

# Slaptųjų pirkėjų ginklas – lankstumas ir įdėmus žvilgsnis



AIDA MURAUSKAITĖ

„LIETUVOS RYTO“ KORESPONDENTĖ

## Atsargiai – jus stebi

Slapta kamera palubėje – ne išsigelbėjimas įmonės vadovui, siekiančiam patikrinti, kaip klientus aptarnauja jo pavaldiniai.

Jau kelerius metus Lietuvoje paslaugų kokybę tikrina slaptieji pirkėjai. Jų, dirbančių daugelyje Lietuvos miestų, yra keli šimtai.

Jie išoriškai nesiskiria nuo kitų pirkėjų. Tačiau turi didesnę tikslą nei vien įsigyti daiktą ar paslaugą. Slaptasis pirkėjas turi būti kur kas akylesnis – pastebėti detales ir išmanyti, kas yra geras aptarnavimas, sugebėti tai įvertinti.

## Išmėgina darbuotojų kantrybę

„Dalis situacijų, į kurias patenka slaptieji pirkėjai, būna įprastinės, kasdienės, kai kurios – konfliktinės. Tačiau imituoti konflikto slaptasis pirkėjas eina tik tada, jei to siekiama tyrimu. Tokią užduotį galima patikėti tik jau gerai paren-

gtam slaptajam pirkėjui“, – aiškino tokius tyrimus rengiančios bendrovės „Spect“ vadovė Jurgita Adomaitytė.

Konfliktines situacijas įprastai sukelia nemandagūs, neapsisprendę, be perstojo klausinėjantys, įnoringi, nežinantys, ko nori, klientai – tad tokiems kartais tenka būti ir slaptiesiems pirkėjams.

„Tie darbuotojai, kurie turi gerų profesinių įgūdžių, sugeba išvengti konflikto, o mažiau įgudę perima kliento nuotaiką, ima elgtis pagal modelį: „Kaip tu su manimi, taip aš su tavimi“. Treti tiesiog ignoruoja klientus ir nebebendruoja“, – apie tyrimų rezultatus pasakojo J.Adomaitytė.

## Išvijo iš parduotuvės

Slaptiesiems pirkėjams yra nutikę situacijų, kurių iš anksto nenumatysi.

Viename nedidelio miestelio prekybos salone slaptasis pirkėjas buvo išplūstas piktais žodžiais.

Darbuotoja, nors ir žinojo, kad gali būti tikrinama, nematytą žmogų tiesiog išvijo.

„Užuot pasielgusi atvirkščiai ir taip sulaukusi teigiamo įvertinimo, pardavėja pasielgė keistai. Reikia būti gudriam tokiose situacijose“, – sakė J.Adomaitytė.

Klientų aptarnavimo kokybės valdymo specialistė prisiminė ir kitą istoriją, sukėlusią slaptajam pirkėjui nerimo. Didžiuliam prekybos centre jis vaikštinėjo ilgai, mat turėjo užduotį pabendrauti su tam tikru darbuotoju.

„Apsaugos darbuotojai pamane, jog jis – vagišius, ir sulaukė slaptąjį pirkėją“, – šypsodamasi pasakojo J.Adomaitytė.

## Neturi jaustis ponu dievu

Pastabumas, atmintis, logika, sąžiningumas, raštingumas, gebėjimas naudotis kompiuteriu – šie reikalavimai keliami slaptajam pirkėjui. Amžius ir lytis – nesvarbu.

„Slaptasis pirkėjas turi suvokti, kad jis nėra ponas dievas, tik žmogus, vertinantis situaciją“, – aiškino bendrovės „Spect“ vadovė.

Ar slaptajam pirkėjui reikalingas artistiškas žvilgsnis?

„Jis nebūtinai. Kaip ir komunikabilumas. Juk klientų būna visokių – ir iškalbingų, ir nešnekių. Svarbiausia slaptajam pirkėjui – pastabumas. O vaidybiniai gebėjimai reikalingesni nebent sudėtingesnėse situacijose“, – sakė J.Adomaitytė.

Prieš imantis tyrimo būtina išsiaiškinti, ko juo siekia užsakovai, kokie terminai naudojami toje srityje.

„Jeigu žmogus neišmokytas, jis tiesiog sutriks – pateiks darbuotojui specifinius klausimus, o tai išduos jį, jis pasirodys nenatūralus“, – paaikšino „Spect“ vadovė.

## Poreikį padiktavo vagystės

Slaptojo pirkėjo tyrimo pageidauja įmonių savininkai, siekiantys išsiaiškinti, kaip jų darbuotojai aptarnauja klientus.

Kai kurios įmonės tyrimą užsako jau ne pirmą kartą. Jos nori patikrinti, kaip jų darbuotojai tobulėja. Rezultatai parodo, ko reikia mokytis jų pavaldiniams.

Tyrimas atliekamas ir siekiant palyginti savo ir konkurentų darbo kokybę.

Slapto pirkėjo tyrimas pradėtas taikyti JAV, kai bankų ir mažmeninės prekybos savininkai pastebėjo, kad jų darbuotojai vagia įmonės turtą. Bandydami apsisaugoti jie pradėjo naudoti samdytų pirkėjų paslaugomis.

1940-aisiais amerikiečių prekybininkas Willmarkas, užsibrėžęs įvertinti ir pagerinti savo klientų aptarnavimo kokybę, pirmą kartą pavartojo terminą „slaptasis pirkimas“ (angl. „Mystery Shopping“).

