



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
HRVATSKI STUDIJI  
UNIVERSITY OF ZAGREB  
CENTER FOR CROATIAN STUDIES



**OSNOVE ISTRAŽIVANJA  
TRŽIŠTA**

# Mystery shopping

- Prvi su ga počeli koristiti američki trgovci i bankari prije 2. svjetskog rata s ciljem sprječavanja krađa zaposlenika.
- Veća popularizacija *mystery shoppinga* počinje 70-ih i 80-ih godina 20. st. – pomak prema marketinškom konceptu poslovanja poduzeća.
- 1990-ih strelovit razvoj *mystery shoppinga* zahvaljujući rastu internetske tehnologije MS aplikacija. Danas u roku od 48 sati naručitelji dobivaju izvještaje tajnih provjera.



# Mystery shopping

- *Mystery shopping* je angažman prethodno educiranih tajnih kupaca koji se pretvaraju da su uobičajeni kupci. Oni prema unaprijed definiranim kriterijima detaljno i objektivno mjere kvalitetu usluge s ciljem njezina poboljšanja i nakon toga na odgovarajući način izvještavaju o svojem iskustvu na usporediv i standardiziran način.
- Saznati što se zaista događa na prodajnim mjestima (odnosno dobivanje uvida u vlastitu uslugu kroz “oči” kupaca).
- Mogu ga koristiti i pružateljelji usluga i proizvođači proizvoda.
- Danas u Hrvatskoj posluju dvije agencije specijalizirane za mystery shopping – Heraklea ([www.heraklea.hr](http://www.heraklea.hr)) i MSA ([www.msa.hr](http://www.msa.hr)) .
- Središnja udruga agencija za mystery shopping je Mystery Shopping Providers Association – MSPA - [www.mspa-eu.org](http://www.mspa-eu.org)



# Tehnike MS-a

- Face to face mystery shopping
  - Mystery calls
  - Mystery e-mail
  - Audio
  - Video
- 
- Tko su korisnici mystery shoppinga: banke, autoindustrija, osiguravajuće kuće, manji i veći trgovački lanci, ugostiteljski objekti, benzinske crpke, državne službe, butici, kina, frizeri ..... itd.



# Proces istraživanja

- Definiranje ključnih pokazatelja za mjerenje kvalitete usluge (npr. ljubaznost, educiranost, izgled prodajnog mjesta itd.).
- Definiranje pitanja unutar svakog ključnog pokazatelja (osmišljavanje upitnika za tajne kupce).
- Definiranje situacije u kojoj će se provesti tajne posjete (osmišljavanje scenarija).
- Odabir i edukacija tajnih kupaca za provedbu tajnih posjeta.
- Provedba tajnih posjeta.
- Izrada izvještaja i komunikacija rezultata prema naručitelju.



Implementacija IT u MS – primjer:

<http://www.sassieshop.com/site/demos/newdemo1.html>

