



## Želite li saznati...

- ✓ kakvo je stvarno iskustvo vaših kupaca?
- ✓ kakva je razina kvalitete usluge u vašim prodajnim jedinicama?
- ✓ drže li se zaposlenici standarda vaše tvrtke?
- ✓ kako procijeniti zadovoljstvo vaših kupaca?
- ✓ kako procijeniti zadovoljstvo vaših zaposlenika?
- ✓ kako biti konkurentan na tržištu?
- ✓ kako poslovnu strategiju temeljiti na objektivnim činjenicama?

## Mystery Shopping

**U današnje vrijeme svaki uspješni poduzetnik mora biti svjestan kako je kvaliteta usluge direktno povezana s visinom profita i dugoročnim uspjehom.**

**Mystery Shopping** je metoda u kojoj za to educirane osobe u ulozi kupaca opažaju i potom ocjenjuju kvalitetu usluge kod pružatelja usluge i/ili njegovih konkurenata prema unaprijed definiranim kriterijima.

**Cilj** je uvid u kvalitetu usluge, koji omogućuje da se utvrde oni elementi/aspekti usluge koje bi trebalo unaprijediti.

Namijenjen je tvrtkama koje su zainteresirane pružati prvoklasnu uslugu svojim kupcima, jer **omogućava izravni uvid u istinsku kvalitetu usluge, te efikasno pomaže u rješavanju nezadovoljstva kupaca.**

Educirani i iskusni tajni kupci pomoći će vam da svoju uslugu vidite očima vaših kupaca!

Posjetit ćemo vaša prodajna mjesta te na **objektivan i cjelovit** način procijeniti kvalitetu usluge u odnosu na vaše standarde.

## Koje informacije pruža Mystery Shopping?

- ✓ pokazuje što se uistinu događa tijekom isporuke usluga, proizvoda i informacija
- ✓ pruža odgovore na pitanje kako se njihovi zaposlenici ponašaju prema kupcima
- ✓ kakva je razina kvalitete usluge u odnosu na konkurenciju, i sl.

Rezultati dobiveni Mystery Shoppingom omogućavaju tvrtkama da prepoznaju eventualne probleme prije svojih kupaca, unaprijede poslovanje, motiviraju zaposlenike, povećaju zadovoljstvo kupaca, a time i prodaju, te smanje potrebu za oglašavanjem i povećaju profit!

## Zadovoljstvo i lojalnost kupaca

**Zadovoljstvo kupaca** vidimo kao vrijednu metodu koja u sprezi s **Mystery Shoppingom** pružatelju usluga pomaže odrediti relevantne **standarde kvalitete usluge** i **izgraditi sustav** koji će omogućiti efikasno **održavanje** i kontinuirano **poboljšavanje usluge**.

Istraživanje ovim modelom uključuje s jedne strane istraživanje **zadovoljstva kupaca**, a s druge istraživanje **lojalnosti**, što omogućuje predviđanje obrazaca ponašanja u budućnosti.

Mišljenje kupaca uvijek je **subjektivno**, vrlo generalno, često nepošteno, a ponekad i pogrešno. Međutim, to je njihovo mišljenje, koje će biti preneseno drugima, čak i kad ne budu upitani za njega, a pogotovo u slučajevima negativnog iskustva.

"Kvaliteta nije isključivo uvjetovana mišljenjem proizvođača. Kvaliteta je ono što kupac smatra kvalitetom."

## Zadovoljstvo zaposlenika

Kvalitetu usluge u velikoj mjeri određuju i zaposlenici koji je pružaju.

Istraživanja, naime, pokazuju **povezanost** zadovoljstva zaposlenika i zadovoljstva kupaca.

Iz tog razloga periodično treba mjeriti i **zadovoljstvo zaposlenika** različitim aspektima posla.

Tvrtka, osim što postavlja standarde, treba omogućiti svojim zaposlenicima da se ponašaju u skladu s njima: osigurati usvajanje relevantnih znanja i vještina, mogućnost razvoja i potrebne uvjete rada.



Kombinacijom rezultata istraživanja kvalitete usluge, zadovoljstva kupaca i zadovoljstva zaposlenika dolazimo do kompletnog uvida u strateške prednosti i nedostatke pružatelja usluga.

## Zašto GfK?

- ✓ imamo dugogodišnje **iskustvo** sa zahtjevnim Mystery Shopping projektima
- ✓ ozbiljno pristupamo selekciji, edukaciji i treningu tajnih kupaca
- ✓ raspoložemo mrežom **dobro educiranih i iskusnih tajnih kupaca** na području cijele Hrvatske
- ✓ **povezujemo rezultate** ostalih istraživanja s rezultatima dobivenim metodom tajnih kupaca
- ✓ spremni smo se aktivno **uključiti u sam proces unaprjeđenja** kvalitete usluge
- ✓ na raspolaganju su nam **znanja i iskustva GfK Grupe**
- ✓ uz odjel specijaliziran za obradu podataka i informatički odjel, koristimo suvremenu tehnologiju
- ✓ **znanstveno pristupamo** izradi uzorka i upitnika, te obradi i interpretaciji rezultata
- ✓ rezultate istraživanja isporučujemo u **pisanoj formi s preporukama**, te **putem online prikaza** koji je dostupan **24/7**

Growth  
from  
Knowledge

GfK Centar za istraživanje tržišta  
d.o.o.  
Draškovićeva 54  
10 000 Zagreb  
Tel.: 01 4921 222 (kućni 145)  
E-mail: lovorka.culjak@gfk.hr  
www.gfk.hr