

AUSZUG AUS DEN OFFIZIELLEN MSPA-RICHTLINIEN FÜR TESTKÄUFE

Gültig für Europa, Afrika, den asiatisch-pazifischen Raum und Lateinamerika

Aktualisiert im April 2011

Die vollständigen Richtlinien stehen zusammen mit dem MSPA-Ethikkodex (auf Englisch) unter www.mspa-eu.org/en/ethics.html zur Verfügung.

Im Fall von Abweichungen durch die Übersetzung gilt die Englische Version.

ZWINGEND ERFORDERLICH: Überprüfen Sie die für Testkäufe geltenden Bestimmungen zum Datenschutz und zum Schutz der Privatsphäre sowie die rechtlichen, sozialen, steuerlichen und ethischen Vorschriften in jedem Land, in dem Sie Testkaufprogramme durchführen, unabhängig davon in welchem Land Ihr Unternehmen ansässig ist.

1 - Ethische Grundsätze

- Das Ziel eines Testkaufprojektes sollte es sein, Managementinformationen zu Serviceprozessen und/oder -qualität zu liefern, um Trainingspläne und die Verbesserung des Service zu unterstützen und damit die Kundenzufriedenheit sowie das Kundenvertrauen und die Kundentreue zu steigern.
- Testkaufberichte dürfen nicht als alleinige Rechtfertigung für Abmahnungen und/oder Entlassungen verwendet werden.
- Ein Testkaufunternehmen muss sicherstellen, dass seinem Auftraggeber die in diesen Richtlinien enthaltenen Bestimmungen bekannt sind, und die Zustimmung einholen, dass beide Parteien diese Bestimmungen als Grundlage für ihr Projekt anerkennen.

2 - Methodische Grundsätze

Zwingend erforderlich

- Testkäufe erfassen auf objektive Weise, wie ein Unternehmen oder eine Organisation seinen/ihren Service erbringt. Aus diesem Grund müssen die Vorgaben für das Testkaufprogramm so konstruiert sein, dass sie das reale Kundenerleben am besten widerspiegeln.
- Das Szenario ist so zu konzipieren, dass das im Mittelpunkt der Studie stehende spezifische Verkaufs-, Service- oder operationelle Verhalten getestet wird. Es muss realistisch sein, dem natürlichen Kundenverhalten entsprechen und überzeugend vom Testkäufer dargestellt werden können.
- Die für Testkäufe verwendeten Szenarien dürfen weder das Personal des Auftraggebers noch die Testkäufer zu illegalen Handlungen auffordern, noch zu Handlungen, die sie einem Risiko egal welcher Art aussetzen, sie zwingen, gegen ihren Willen persönliche Daten preiszugeben, oder zu ungewollten Registereinträgen und Nachfassaktionen führen können.
- Das Personal des Auftraggebers muss darüber informiert werden, dass seine Leistung von Zeit zu Zeit anhand von Testkäufen überprüft werden kann. Wenn Aufsichtsbehörden oder Subunternehmer solche Studien zur Überprüfung von Serviceniveaus nutzen wollen, müssen sie sicherstellen, dass die Betroffenen wissen, dass dieses Beurteilungsverfahren angewandt wird, und dass die Mitarbeiter entsprechend informiert werden.
- Die Ziele und beabsichtigten Verwendungszwecke der Ergebnisse sind dem Personal zu erläutern.
- Die Namen oder die Identitäten von Mitarbeitern können anhand von Videos, Tonbändern usw. offen gelegt werden, wenn das Personal im Vorhinein hierüber informiert wurde. Da die Mitarbeiter eines Wettbewerbers nicht über diese Studien informiert werden können, dürfen ihre Identitäten nicht aufgedeckt werden.
- Falls Bonifizierungsprogramme ganz oder zum Teil auf Testkaufprogramme gestützt werden sollen, muss das Personal hierüber in Kenntnis gesetzt werden.

Es gibt Leitfäden zu weiteren Aspekten wie zum Beispiel:

Mehrfache Testkäufe; Sachinformationen; Einfachheit, Kürze und Relevanz des Auftrags; Mitarbeiterinformation; Pilottests; Versuche seitens des Personals, Testkäufer zu identifizieren; Auf Provisionsbasis bezahlte Mitarbeiter; Website-Bewertungen.

3 - Die freie Veröffentlichung von Ergebnissen

Das Ziel einer solchen Veröffentlichung muss die Förderung einer positiven Einstellung zum Testkauf als zuverlässiges Verfahren und zur MSPA sein. Die Ergebnisse sollten sich auf die Verbesserungen konzentrieren, anstatt Anbieter mit schlechtem Service in den Mittelpunkt zu stellen.

Zwingend erforderlich

➤ Von Ihrem Unternehmen initiierte Testkäufe:

Stellen Sie sicher, dass die Pressemitteilung Folgendes enthält:

- Wer der Urheber/Eigentümer des Programms ist,
- Die Bestätigung, dass das Programm von einem Mitgliedsunternehmen der MSPA durchgeführt wurde,
- Die Bestätigung, dass das Programm gemäß den ethischen Richtlinien der MSPA durchgeführt wurde,
- Eine kurze Erläuterung der wichtigsten Grundsätze für Testkäufe,
- Eine detaillierte methodische Beschreibung des Programms,
- Eine Präsentation der Ergebnisse, die offen gelegt und veröffentlicht werden sollen,
- Die Verbesserungen, zu denen die Ergebnisse geführt haben.

➤ Von Medien oder anderen (zahlenden) Auftraggebern initiierte Testkäufe:

- Definieren Sie mit dem Auftraggeber eindeutig die Ziele der Studie und die methodischen Einzelheiten.
- Einigen Sie sich darüber, wem die Daten gehören und wie sie verwendet werden dürfen.
- Bei Ergebnissen für Organisationen, die sich nicht unter der Aufsicht oder dem Management der Auftraggeber befinden, darf die Identifizierung von individuellen Teilnehmern (z.B. Mitarbeitern) nicht möglich sein.

Leitfäden stehen auch zu den folgenden Aspekten zur Verfügung:

Aktivitäten vor dem Beginn eines Projektes; Aktivitäten nach der Datenverarbeitung und vor der Veröffentlichung; Wichtige Orientierungshilfen bei der Vorbereitung von Untersuchungsberichten und der Offenlegung von Ergebnissen; Die bestmögliche Ausnutzung der Ergebnisse; Unterstützung der Medien, die gewünschten Inhalte zu veröffentlichen, usw.

4 - Qualitätskontrolle

- Die Testkäufer müssen ausreichende Instruktionen erhalten und hinreichend eingewiesen werden.
- Der Auftraggeber und das Testkaufunternehmen müssen sich über Folgendes einigen: das Profil der Testkäufer, die Erfordernisse hinsichtlich der Einweisung der Testkunden, die Verfahren für die Feldarbeit und die Art der Qualitätskontrollen.
- Die Datenüberprüfung muss anhand von Computer- und/oder Logikkontrollen oder anderen geeigneten Methoden erfolgen.

5 - Verpflichtungen von Testkaufagenturen gegenüber ihren Testkäufern

- Es ist obligatorisch, dass alle Testkäufer eine vereinbarte Vergütung für jedes durchgeführte Projekt erhalten und alle im Vorhinein genehmigten Käufe, die sie im Rahmen des Testkaufverfahrens tätigen, erstattet bekommen.
- Es ist obligatorisch, dass die Testkäufer schriftlich über die Zahlungsverfahren und den Zeitpunkt der Zahlung informiert werden sowie über die Folgen, falls sie die vereinbarten Testkäufe nicht den erforderlichen Richtlinien entsprechend durchführen oder zu einem der vereinbarten Testkäufe nicht erscheinen.