

De mystery shopper is in opkomst

16-05-2006 00:00

Steeds vaker worden anonieme 'mystery shoppers' ingehuurd, om te kijken of een winkel aantrekkelijk genoeg is. Het is inmiddels een bloeiende business geworden, en die business zal voorlopig alleen nog maar groeien. Een van de Nederlandse bedrijven die in dit fenomeen is gespecialiseerd is [DuoView](#) uit Tilburg.

Begin vorig jaar strikte DuoView zijn eerste grote klant, Van Haren. En sindsdien gaat het hard. Willem van Veenendaal, een van de oprichters: "Het begint nu leuk druk te worden. Bedrijven zien er het nut van in. Er wordt al langer onderzoek gedaan naar de tevredenheid van klanten. Dan vraag je de klant wat hij van de service vond als hij de winkel uitloopt. Maar klanten die niet precies weten hoe je het zou willen, kunnen het niet goed beoordelen. Ze kunnen de pashokjes wel te klein vinden, of de muziek te hard, maar dat kan ook je policy zijn."

Een ander mystery shop-bedrijf is [Retail Reality](#). Oprichter Cees Wiegel: "Er wordt steeds meer gecheckt, maar we staan nog in de kinderschoenen vergeleken met de VS. Daar wordt echt álles onder de loep genomen, van toiletjuffrouwen tot begrafenisondernemers. Nieuwste daar is video mystery shoppen. Neemt de shopper het hele gebeuren op met een verborgen camera. Vind ik een trieste ontwikkeling, want het wordt gauw een instrument voor ontslag."