

Hemliga kunder håller koll

En gång i månaden kommer de på besök för att kolla hur det står till med verksamheten. De kallas mystery shoppers och de är alltid anonyma.

– Jag ser det bara positivt, säger Amira Tucek, butikschef på Willys i Arvika.

ARVIKA

Som allt annat kommer fenomenet mystery shoppers från USA och där har det varit etablerat sedan 1950-talet.

I SVERIGE har verksamheten inte funnits lika länge men tjänsten har visat sig vara rejält efterfrågad under senare år.

Allt fler affärskedjor har visat intresse men även mindre företag som vill se vad de kan förbättra.

Bland annat har bilindustrin anlitat mystery shoppers för att

ta reda på om deras verkstäder håller måttet.

Det går helt enkelt ut på att en person, som är anonym, beger sig till företaget med en rad frågor som ska besvaras.

Ofta kommer de på besök en gång per månad och vet då på förhand vad de ska gå igenom. Det kan handla om hur varor är uppställda, skyltning och hur rent det är i affären till exempel. Personalen får bara reda på att de kommer, men inte när och vilka de är.

– DET HAR absolut blivit en stor förändring sedan några år tillbaka. Nu är det fler företag som är intresserade, säger Susanne Sjölund på Better Business, ett av företagen som sysslar med mystery shopping.

I stort sett vem som helst kan bli en mystery shopper och ersättningen kan variera från 200 upp till 5000 kronor beroende på uppdragets längd och svårighetsgrad. Men Susanne Sjölund



SERVICEMINDED. Att kunden får ett bra bemötande är en av de saker som en mystery shopper kan kolla upp när de är ute och besöker affärer.

på Better Business menar att det absolut inte är fråga om någon "spionverksamhet".

– Verkligen inte. Vi kräver att alla företag som anlitar oss meddelar sina anställda om att de ska börja med mystery shopping. Syftet är att hela tiden hitta punkter i verksamheten som går att förbättra, ett utvecklingstillfälle helt enkelt, förklarar hon.

AMIRA TUCEK, butikschef på Willys i Arvika, är redan van. Hon har haft mystery shoppers på besök i ett drygt halvår och än så länge har hon inte kunnat se några nackdelar.

– Meningen är ju att vi ska kunna förbättra oss. Det är ju inte inriktat på enskilda personer utan på affären i helhet. De kollar om det ser fräscht runt kassorna, om skyltningen är bra

och tydlig, hur personalen bemöter kunder och så vidare.

Hur har personalen reagerat på det här?

– De tycker att det är spännande att läsa rapporterna som vi får på mejl efter de varit här. Det har inte varit några problem alls, säger Amira Tucek.

På Konsum Värmland har man ännu inga planer på att anställa mystery shoppers, i alla fall inte i dagsläget.

– Det är bäst att säga inte i dagsläget för det kan förändra sig fort i den här branschen. Men just nu har vi inga planer på det, vi är en lokal förening och ingen storkedja. Vi tror på kundenkäter och på att jobba rakt, öppet och ärligt, säger Klas Olsson som är presschef för Konsum Värmland.

Linus Bull

POSITIV. Amira Tucek på Willys i Arvika tycker bara att det är fördelar med mystery shoppers.

