

# Gsponer.

## Verdeckte Ermittler

*Um die vielerorts beschworene Servicewüste zum Erblühen zu bringen, schicken Unternehmen häufig geheime Tester aus. Das wachsende Interesse an so genannten Mystery Shopping hat eine kleine Dienstleisterszene entstehen lassen. Doch was genau unter dem Begriff zu verstehen ist und was es leisten kann, ist nicht immer klar.*

*Was in Ländern wie den Vereinigten Staaten oder Grossbritannien schon seit einigen Jahren gang und gäbe ist, kommt hierzulande erst ins Rollen. Allein in Deutschland wird das von Unternehmen in Mystery-Shopping-Aktionen investierte Budget nach Aussagen des Bundesverbandes Mystery Shopping (BVMS) auf 30 bis 50 Millionen Euro geschätzt – doppelt so viel wie noch im Jahr zuvor.*

## Worum es geht

Mystery Shopping ist eine Methode zur objektiven, kundenorientierten Qualitätsmessung. Durch den Einsatz speziell ausgewählter und geschulter Testpersonen (Mystery Shopper), die anonym als normale Kunden Kaufsituationen simulieren, können Antworten auf Fragen zur Servicequalität eines Unternehmens gefunden werden. Mystery Shopper nehmen somit verdeckt persönlich, telefonisch oder schriftlich Kontakt mit Mitarbeitern von Dienstleistungsbetrieben wie zum Beispiel Reisebüros, Einzelhandelsgeschäften oder Banken auf und verhalten sich wie ein «ganz normaler» Kunde. Nach dem Kundenkontakt wird ein detaillierter Fragebogen ausgefüllt.

## Service auf dem Prüfstand

Das Interesse an den Undercover Aktionen zieht sich quer durch alle Branchen und Kommunikationswege. Die telefonische Beratung wird über fingierte Anrufe (Mystery Calls) genauso getestet wie der E-Mail-Versand oder die persönliche Beratung. Diese wird besonders bei Finanzdienstleistern unter die Lupe genommen. Um etwa die Service- und Prozessqualität von Finanzdienstleistungen zu bewerten, wird versucht, eine möglichst realistische Ausgangssituation zu konstruieren. Teilweise werden sogar echte Depots eingerichtet und Transaktionen getätigt. Wie hoch der finanzielle Aufwand ist, hängt von der Grösse des Projekts ab.

Gsponer. Consulting Group International AG  
Basel | Berlin | Bern | Frankfurt | Munich | Zurich

[www.gsponer.com](http://www.gsponer.com) [info@gsponer.com](mailto:info@gsponer.com)

**Basel Headoffice** | Huebweg 18, Binningen BL, P.O. Box, CH-4015 Basel | Phone +41 61 306 71 71 | Fax +41 61 306 71 72

# Gsponer.

## Nutzen des Mystery Shoppings

Das Mystery Shopping dient der Ermittlung von Stärken und Schwachstellen im Service sowie der Kontrolle der Umsetzung von Personalentwicklungs- und Qualifizierungsmaßnahmen. Mit seiner Hilfe ist es möglich, den Schulungsbedarf von Mitarbeitern zu erheben beziehungsweise anzupassen und die Mitarbeiter für die Kundensicht und -wünsche zu sensibilisieren.

## Die Aktionen zeigen Wirkung

Zahlreiche Kunden der Gsponer Consulting Group International AG, überwiegend aus dem Finanzdienstleistungsbereich, setzen schon seit Jahren auf die geheimen Tests und sind mit dem Instrument sehr zufrieden. «Wenn man eine objektive Sicht der Dinge will», erklärt ein Gsponer-Kunde, «gibt es zu Mystery-Analysen keine Alternativen.» Doch gilt es, bei der Auswahl des geeigneten Anbieters genau hinzuschauen und die Referenzen zu überprüfen. Durch die verstärkte Nachfrage sind Anbieter unterwegs, deren Expertise zumindest in Frage steht.

Sind Sie am Thema Mystery Shopping interessiert? Dann lassen Sie sich von unseren Experten ein auf die Bedürfnisse Ihres Unternehmens zugeschnittenes Angebot machen. Wir zeigen Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch die Möglichkeiten auf und beraten Sie. Kontaktieren Sie uns am besten noch heute und vereinbaren Sie einen Termin. Gratis und unverbindlich.

**Gsponer.** Consulting Group International AG,  
Cornelia J. Braun-Schoeffel,  
Telefon: +41 61 306 71 71,

E-Mail: [cornelia.braun@gsponer.com](mailto:cornelia.braun@gsponer.com)