http://b2blogger.com/pressroom/release/59.pdf

«ИМА-консалтинг» предлагает управлять качеством с помощью "тайных покупателей"

22 June , 2006 - ИМА-консалтинг | Просмотров: 1262
Маркетинг, Реклама и PR
конференция доклад Swissotel ИМА-консалтинг «Mystery shopping 2006: покупатель на тайном задании»

6 июня в гостинице Swissotel прошла ежегодная конференция «Mystery shopping 2006: покупатель на тайном задании», где руководитель направления «маркетинг» департамента по работе с клиентами «ИМА-консалтинг» Наталья Даудрих выступила с докладом: «Mystery shopping как метод управления качеством».

Mystery shopping – это маркетинговое исследование, задачей которого является оценка деятельности служб продаж и сервиса посредством приобретения продукта «тайным покупателем». Mystery shopping дает возможность руководству взглянуть на свою компанию глазами клиентов, получить представления о ноу-хау конкурентов в сфере обслуживания, оценить качество работы персонала.
Организаторами конференции « Mystery shopping 2006: покупатель на тайном задании» выступили бизнес-школа «ЭКСПЕРТ» и компания « Serviceman». Мероприятие было адресовано директорам по маркетингу, руководителям HR-служб и директорам по рознице, которые получили возможность познакомиться с методикой и обсудить друг с другом ее нюансы.
В докладах участников нашли отражение такие темы, как разработка стандартов обслуживания и контроль их применения, обучение персонала по результатам Mystery shopping, методика Mystery shopping для производителей, выявление лояльности бренду и т.п.
Руководитель направления «маркетинг» департамента по работе с клиентами «ИМА-консалтинг» Наталья Даудрих выступила на конференции с темой: « Mystery shopping как метод управления качеством». В докладе она рассмотрела основные этапы проведения исследования, рассказала о потенциальных угрозах, типичных параметрах оценки работы front-персонала и привела примеры результатов исследований обувного и банковских рынков.
«ИМА-консалтинг» регулярно проводит для своих партнеров аудит качества обслуживания клиентов. В конце мая 2006 года компанией завершено комплексное исследование «Банковские вклады физических лиц Москвы: потребительское поведение и качество обслуживания», с результатами которого можно ознакомиться здесь.