

MYSTERYMAN[®]



Chi Siamo

Quality Training e Valore Impresa srl, società di consulenza specializzate nel campo della **Customer Satisfaction**, del **Front Line Management** e del **Trade Marketing**, mettono a frutto le loro competenze per applicare nuove metodologie per la valutazione del livello qualitativo del servizio offerto: il **Mystery Man**[®]

L'entusiasmo dimostrato dai clienti ai quali si proponevano le nuove soluzioni in alternativa a quelle classiche, e l'efficacia dimostrata nel corso delle prime applicazioni a livello sperimentale, successivamente confermate, ci ha spinto a vedere **Mystery Man**[®] come soggetto autonomo, pur non perdendo lo spirito iniziale di ricerca e sperimentazione che ci hanno fatto intraprendere questa avventura.



Cos'è il Mystery Man[®]

Il Mystery Man è una particolare tecnica, basata su visite, interviste ed eventuali prove, effettuate da personale "in incognito", che può avere diversi scopi :

- valutare e verificare gli elementi essenziali del servizio offerto ai Clienti, così come da essi percepito, valutando contemporaneamente aspetti fondamentali come il comportamento dei propri dipendenti sul posto di lavoro, il loro approccio relazionale, ecc.;
- motivare ed incentivare il personale di front line;
- individuare gli aspetti da correggere o migliorare all'interno dell'organizzazione (Valutazione nella fase di pre-formazione del personale di front line);
- verificare il livello di servizio dei propri concorrenti (benchmarking).

All'interno del punto vendita il **Mystery Man**[®], simulando l'esperienza del "cliente tipo" focalizza l'attenzione su: stile e comportamento del personale, livello di conoscenza e competenza professionale, capacità di problem solving, efficacia nella vendita, nella customer retention e nel proporre acquisti supplementari, capacità di ascolto, empatia, gentilezza e simpatia, coerenza con la filosofia aziendale, clima interno.



Vantaggi

Spesso è difficile per un'organizzazione valutare in modo obiettivo il vero livello qualitativo del servizio offerto o quello dei propri concorrenti (nel benchmarking).

Mystery Man[®] vi mette a disposizione uno strumento nuovo ed efficace in grado di:

- avere un riscontro obiettivo e disinteressato del livello qualitativo del servizio al fine di fornire soluzioni pratiche circa gli aspetti da correggere o da migliorare;
- verificare se lo stile dell'organizzazione è realmente seguito, in termini comportamentali, dai propri collaboratori;
- poter confrontare il livello del servizio offerto dall'organizzazione con quello dei concorrenti e valutare il proprio posizionamento nel mercato (benchmarking);
- creare nel personale di front line un atteggiamento di attenzione continua verso il cliente;
- definire eventuali sistemi premianti per i collaboratori, in maniera da rendere vincente il rapporto con il cliente, coerentemente alle politiche di vendita aziendali.



Scegliere di dare in Outsourcing la gestione di questa attività, per l'organizzazione vuole dire:

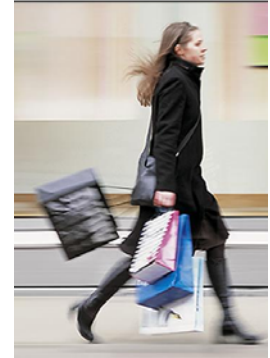
- Avvalersi di professionisti esperti, affidabili ed indipendenti;
- Ridurre i costi legati alla creazione di una struttura ad hoc per la gestione di questo processo;
- Eliminare i costi legati alla continua formazione del personale e alla gestione dell'altissimo turn-over (condizione imposta dalla necessità di mantenere l'anonimato).



A chi e' rivolto

Mystery Man[®] è pensato per tutte quelle aziende, pubbliche e private, che sentono la necessità di tenere sotto controllo e valutare il livello qualitativo del servizio offerto ai Clienti.

- Le aziende che danno in gestione il proprio marchio a terzi (es., concessionari, reti di agenzie, assistenze autorizzate, distributori di carburante, rent a car, concessione di "marchi qualificanti", "marchio in franchising", ecc.);
- I consorzi di imprese (es. consorzi di imprese di taxi, ncc, pullman, ecc.) che desiderano avere un controllo costante sul livello minimo del servizio offerto da tutti i consorziati;
- Le aziende che pur gestendo direttamente la propria organizzazione sul territorio non possono (per le dimensioni stesse dell'attività o per questioni logistiche) avere un controllo diretto, in termini di qualità del servizio offerto, sull'operato delle strutture periferiche della stessa (es. Catene alberghiere, di ristorazione, di vendita al dettaglio, strutture complesse come gli aeroporti, ecc.);
- Le aziende che danno in Outsourcing la gestione di servizi strategici (es. Call center e numeri verdi, siti web, ecc.);
- Le aziende che vogliono avere una chiara visione imparziale del livello del servizio offerto dai propri concorrenti (benchmarking);
- Le strutture pubbliche che hanno interesse a valutare il rapporto del personale di front line o le prestazioni delle strutture stesse nei confronti del Cliente/Utente.



Mystery Man, Metodo

Il **Mystery Man**[®] è suddiviso in varie tipologie, in base al settore in cui opera l'organizzazione (Mystery Client, Mystery Public, Mystery Tourist e Mystery Web).

Il Mystery Client è una figura particolare di **Mystery Man**[®] che si occupa di valutare il livello qualitativo del servizio delle aziende operanti nella grande distribuzione, nella vendita al dettaglio in generale e dei servizi (es. Ipermercati, grandi magazzini, distributori di carburante, rent a car, franchising, concessionari, assistenze monomarca, numeri verdi e uffici informazioni, sportelli bancari ed assicurativi).

Tutti gli aspetti da sottoporre a valutazione, gli obiettivi e i traguardi vengono individuati preventivamente con la Direzione, primo interlocutore della **Mystery Man**[®].

Il secondo passo riguarda la definizione di un programma di lavoro e la stesura di una check list di analisi, che viene verificata direttamente sui punti vendita, al fine di una sua taratura.

La fase successiva, di reclutamento e formazione dei mystery man, è necessaria a garanzia della qualità della rilevazione e comparabilità dei risultati. Dai clienti misteriosi dipenderà infatti buona parte dell'esito dell'intervento.

La raccolta dati viene effettuata sul campo da una o più persone addestrate e sconosciute, i **mystery client**, che, simulando il comportamento di un cliente qualunque, osservano, valutano e relazionano sull'atteggiamento del personale nei confronti della clientela ed il rispetto del layout aziendale.

In alcuni casi lo strumento di indagine potrebbe prevedere rilevazioni a distanza che utilizzino il telefono, internet, la posta, etc.

I dati raccolti e normalizzati devono essere predisposti per l'elaborazione e l'analisi.

I risultati dell'analisi sono raccolti in un report che sarà condiviso con la direzione e renderà più snelle le eventuali verifiche successive che a cadenza regolare potrebbero essere avviate.



Il metodo del *Mystery Man*[®] utilizzato per il settore retail è stato messo a punto anche per altre applicazioni:

- Mystery Public, che si occupa di valutare il livello qualitativo del servizio offerto dalle organizzazioni che operano nella pubblica amministrazione in generale
- Mystery Tourist, che si occupa di valutare il livello qualitativo del servizio offerto dalle aziende operanti nei settori della ristorazione, della mobilità e trasporti, settore alberghiero in generale
- Mystery Web, che si occupa di valutare il livello del servizio offerto dalle aziende che realizzano i loro business utilizzando internet come mezzo di comunicazione e/o come strumento di front line.



My Mystery, il Software

Reportistica on-line – abbiamo sviluppato una soluzione On-line Web Based, che permette al committente la consultazione online di tutte le schede di rilevazione in tempo reale attraverso la piattaforma MyMystery e la visualizzazione di statistiche configurate in una serie di indicatori costruiti “ad hoc”.

MYMYSTERY



Contatti

Mystery Man[®] è un marchio registrato da Quality Training Sas e Valore Impresa Srl

Per maggiori informazioni:

Via Altabella, 3 – 40126 Bologna
tel. +39 051 237323

Strada Formigina, 63/5 – 41100 Modena
tel. +39 059 596 6468

Email: info@mysteryman.it



