

## Pressemitteilung

12.6.2007

### SALDO Online-Umfrage: Kunden und Kundinnen befürworten Mystery Research

Was halten Kunden von Ihrem Geschäft? Wie reden sie unter Freunden von Ihnen? Es nicht zu wissen kann Sie teurer zu stehen kommen, als es herauszufinden. Kundendienst ist, wie man den Kunden behandelt. Kundenzufriedenheit ist, wie er darauf reagiert. Richtet sich der Focus einer Firma auf den Kunden? Oder lässt man einst loyale Kunden nicht wissend zur Konkurrenz gehen? Die Umfrage der Konsumentenzeitschrift SALDO zeigt, über 73% der Kunden und Kundinnen möchten, dass das Verkaufspersonal von Unternehmen anonym getestet wird, damit der Dienst am Kunden gesteigert werden kann.

Der frühere Verkäufermarkt hat sich zum Käufermarkt entwickelt. Das Angebot an Waren und Leistungen übersteigt deren Nachfrage (Angebotsüberhang). Die Produkte sind austauschbar geworden. Der Kunde steht nun im Mittelpunkt und stellt die Bedingungen. Wird auf seine Bedürfnisse geachtet? Wird er kundengerecht beraten? Fühlt sich der Kunde willkommen und wohl? Wenn nicht, kauft er nicht. Der Kunde erwartet nicht nur den Dienst, er fordert ihn. In einer vom Konsumentenmagazin SALDO Nr. 8/2007 durchgeführten Umfrage über das Thema Mystery Shopping ergab folgendes Bild: 73.24% an der Umfrage beteiligten Leser fanden es richtig, dass das Verkaufspersonal anonym getestet wird. Lediglich 23.94% waren dagegen, der Rest wusste keine Antwort (2.82%). Das heisst, dass sich viele Kunden wünschen, dass die Beratungs- und Verkaufsqualität geprüft und optimiert wird. Es ist ihnen ein Anliegen, dass der Dienst an ihrer Person bewusst gesteigert wird. Smart Concept hat die Instrumente, die es Unternehmen ermöglichen, genau diese Kundenwünsche ernst zu nehmen und darauf einzugehen.

**„Wenn du es nicht misst, kannst du nicht damit umgehen.“ - Tom Peters, Managementexperte**

Die auf dem Gebiet Mystery Research spezialisierte Firma Smart Concept AG hat erkannt, dass es nur eine Sichtweise gibt: Die des Kunden. Zusammen mit dem Auftraggeber wird evaluiert, mit welchen Instrumenten diese Kundenzufriedenheit gemessen werden kann. Dies wird in der Regel durch Mystery Shopping oder Mystery Calling erreicht.

Mystery Research ist ein Instrument, um die Qualität des Kauf-, Beratungs- und Dienstleistungsprozesses eines Unternehmens anonym zu prüfen. Durch reale Kundensituationen ermöglicht Mystery Research, die schwächeren Punkte eines Kundenkontaktes zu identifizieren und daraus Potentiale zu schöpfen. Die häufigsten zwei Instrumente sind der anonyme Kauftest (Mystery Shopping) und der anonyme Telefonanruf (Mystery Calling). Durch Mystery Research können Unternehmen die Wirkung ihrer Kontroll- und Messstandards aus der Perspektive eines Kunden erfahren, ihre Leistung an der der Konkurrenten messen oder Grundlagen für den Handlungsbedarf in der Führung erlangen. Erst wenn man eine Schwäche erkennt, kann man Wege zur Verbesserung einschlagen.

---

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

Smart Concept AG  
Herr David Meloni  
Bankstrasse 6  
8610 Uster  
Telefon 044 980 43 43  
Fax 044 980 43 46

[info@smartconcept.ch](mailto:info@smartconcept.ch)

[www.smartconcept.ch](http://www.smartconcept.ch)