

Salainen tehtävä kau

Ensimmäinen käynti jännitti kyllä aivan hirveästi.

Näin kertoo **Siiri**, jonka kasvoja ei näytetä tässä jutussa salaisten työtehtävien vuoksi. Tämän jutun kuvissa esiintyy hänen kollegansa **Sanna**. Kun Siiri menee esimerkiksi ruokakauppaan, hänellä on siellä salainen tehtävä.

Siiri tekee yllätyskäyntejä kauppoihin ja liikkeisiin – kauppojen ja liikkeiden omasta pyynnöstä.

Hän on mysteerishoppaaja. Lyhyesti sanottuna hän tekeytyy siis tutkimuksen tilanneen yrityksen asiakkaaksi ja tarkkailee ennalta sovittuja yksityiskohtia. Hän raportoi, jos kaupan myyjät eivät tervehti häntä, jos tuotteet ovat huonosti esillä hyllyssä tai jos esimerkiksi urheiluvälineliikkeessä ei tehdä lisämyyntiä.

Periaatteessa mitä vain mitä liike haluaa selvittää.

On helppo uskoa, että ensimmäinen mysteerishoppauskerta jännittää. Päivittäistavarakaupan myymäläpäällikön kanssa on sovittu lupa kuvaamiseen jo etukäteen, mutta myöhemmin urheiluliikkeessä tehtävä toinen kierros tuo kevyen adrenaliinin kehoon, vaikka Siiri hoitaa puhumisen ja kyselemisen.

Siiri aloitti työskentelyn Suomen suurimmassa mysteerishoppauksia järjestävässä Palvelu Plus Oy -nimisessä yrityksessä 12 vuotta sitten. Hän työskentelee yrityksessä myös asiakaspäällikkönä.

– Meidän perehdytyksemme alkaa siitä, että pitää mennä itse tekemään mysteerishoppauksia, Siiri naurahtaa.

Ei tosin virallisesti.

– Mutta se on todella hyvä koulu siihen, että ymmärtää, mitä homma on, kun käy tekemässä kierroksia itse.

Rahaa ja jännitystä

Mysteerishoppauksen juuret ulottuvat 1940-luvulle, jolloin erityisesti pankit ja vähittäiskaupat halusivat pitää huolen siitä, että heidän työntekijänsä olivat rehellisiä. Että rahaa käsitellään oikein eikä kukaan vedä välistä.

30 vuotta myöhemmin, 1970-luvulla mysteerishoppaus alkoi saada niitä muotoja kuin tänäkin päivänä. Suomeen mysteerishoppaus rantautui 1980-luvulla.

Suomessa tehdään kymmeniätuhansia mysteerishoppausreissuja vuosittain. Pelkästään kansainväliseen Dive Groupiin kuuluva Palvelu Plus Oy tekee noin 35 000 arviointikäyntiä vuodessa vajaalla 600 paikkakunnalla.

– Voi ehkä kliseisestikin sanoa, että teemme työtä jokaisessa niemen notkossa, Nuorgamista Maarianhaminaan, toimitusjohtaja **Mikko Hartikainen** sanoo.

Tuhannet suomalaiset tekevät mysteerishoppauksia. Pelkästään Palvelu Plus Oy:llä on ringissä 18 000 valmennettua mysteerishoppaajaa. Kauppojen ja liikkeiden lisäksi palvelun laadun mittauksia tehdään jopa lääkärillä.

Suurin osa heistä tienaa kymmenistä euroista satoihin euroihin lisätuloja kuukaudessa. Joku saattaa jopa elättää itsensä mysteerishoppauksia tekemällä.

– Joku sellainen uteliaisuus, halu kehittää asiakaspalvelua ja ostotapahtumia. Pelkästään rahan takia tätä tuskin moni tekee, Har-

tikainen sanoo.

Myymälöiden puolella

Helsinkiläisessä kauppakeskudessa Siiriä tervehtivät kaikki päivittäistavarakaupan myyjät. Tosin se taitaa hyvän palvelun lisäksi johtua myös siitä, että vierailusta kerrottiin etukäteen.

Jutuntekoaikaan oli ahtaajien lakko. Siitä huolimatta hyllystä puuttuvat tuotteet eivät vaikuta arvioon esillepanosta. Puutteista on ilmoitettu lapulla erikseen, eikä ongelma sitä paitsi ole kaupan vika.

Myöskään rikkinäinen kahviautomaatti ei aiheuta toimenpiteitä.

– Siitä on kuitenkin ilmoitettu, eikä meidän tehtävämme ole etsiä virheitä vaan miettiä, miten hyvin kaupat toimivat, Siiri muistuttaa.

Mysteerishoppaaja tosiaan on kauppojen puolella – eikä niitä tai niiden myyjiä vastaan. Sen sijaan kaupan käytävällä oleva rullakko voisi olla moitteen paikka.

– Ne ovat nyt ilmeisesti menossa purkuun, mutta tällaisetkin yleensä merkitään ylös. Sitten voi miettiä, kuinka paljon rullakko häiritsi käytävällä, Siiri pohtii.

Suomalaisten helmasynti

Yksinkertainen esimerkki siitä, mihin yritykset tarvitsevat Suomessa mysteerishoppausta, löytyy urheiluvälineliikkeestä.

Siiriä palvellaan hyvin – tai jopa paremmin – kuin millaiseen palveluun monissa urheiluvälineliikkeissä on totuttu. Myyjä tervehtii ja kysyy toiveita. Kun ensimmäistä kenkää ei olekaan sopivassa koossa, Siiri kehittää päässään toisen merkin, jonka kenkää hän sovittaa.

Tässä myymälässä ei tiedetä, että paikalla on mysteerishoppaaja ja toimittaja.

– Vähän mietin vielä, Siiri vastaa myyjille kokeilun jälkeen.

Periaatteessa ostajaa palveltiin hyvin, mutta olisi voitu palvella vieläkin paremmin. Jo kenkää valitessa myyjä olisi voinut selvittää tarkemmin mysteerishoppaajan tarpeet siitä, mitä ostaja oikein etsii.

– Vaihtoehtoja esitettiin kyllä. Kysyttiin myös, onko tuote hyvä mutta ei rohkaistu kauppojen tekemiseen. Ei yritetty saada minua ostamaan kenkiä hirveästi.

Vaikutusta on

Nimenomaan tämä asia toistuu suomalaisissa kaupoissa ja liikkeissä.

– Kyllä Suomessa haasteet liittyvät myymiseen. Suomalaiset ovat erittäin ystävällisiä, erittäin hyviä esittelemään tuotteita, mutta kyllä se myyntitilanteen päättäminen on se, missä suomalaisilla on haasteita, Palvelu Plus Oy:n asiakasjohtaja **Katja Kaukoranta** sanoo.

Tällaista on esimerkiksi lisämyynti. Jos sitä tapahtuu Suomessa, se tuntuukin erikoiselta, vaikka esimerkiksi kodinkone- tai urheiluliikkeiden omistajat varmaankin toivovat sitä.

– Kyllä sen huomaa erityisesti siinä, jos esimerkiksi jossain suomalaisessa ravintolassa tarjotaan vähän jotain lisää. Lähestulkoon ainahan sitä mitataan, miten hyvin myynti toimii.

Usein tämänkaltaisissa lehtijutuissa tuodaan esiin, miten mystistä mysteerishoppaajan työ on. Palvelu Plus Oy kuitenkin muistuttaa, että kaikki tapahtuu

läpinäkyvästi – ja nimenomaan yritysten itsensä ehdottamina.

Onko mysteerishoppauksesta sitten mitään hyötyä? On, ainakin, jos katsotaan tilastoja. Toimitusjohtaja Mikko Hartikainen nostaa esiin Auto Bild -lehden tutkimuksen.

– Siinä voittajan kokonaispistemäärä on noussut merkittävästi 15 vuoden aikana, Hartikainen muistuttaa.

Kaikkiaan palvelutaso on noussut vuodesta 2005 noin kymmenen prosenttia. Se on kova nousu – varsinkin, kun ottaa huomioon, millaisia mielikuvia ihmisillä alasta oikein on.

– Kun puhutaan huonosta palvelusta, niin monet nostavat esiin autoliikkeet. Ne ovat kuitenkin tehneet järkyttävän paljon töitä viimeisen 15 vuoden aikana, Kaukoranta jatkaa.

”Ainakaan yleensä mysteerishoppaajia ei tunnisteta.”

Jos huomataan?

Mysteerishoppaajat eivät saa esimerkiksi autokaupasta ostettuja tuotteita itselleen.

Jos esimerkiksi tehtävänä on selvittää kenkäkauppoja, voidaan kokeilla kenkiä, mutta ostetaan-kin liikkeestä vaikkapa pohjaliset. Sitten saadaan kuitti siitä, että liikkeessä todella on käyty.

– Voimme myös kysyä testiasiakkailtamme, onko kellään tarvetta käydä esimerkiksi lääkärissä. Näitä ehdotuksia saattaa tulla myös testiasiakkailta itseltään, Hartikainen sanoo.

Lopuksi esimerkiksi Siiri näyttää, miten päivittäistavarakaupan palvelu arvioidaan. Kyllä-, ei- ja osittain-vaihtoehtojen lisäksi voi antaa myös avointa palautetta.

Alan eettiseen koodistoon kuuluu esimerkiksi se, että yksittäistä myyjää ei rangaista siitä, että testiasiakkaan vierailu olisi mennyt pieleen.

Kaukoranta on työskennellyt mysteerishoppauksen parissa ja siis myös mysteerishoppaajana 1990-luvulta lähtien.

Ainakaan yleensä mysteerishoppaajia ei hänen mukaansa tunnisteta.

– Usein myyjät väittävät, että he ovat havainneet mysteerishoppaajia ennen kuin tutkimuskierroksia on edes aloitettu, Kaukoranta sanoo.

Entä jos niin kuitenkin tapahtuisi, että jäisi kiinni mysteerikierrokseltaan?

– Jos niin oikeasti käy, niin mitäpä sitten. Olen leikilläni sanonut, että pitäisi järjestää sellainen kisa myyjille, että tunnistatko mysteerishoppaajamme, toimitusjohtaja Hartikainen sanoo.

Hartikainen myös muistuttaa, että kun myymälöiden sisällä ei tehdä mitään tavallisuudesta poikkeavaa, riski kiinnijäämisestä on äärimmäisen pieni – varsinkin kännyköiden aikakaudella.

– Ja mysteerishoppaajille sano- taankin, että jos tuntuu siltä, että sinut on tunnistettu, niin sitten teet sen keikan vain mahdollisimman hyvin, Kaukoranta sanoo.

SAMI KOSKI
sami.koski@iltalehti.fi
KUVAT ELLE LAITILA

MYSTERISHOPPAUS

Tuhannet suomalaiset käyvät kaupassa ja saavat siitä rahaa. Yksi heistä on Siiri.



Mysteerishoppaajan työtehtävien arviointiin saattaa kuulua esimerkiksi kauppojen esillepanon tarkistamista.

passa



Tämä on yksi mysteerishoppaaja Sannan kikoista. Kun laittaa ostoskorin eteen, ei herätä huomiota kuvatessaan.



Oheisessa kyltissä kerrotaan asiakkaille, miksi valikoimassa saattaa olla muutoksia. Se on myös mysteerishoppaajien mielestä hyvää palvelua.



Palvelu Plus Oy:n toimitusjohtaja Mikko Hartikainen sanoo, että käytännössä mysteerishoppaajia on Suomessa lähes jokaisella paikkakunnalla.



Kaupan käytävällä oleva rullakko voisi olla moitteiden paikka. Jos se on menossa purkuun, se ei aiheuta merkintää mysteerishoppaajan vihkoon.



Palvelu Plus Oy:n asiakasjohtaja Katja Kaukoranta sanoo, että suomalaisissa asiakaspalvelutilanteissa pitäisi panostaa lisää asiakaspalvelutilanteiden päättämiseen.