

STRATEGIJA ELEKTRONICKOG POSLOVANJA
PROF. DR. SC. XXXX XXXXX



HERAKLEA D.O.O.

MYSTERY SHOPPING

XXXXXX XXXXXXXX
XXXXXX XXXXXXXX

SADRŽAJ

Profil tvrtke

Povijest tvrtke

Poslovni model

Detaljna analiza

Ocjena uspješnosti

Zaključak i komentar

PROFIL TVRTKE

- prva i jedina specijalizirana mystery shopping agencija u Hrvatskoj
- članica međunarodnih organizacija Mystery Shopping Providers Association (MSPA) i International Mystery Shopping Alliance (IMSA) kao pridruženi član
- tvrtka ima 6 zaposlenika i mrežu od oko 600 tajnih kupaca koji su honorarni suradnici tvrtke
- ima podružnice u Sloveniji, Bosni i Hercegovini, Makedoniji, Srbiji, Kosovu i Bugarskoj

Hrvatska www.heraklea.hr

Slovenija, www.skrivnostni-nakup.com

Bosna i Hercegovina, www.gms.ba

Makedonija, www.swot.com.mk

Kosovo, www.better-service.org

Bugarska, www.faceoff.bg

POVIJEST TVRTKE



- Kristina Horbec, osnivačica i vlasnica tvrtke
 - ideja za osnivanje prve specijalizirane agencije za mystery shopping
 - diplomirala je marketing na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, te nakon 4 i polu godine radnog iskustva u Plivi krenula u poduzetničke vode
 - osnovala je Herakleu 2003. godine
 - Od 2004. godine najmlađa je članica Izvršnog odbora europskog ogranka MSPA
 - Od 2005. članica je Vijeća Udruženja za istraživanje tržišta pri Hrvatskoj gospodarskoj komori
 - koautorica je prve stručne knjige o mystery shoppingu „Measuring Management and The Moment of Truth“
 - dvaput je dobila nagradu „MSPA Europe PR and Marketing Award“
 - sudjelovala u organizaciji godišnje konferencije međunarodne organizacije MSPA u Dubrovniku

POVIJEST MYSTERY SHOPPINGA

- 1940.-tih trgovac Wilmark kreirao je pojam mystery shopping
- 1970.-tih i 1980.-tih agencija shop'n Check popularizirala je ovu metodu
- U devedesetim godinama potaknuta internet revolucijom mystery shopping industrija doživljava nagli rast i prihvaćanje – 1997. Michael Bare i Mark Michelson osnivaju MSPA
- Ulaskom u 21.stoljeće razvoj online softverskih rješenja za provođenje mystery shoppinga u potpunosti je promijenio mystery shopping industriju
- Najrazvijeniji u SAD-u gdje trenutno postoji oko 400 specijaliziranih agencija, a na europskom tržištu najrazvijeniji je u Velikoj Britaniji i Njemačkoj
- Najpoznatije svjetske MS agencije - Bare Associates International, Speedmark, NOP, Shopping Shack, ESA, MSM, Thinksmart i druge

POSLOVNI MODEL (1/5)



Što je mystery shopping?

- Mystery shopping ili tajno kupovanje je poslovni alat za mjerenje kvalitete usluge
- Mystery shopping provodi se angažiranjem tajnih kupaca koji se „pretvaraju“ da su pravi kupci, te pritom, prema unaprijed definiranim kriterijima, mjere kvalitetu usluge
- Kvaliteta usluge neovisno o tome o kojoj se vrsti djelatnosti radi prvenstveno se ocjenjuje na osnovi pet osnovnih elementa usluge:
 - **Greet** - pozdravite kupce na dolasku i odlasku,
 - **Understand** - postavite kupcima pitanja da biste shvatili što žele,
 - **Explain** - objasnite im koristi vaših proizvoda, a ne njihove osobine,
 - **Suggest** - ponudite kupcima dodatne proizvode i usluge,
 - **Thank** - zahvalite im na posjetu/kupnji

POSLOVNI MODEL (2/5)

- Metode mystery shoppinga su:

- Mystery shopping
- Mystery e-mail
- Mystery web
- Mystery calls
- Benchmarking mystery shopping
- B2B mystery shopping

POSLOVNI MODEL (3/5)



Kako izgleda jedan prosječni zadatak tajnog kupca?

- Tvrtka koja želi provesti istraživanje naruči mystery shopping
- Izrađuje se profil ciljanog kupca
- Priprema tajnog kupca za obavljanje zadatka
- Kupnja prema unaprijed definiranom scenariju
- Provjeravanje standarda poslovanja
- Bilježenje opažanja u standardiziranom upitniku te pisanje izvještaja

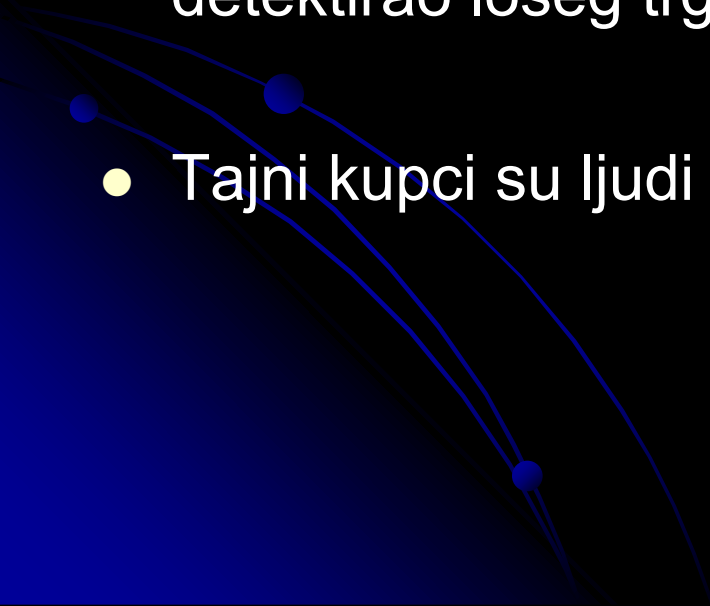
POSLOVNI MODEL (4/5)

Kakve koristi može tvrtka imati od mystery shoppinga?

- Mystery shopping pruža priliku da tvrtka otkrije zašto nezadovoljni kupci odlaze konkurenciji
- Rezultati mystery shoppinga daju tvrtkama sliku što se doista zbiva u cjelokupnom procesu kupnje njihovog proizvoda
- Zaposlenici dobivaju na važnosti u svojem poslu te stječu svijest o tome da im kupac zapravo daje plaću
- Uočavanje problema u odnosu prema kupcima, nepoznavanje prodajnih vještina
- Namjera mystery shoppinga je poboljšati kvalitetu usluge, time i zadovoljstvo kupaca te povećati prodaju

POSLOVNI MODEL (5/5)

Predrasude o mystery shoppingu

- Špijuniranje radnika radi otpuštanja
 - Poslovna špijunaža koju plaća poslodavac kako bi detektirao lošeg trgovca
 - Tajni kupci su ljudi puni prohtjeva koji muče prodavače
- 

DETALJNA ANALIZA (1/4)

Web aplikacija

Vlastita web aplikacija za mystery shopping koja omogućuje 24/7/365 rad tajnim kupcima, voditeljima projekata i tvrtkama klijentima

