

MKTMYSTERY

WHAT	Verificare la qualità realmente erogata da un pdv/interfaccia aziendale oppure la forza di un marchio in un contesto competitivo multibrand.
HOW	<ul style="list-style-type: none">• Definizione del tipo di interazioni da effettuare con il pdv/interfaccia (scheda di rilevazione).• Interazione da parte di un cliente misterioso in condizioni di realtà (il front line non sa che si tratta di un rilevatore).• Valutazione della performance del singolo pdv/interfaccia e, a ritroso, quella di gruppi di pdv/interfacce (per area commerciale, per tipologia, ...) e della catena/organizzazione nel complesso.• Visite misteriose periodiche e piani d'attività continuativi per creare una serie di dati, verificare i trend, costruire un miglioramento della qualità erogata.
BENEFIT	<ul style="list-style-type: none">▪ Condivisione dei risultati con il front line, strumento per motivare e/o incentivare il personale di contatto. Supporto per una gestione attiva delle risorse umane.▪ Piani di miglioramento della qualità erogata e consolidamento di standard comportamentali che diventano acquisiti (più qualità erogata = più soddisfazione del cliente finale).▪ Aumento della disponibilità a promuovere il brand rispetto ai concorrenti da parte degli addetti alle vendite in contesti concorrenziali.