

架起管理者与员工沟通的桥梁,提升体验满意度 服务品质好不好 “神秘顾客”来监督

开栏的话

人是生产力当中最活跃的因素。我市经济再创辉煌,离不开各类人才的添砖加瓦,离不开工匠精神的回归。他们是散落在百千领域中的能工巧匠,在平凡岗位上默默耕耘的人,也是把事业做到极致,但外人看来却有些笨、轴、苦的人。而且,近几年,创业创新大潮涌动,不少新职业不断涌现,也为我市经济注入新活力。今起,本报拟推出新职业大起底专栏,寻访活跃在制造业、商业一线的新代表,通过他们锤炼匠心的故事,揭开神秘面纱。



袁鸣在超市扮演顾客暗访。



人物名片
姓名:袁鸣 职业:兼职绘画老师
新角色:扮演挑剔客人

X月X日X时X分,我来到X路X号店,现在要进去探访。摁下录音键,袁鸣对准手机默念,理了理衣裳,深呼吸,从容地迈进店门。一切如常,没有任何服务员觉察到有什么特别之处,她却暗中观察着店内每个细节,并按规定在脑海里提前打分。其实,袁鸣平日是一名兼职绘画老师,自去年8月接到神秘顾客这份新职业后,空闲时便摇身变成了挑剔客人来赚取外快。

记者 应柳依

多为兼职时薪80元

有趣、新颖,有强烈的代入感,种种原因驱使袁鸣入了这一行,并坚持到现在。身为神秘顾客,第一单是调查药店一款脚气膏。这类检测的劳务费一般为每家七八十元,要观察的内容也不少。进店前,需提前拍录门头,进店后要留意卫生情况、店员是否主动提供服务,以及当有其他顾客入店时,店员会不会跑到一边不予理睬等。期间,她还要考察产品标价牌、货品摆放位置、观察店员着装及个人形象,有时,还要随机抛出个问题刁难店员,观察服务态度和反应。跑得勤的兼职人员每月收入高达近万元,正常情况下也有几千元。袁鸣说,由于寒假期已过,近日,她可支配时间变长,于是更专注地投入神秘顾客这份工作,每天走访三五家,访问的对象包括药店、连锁餐饮店和服装店等,有些项目需在双休日开展,因此她周末也不能闲着。

涉猎广泛也曾失手被赶

神秘顾客也要有职业装备,录音笔、可摄像的手机等,而所有录音必须是不间断的。进店暗访,短期录音只需几分钟,也有长达个把小时的,如果音没录下、照没拍好、问卷没填好,一天就白忙活了。有的还可以回去补拍,但有的项目必须保证去一次就成功。袁鸣说,她有一次在执行任务时无意中关掉了录音,回到家才发现,为防止暴露,只能找别人又重新采样。执行任务时,袁鸣也曾被识破。一般情况下,连锁店店员基于是上级委派的监督,并不会当面拆穿,顶多察觉后佯装演出。不过,也有一些被调查者则毫不客气,甚至直接让你走人。说谎总是容易出破绽。袁鸣如

此总结,这也需要她尽量扮演普通消费者,不能僵硬地问正常消费行为逻辑中不可能涉及的问题,所以从某种程度上说,神秘顾客是一个同时扮演多重角色的演员。

袁鸣说,她所在的公司总部在杭州,大部分兼职人员都是本科学历,年龄基本在20岁至30岁之间,她们有的通过网上发布的招聘信息应聘,有的经朋友推荐入行。其中,女性神秘顾客偏多,因为某些产品只针对女性,相对性别会受限。公司更喜欢采取兼职形式,主要形式是由总公司委派神秘顾客,对子公司或者营销网点业务员的服务态度、商品标价等是否规范进行监督,流动性大,因为熟面孔二次出现很难达到调查目的。她接到的任务每个都不同,药品、餐饮、服务行业是她接触最多的领域。

挂钩考核提升服务体验

神秘顾客不仅可以从顾客的角度,及时发现、纠正商品标价及服

务中的不足之处,提高客户满意度;也能加强企业的监督管理机制,改进服务人员的服务态度,加强内部管理;同时在与服务人员的接触过程中,可以听到员工对企业和管理者不满的声音,帮助管理者拉近与员工之间的距离,增强企业的凝聚力。

尽管这种新型职业越来越平民化,仍有很多人表示不能接受,市民杨晖说:我还是很难接受这种工作方式,感觉像小偷,怪怪的。

不少企业主则表示,这种形式很新颖,如果暗访监督机制能与奖惩制度等考核相结合,会不自觉地带给服务人员无形的压力,激发他们主动提高自身业务素质、服务水平及态度,为顾客提供更优质的服务,不失为一个很好的策略,有助于加强管理。但

神秘顾客不同于一般性调查的访问员,更不同于普通顾客,还是需要了解相关业务知识,有一定的心理素质及沟通能力,还需要有敏锐的捕捉能力和良好的记忆力,也需要专业性的规范与引导。

职业科普 专业调查提升企业管控能力

关于神秘顾客,业内人士科普,最早出现在国外银行与零售业,用来防止公司内部员工的偷窃行为。作为一种专业调查方式,传入中国并不久,但是国内业界人士也经常笑称神秘顾客在中国早有雏形,例如大家熟悉的康熙微服私访。

中国专业的神秘顾客调研方法最早由一些跨国公司引进,例如肯德基、诺基亚等,它们拥有大量的连锁分部,希望依靠神秘顾客确保各连锁分部有效执行公司的规定。

十几年过去了,神秘顾客已经度过了开拓期,近年在中国得到了广泛的运用,许多调研公司都开展了相应的业务,其中不少公司多次为电信、IT、汽车、银行、医院、零售、餐饮等行业提供过服务。甚至有报告称,

部分地方政府也引入了神秘顾客,用以监测公共服务的质量。

尽管,当下管理者普遍认为这种职业的出现更利于企业管控,值得大力推崇,但在现实中,它的确存在各种弊端。去年,就曾出现一起由神秘顾客引发的民事案件,群众顿时一片哗然,诸多质疑声指向神秘顾客的存在是否合理。

对此,有关专家回应:我们不可否认它是时代发展的产物,方便总公司更好地管控子公司或者员工队伍。而对于该职业未来发展趋势,它既需要受法律约束,也需要从业者具备职业操守,明确自身职责,不可跨界。

新职业大起底

主题Party 催生派对经济 创意健康成抢市关键

记者 应柳依

本报讯 生活要有仪式感,时下派对渐成潮流,活动策划者以创意为卖点,个性化定制主题狂欢,争抢细分市场,掘金派对经济。

主题派对加速升温

毕业多年,你是否怀念校园生活?穿上校服跟我们走,带你重温学生时代。日前,市民陈丽媛刚更新微信朋友圈,随即引来疯狂点赞,并立马有十几位伙伴要求加入,其中不少是辣妈。

其实,类似的主题派对在我市并不少见,旗袍秀、泳池趴、生日派对,越来越多的聚会一改过去简单的聚餐、K歌形式,逐渐向有主题、精心谋划的有仪式感的派对转变。

派对市场升温是从去年开始的。传统的聚会以孩子的满月酒、老人的寿辰、新人的婚宴等为主,大多只顾着吃喝,如今小节日也成了派对的契机,甚至是突然的头脑风暴,就完成了一场热闹的周末派对。

创意策划抢占商机

一场派对的举办不仅需要奇思妙想,且开销也不低,根据仪式细节不同,花费从上千元到数万元不等。正是瞄准这一商机,不少头脑活络的人主攻起派对市场。

目前我市专业从事主题派对的约有四五家,有部分从礼仪庆典、婚庆公司转型而来。其实两者有明显区别,婚庆注重喜庆热闹,派对更重创意策划。95后小女生方徐婷、徐嘉桦去年趁派对风头正热,成立了派对工作室。抢占市场先机,要做到个性细致是关键,从整场活动的统筹规划到场景的细节配饰,事无巨细,都要呈现不少闪光点。

两人的用心得到了不少客户的认可,在完成数十场创意策划后,甚至有商业活动也主动找上了这个颠覆传统策划理念的工作室。我们与礼仪公司、餐饮店等都有达成合作,资源共享让利顾客,这也是派对能被顾客迅速接受的原因之一。徐嘉桦说。

对接爱心更显意义

而派对的兴起也引起不小的争议,在孩子的派对执行上,如何在扩大交际面的同时防止盲目攀比,其中的平衡还挺难把握。

我市有派创意工作室就为这难题做出参考范例,将学生10周岁生日宴活动与我市阳光爱心义工协会相对接,组织购买农民的1500公斤红薯、鱼等农产品,让孩子在体验农民辛劳、乡村生活的同时,更能学会感恩。

有派负责人徐胜波表示,家长们的初衷一般是为子女提供人际交往的平台,让只爱宅在家里玩电子产品的孩子有更好的交际体验。很多参加过儿童派对的父母感受到这种模式的好处后,也大多会效仿,使亲子、班集体派对越来越普及。