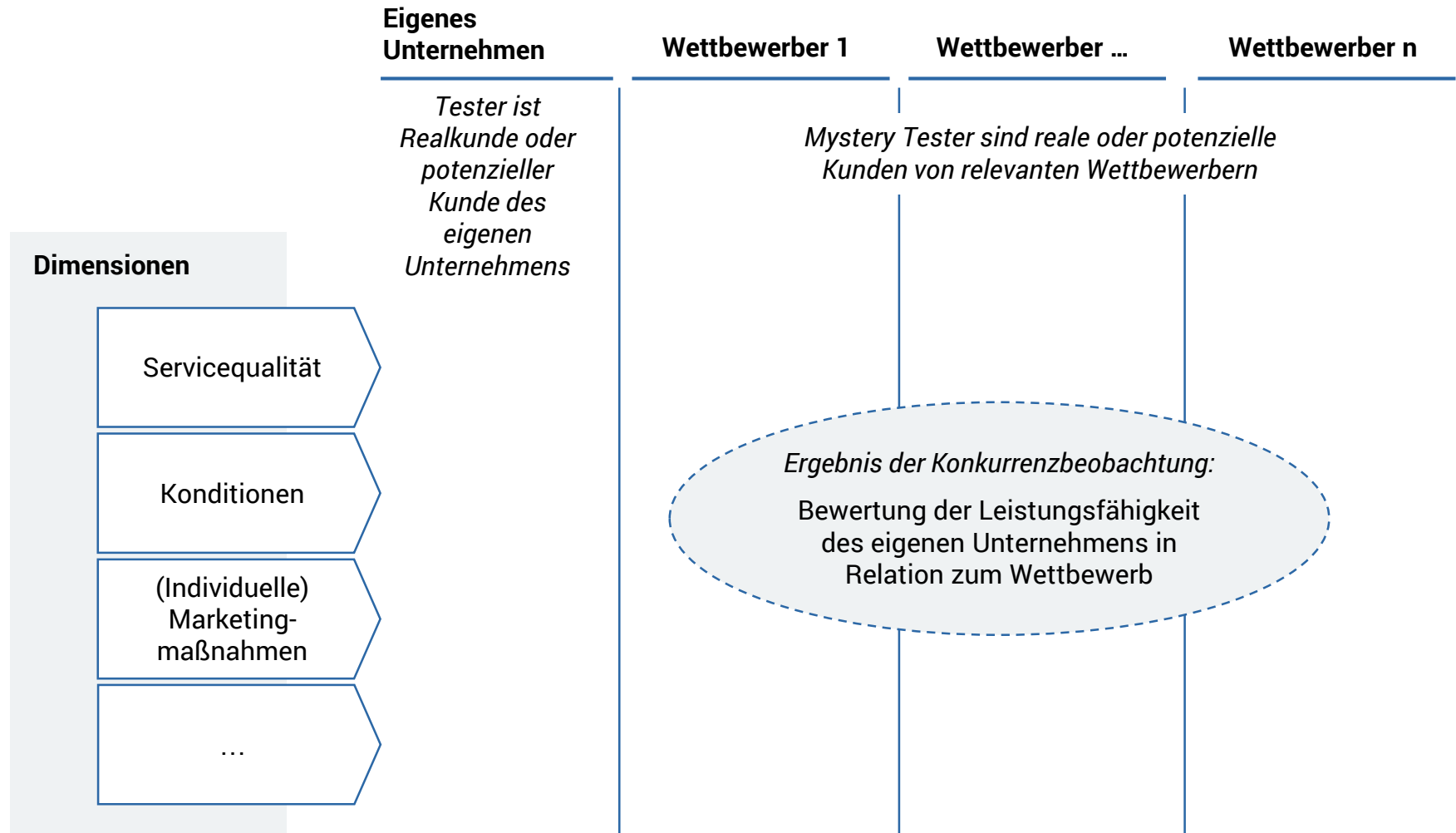
- Gewinnung genauer Hinweise über das Verhalten der Call-Center-Agenten in jeder Stufe des Gesprächs
 - Bei Verkaufsaktionen kann Effizienz und Effektivität der Konzeption direkt durch die Zielgruppe bewertet werden
-

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.
-

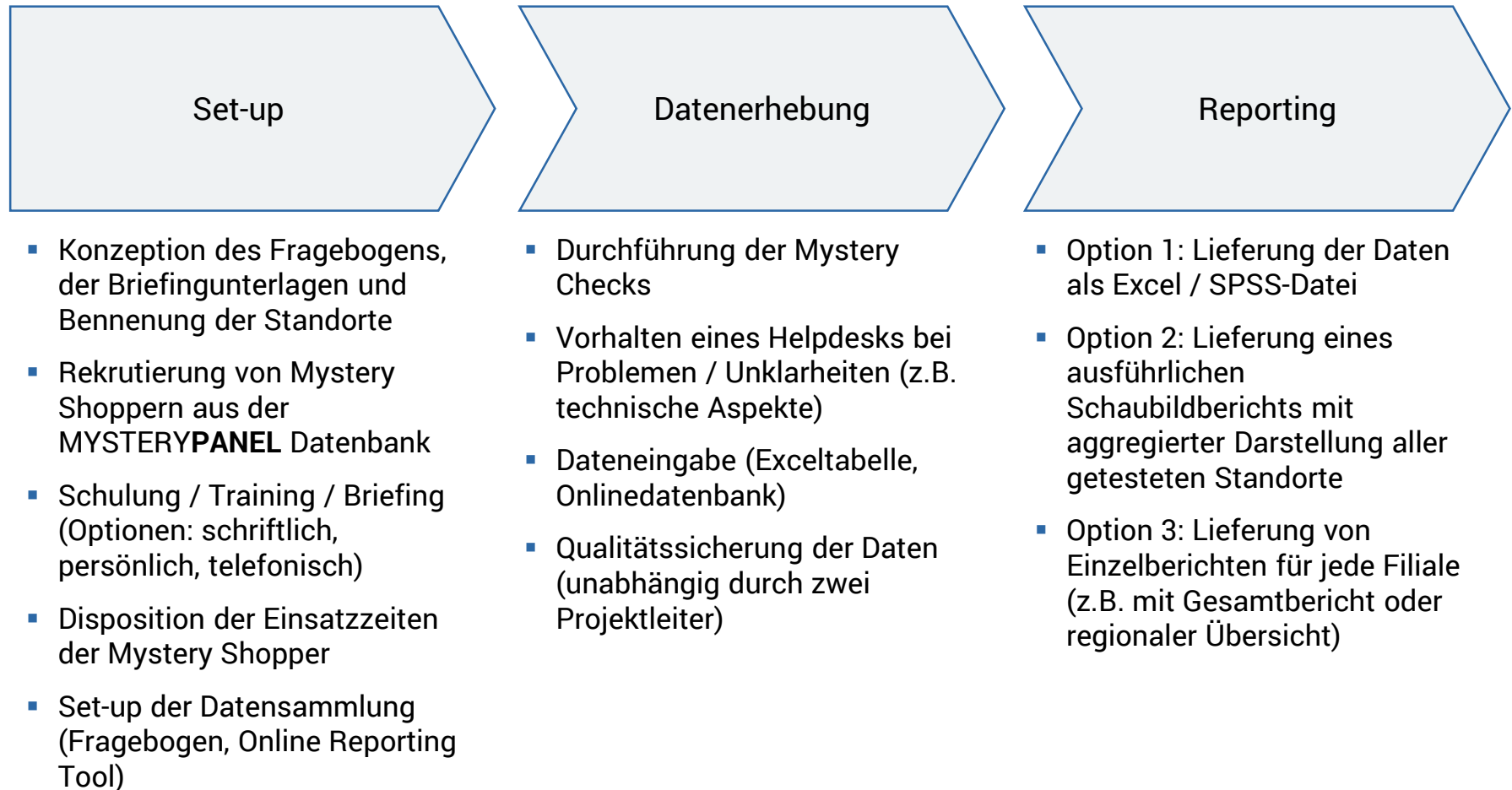
Mit dem Einsatz von Testern, die Kunden bei Wettbewerbern sind, können Vergleiche von Leistungsinhalten und -qualität abgebildet werden.

VERGLEICHENDE ANALYSEN BEI DER KONKURRENZBEOBACHTUNG



Ein Mystery Shopping Projekt im Rahmen einer Wettbewerbsbeobachtung wird üblicherweise in drei Schritten abgewickelt.

PROJEKTSCHRITTE 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 the map, displaying contact information for Hans Mustermann. The popup includes a small profile picture, the name 'Hans Mustermann', and the following details: 'Papenhuder 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. Other map features like 'Kontakt', 'Performance', and 'Routenplaner' are visible below the map style options.

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

SET-UP: REKRUTIERUNG – AUSZUG SELEKTIONSKRITERIEN

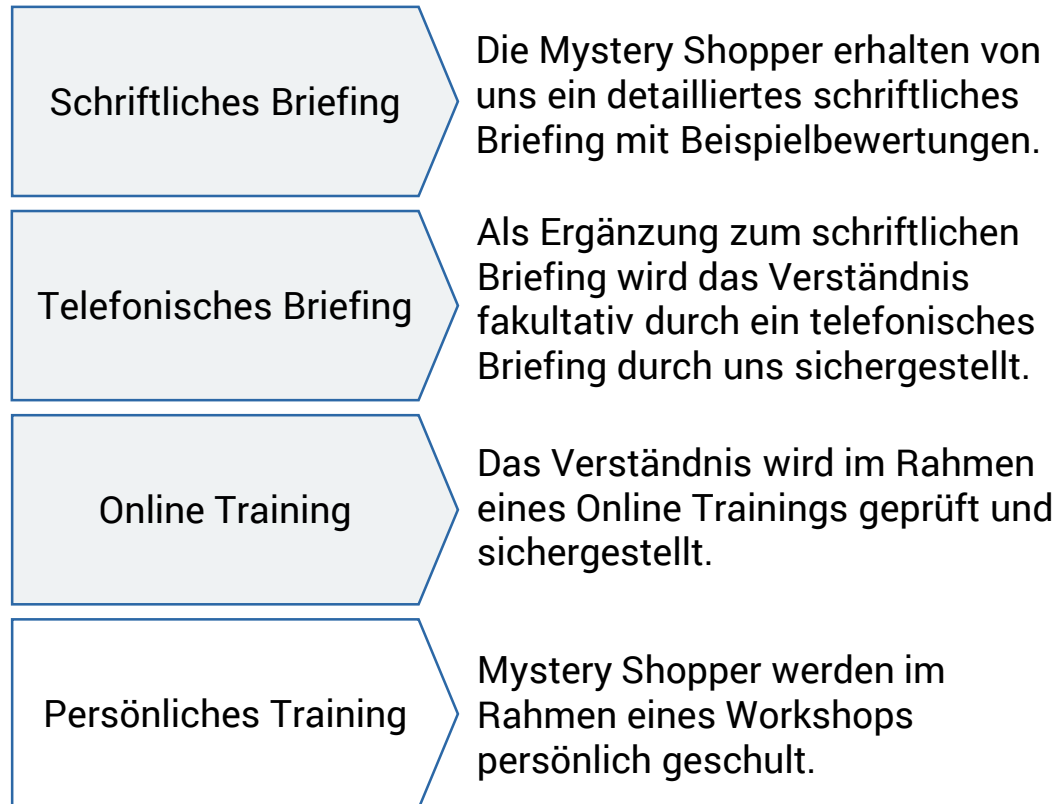
Selektionskriterien der
Mystery Shopper

- 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, Linsen, 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

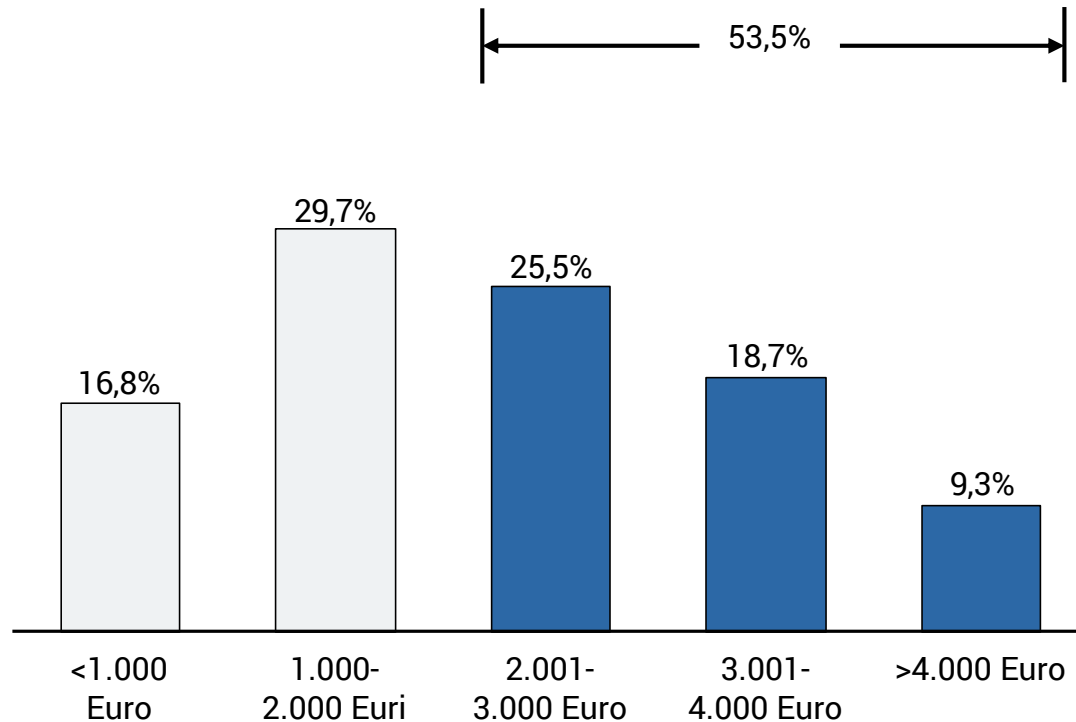


Empfehlung:

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.

Ein großer Teil unserer Mystery Shopper verfügt über ein hohes monatliches Haushaltsnettoeinkommen.

AUSZUG AUS UNSERER DATENBANK: HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN DER MYSTERY SHOPPER



Ein großer Teil unserer Mystery Shopper verfügt über ein hohes Haushaltsnettoeinkommen.

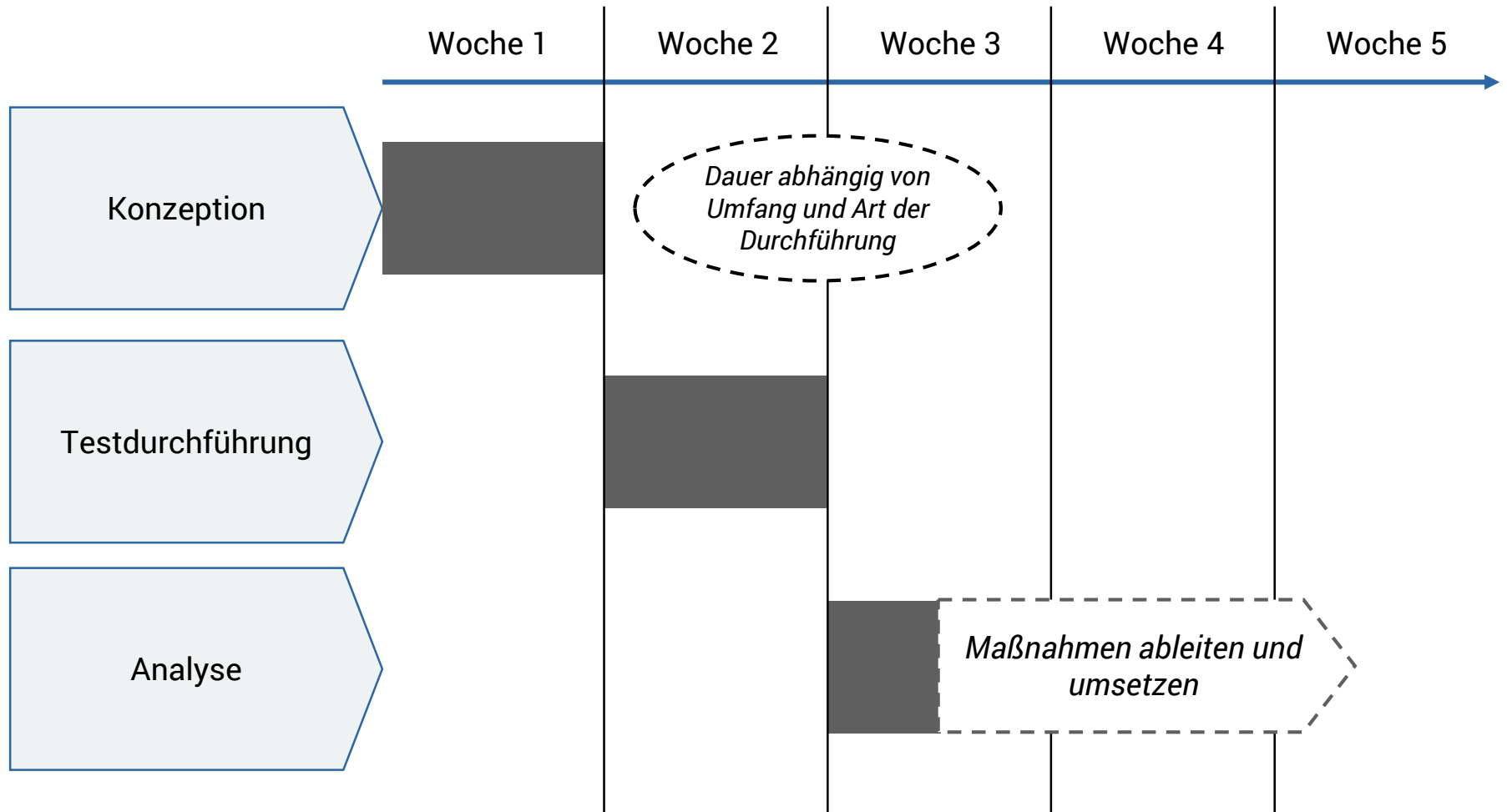
Insofern kann davon ausgegangen werden, dass unsere Mystery Shopper durch die Freude an der Tätigkeit und weniger durch monetäre Aspekte motiviert werden.

Ferner können wir neben klassischen Mystery Shopping-Segmenten insbesondere den Luxussektor mit realistischen Mystery Shoppern bedienen.

n= 9.705 (freiwillige Angaben)

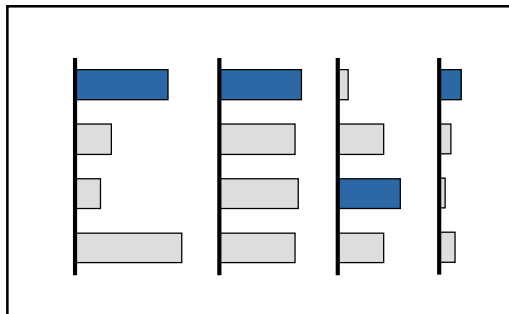
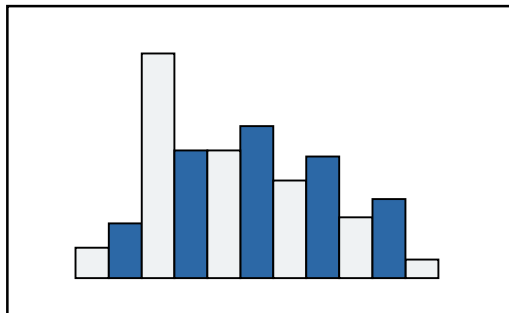
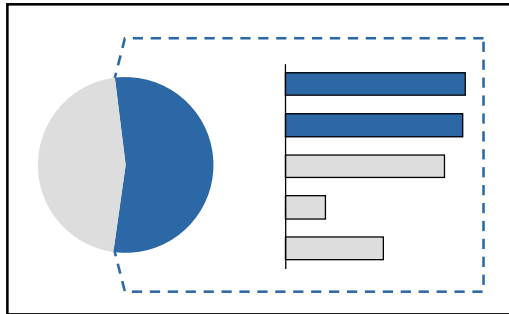
Ein Mystery Shopping kann für eine Erstdurchführung binnen drei Wochen abgeschlossen werden.

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.

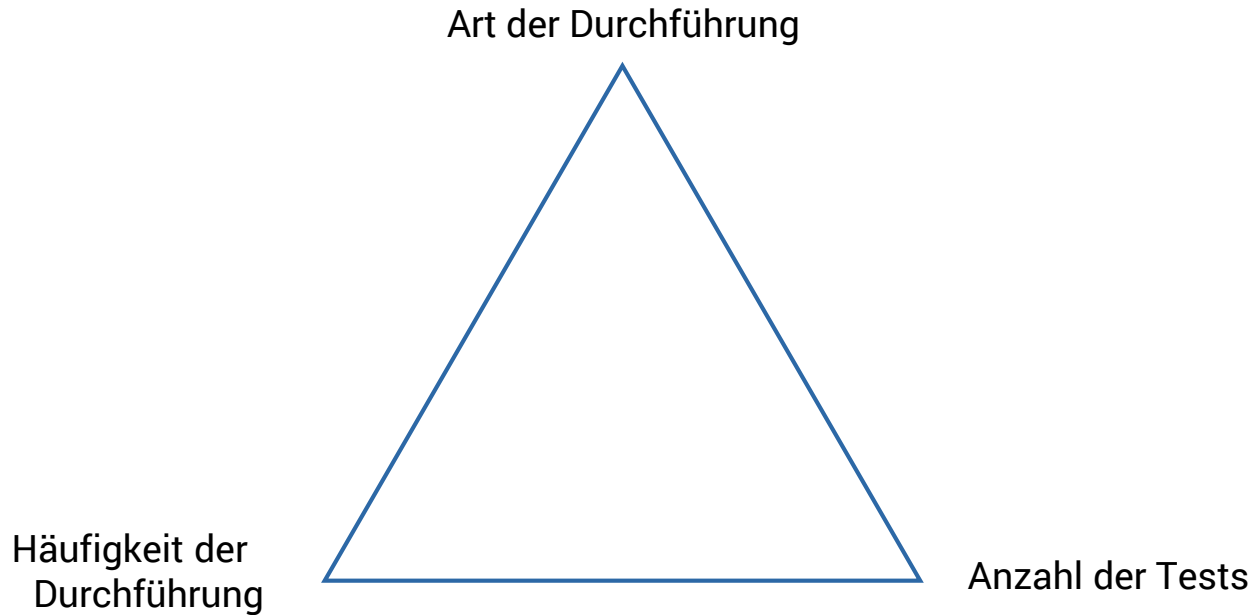
Wir sichern die Qualität beim Mystery Shopping durch unterschiedliche Maßnahmen.

MYSTERYPANEL QUALITÄTSSICHERUNG



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

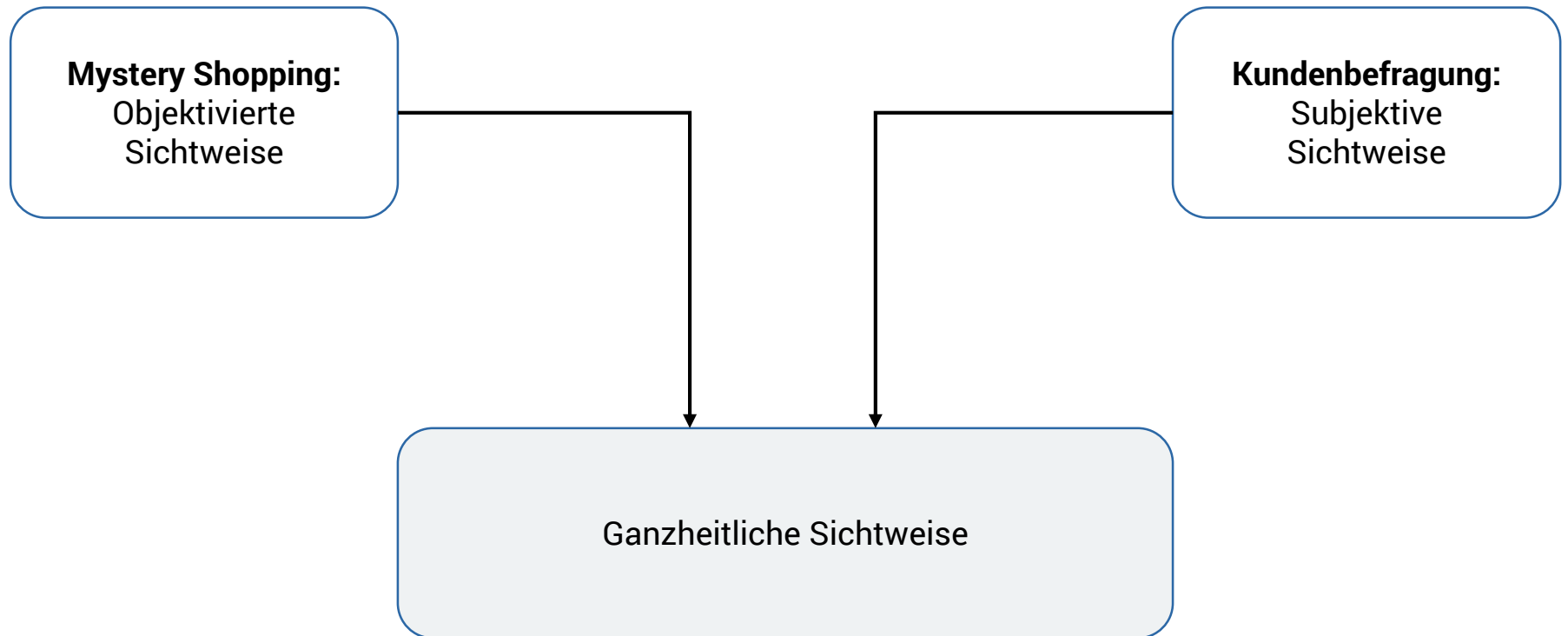
PROJEKTKOSTEN MYSTERY SHOPPING



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

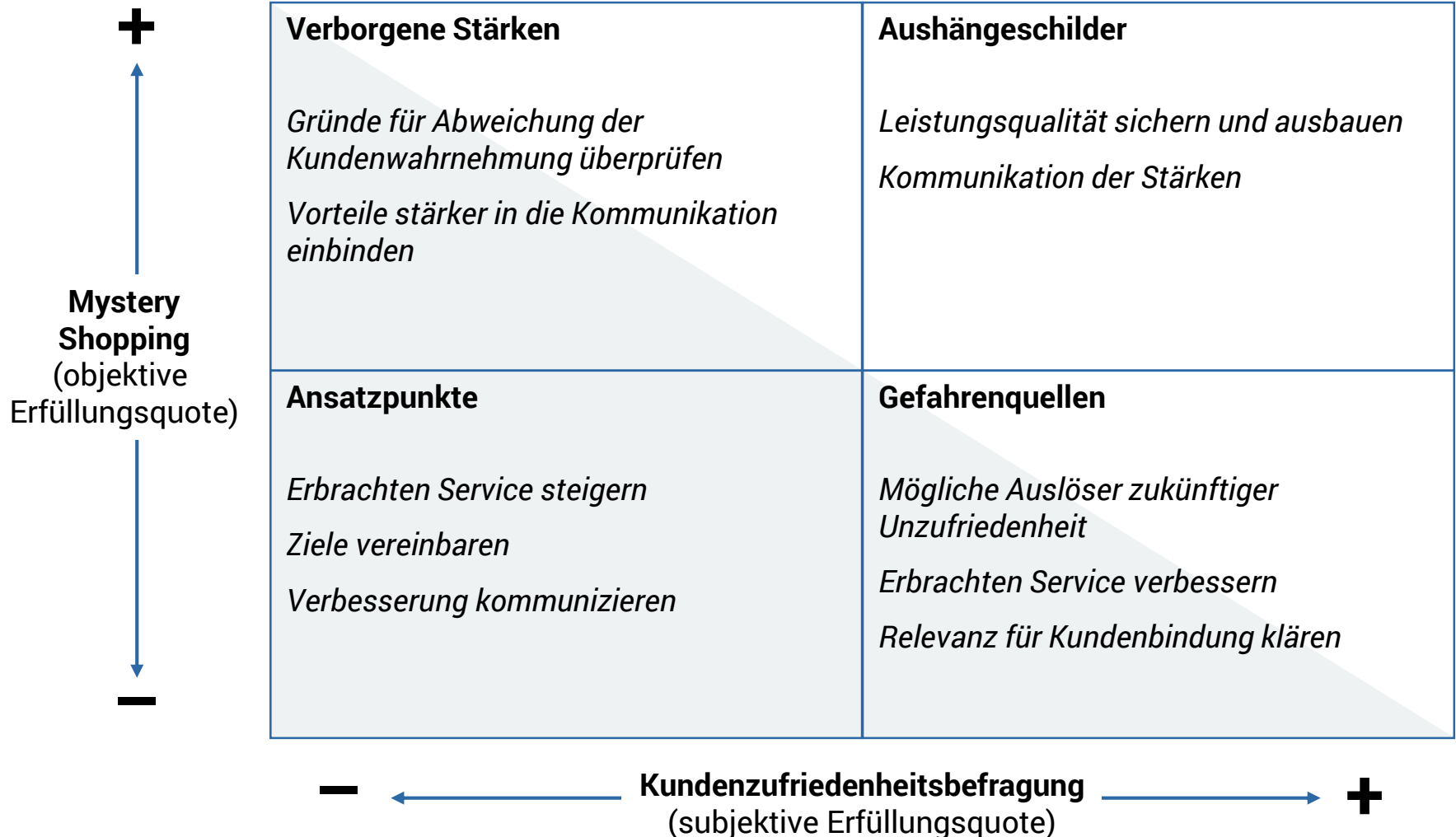
- Erfüllt unser Unternehmen die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden?
- In welchen Bereichen handeln wir (nicht) kundengerecht?
- Fühlt sich der Kunde willkommen?
- Wurde alles getan, um eine (langfristige) Kundenbeziehung aufzubauen bzw. wird der Kunde wiederkommen?
- Wie erlebt der Kunde die Philosophie 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 24.000 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.



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.