

Mysteryshopper meerwaarde voor onderneming

07-11-2006 00:00

Steeds meer ondernemingen maken gebruik van een mysteryshopper om de kwaliteit van de eigen dienstverlening te beoordelen. Uit onderzoek van de Universiteit Twente is gebleken dat deze mysteryshoppers goed in staat zijn een gedifferentieerd oordeel uit te spreken over diverse aspecten van de winkel.

Het onderzoek bevestigt het belang van behulpzaam en klantvriendelijk personeel. Voor de waarde van mysteryshopping als methode is het vooral belangrijk te constateren dat de gedetailleerde oordelen meer zijn dan alleen maar deelaspecten: de mysteryshoppers integreren hun oordelen over deelaspecten zoals klanten dat waarschijnlijk ook zouden doen.