

## Check & Reply

Bei manchen Mystery Shopping Projekten ist ein schriftliches Ergebnisreporting nicht ausreichend um positive Veränderungen auf der Verhaltensebene herbeizuführen. Gerade bei beratungsintensiven Leistungen ist es daher sinnvoll, sehr kurzfristig nach dem Testkauf ein persönliches Feedback an das Verkaufspersonal zu geben. Der Testkunde spiegelt das Beratungs-/ Verkaufsgespräch aus Kundensicht wider und kann so Verbesserungspotentiale unmittelbar vor Augen führen – „Check & Reply“.

### Wie funktioniert Check & Reply?

Ein ausgewählter Stamm unserer Testkäufer ist darauf geschult und qualifiziert unmittelbar nach dem Test ein Feedbackgespräch mit dem getesteten Verkaufspersonal und ggf. der Führungskraft durchzuführen.

Unmittelbar nach dem (verdecktem) Testkauf füllt der Testkunde ein Beobachtungsprotokoll aus und überträgt die Ergebnisse in ein Auswertungssystem auf einem Laptop. Das System bereitet die Ergebnisse grafisch auf, lokalisiert Stärken und Schwächen. Anschließend begibt sich der Testkunde erneut ins Geschäft und deckt den Testkauf auf. Es folgt ein Feedbackgespräch zwischen Testkunde und Verkäufer, in dem das Verkaufsgespräch reflektiert wird. Dies ermöglicht dem Mitarbeiter einen Abgleich von Selbst- und Fremdbild seines Auftretens im Verkaufsgespräch.

### Voraussetzungen und Wirkungen

Der Erfolg eines Projektes hängt insbesondere von der Qualifikation und Herangehensweise des Testkunden ab. Darüber hinaus muss das Feedbackgespräch in einer Atmosphäre von Wertschätzung und Konstruktiv-

vität ablaufen, damit die intendierte Wirkung beim Mitarbeiter erzielt wird. Auch gilt es zu beachten, dass die Tester auf Grund der Aufdeckung nicht beliebig innerhalb eines Filialsystems eingesetzt werden können.

Die Erfahrungen sind durchweg positiv. Die Akzeptanz der Ergebnisse bei den getesteten Mitarbeitern ist durch das unmittelbare und persönliche Feedback i.d.R. höher als bei einem schriftlichen Ergebnisbericht.

Eine weitergehende Variante des Ansatzes stellen Projekte dar, bei denen individuelle Personalentwicklungsmaßnahmen aus den Ergebnissen abgeleitet werden sollen. Hierzu ist es unabdingbar, dass die Testkäufe durch ausgebildete Trainer und Coaches durchgeführt werden.

- Erfahrene professionelle Trainer treten als Testkäufer auf
- Ergebnisse bieten nachhaltige Optimierungsmöglichkeiten
- Kurzfristige Leistungssteigerung möglich
- Insbesondere in beratungsintensiven Branchen geeignet: Handel, Automotive, Financial Services.

## SKOPOS Check & Reply

Mit Check & Reply hat SKOPOS einen Ansatz entwickelt, bei dem speziell qualifizierte Testkunden kurz nach dem Testkauf ein fundiertes Feedback an das Verkaufspersonal geben.

Die Vorteile:

- Kein zeitlicher Versatz zwischen Testkauf und Reporting
- Widerspiegeln von Verhalten und Wirkung
- Hervorhebung konkreter Stärken und Schwächen im Kundenkontakt
- Sensibilisierung für die Kundensicht
- Hohe Akzeptanz der Ergebnisse durch das persönliche Gespräch mit dem Testkunden

## SKOPOS Check & Reward

Incentiveprogramme in Verbindung mit Mystery Shopping werden eingesetzt als:

- längerfristiges Motivationsmittel für eine hervorragende Performance der eigenen Vertriebsmitarbeiter,
- kurzfristiges oder aktionsbezogenes Sales Incentive im Rahmen eines Verkaufswettbewerbs,
- Dealer Incentives, um Verkaufsstandards bei externen Vertriebspartnern durchzusetzen.

Das online-basierte CORES-System stellt Ihren Mitarbeitern einen gebrandeten und intuitiv zu bedienenden Prämienshop zur Verfügung. Hier können die persönlichen Zielerreichungen bzw. Punktestände abgefragt und in Prämien umgewandelt werden.



**Einzel- oder Team Coachings** können nachfolgend angesetzt werden und die Entwicklung der Mitarbeiter durch unsere Trainer und Coaches im Rahmen von Personalentwicklungsmaßnahmen über einen längeren Zeitraum begleitet und evaluiert werden.

## Check & Reward

**Kombinieren Sie Mystery Shopping mit einem Incentiveprogramme für Ihre Mitarbeiter, z.B. als:**

- Motivationsmittel für eine hervorragende Performance, z.B. bei jährlichen Performanceevaluatoren.
- Sales Incentives für die eigenen Vertriebsmitarbeiter, um Verkaufszahlen zu steigern und die Loyalität zu erhöhen
- Dealer Incentives, um Verkaufszahlen externer Vertriebspartner zu steigern.

Damit sich Mitarbeiter und externe Partner mit dem Programm identifizieren, ist ein individuelles und effektives Vorgehen unabdingbar. Wir beraten Sie beim Aufbau Ihres Programms und bieten auf Ihr Unternehmen zugeschnittene und gebrandete Lösungen.

### Datenbasis

Ergänzend zu den vorliegenden Abverkaufszahlen können wir aus unse-

ren Untersuchungstools umfangreiche Daten zuspielen, z.B. aus Kundenbefragungen, POS-Checks und Mystery Shoppings. Somit basieren die Incentiveprogramme auf den realen Einflussfaktoren am POS und Ihre Mitarbeiter wissen, was täglich im Kundenkontakt zählt.

### Prämienshop

Das online-basierte CORES-System stellt Ihren Mitarbeitern einen gebrandeten und intuitiv zu bedienenden Prämienshop zur Verfügung. Hier können die persönlichen Zielerreichungen bzw. Punktestände abgefragt und in Prämien umgewandelt werden.

Der Prämienshop ist fertig gefüllt mit Waren und Dienstleistungen unterschiedlichster Werte, die von unserem Partner Connex Group zu sehr günstigen Konditionen eingekauft werden.

Sie definieren lediglich das Gesamtbudget des Programms, die Verwaltung und Logistik übernehmen SKOPOS NEXT und Connex Group.

Sprechen Sie uns auf die zahlreichen Möglichkeiten an und wir finden gemeinsam die für Sie passende Lösung!

### Informationen zur SKOPOS GROUP

Im Zusammenspiel von Marktforschern, Branchenspezialisten, Marketing- und Vertriebsberatern bietet die SKOPOS GROUP ganzheitliche Lösungen aus einer Hand - von der Fragestellung bis zur Umsetzung.

#### SKOPOS NEXT GmbH & Co. KG

Lösungen für Marketing und Vertrieb, umsetzungsorientierte Forschung und Beratung. SKOPOS NEXT ist spezialisiert auf Point of Sale Development, also auf die Messung und Optimierung der Kontaktqualität zwischen Unternehmen und Kunden. Dies umfasst nicht nur persönliche Kontakte zwischen Mitarbeiter und Kunde, sondern auch Hardfacts (z.B. POS-Gestaltung) und Systeme (z.B. Homepage).

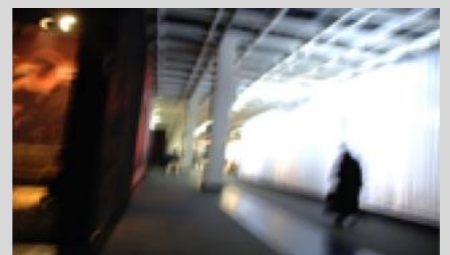
#### SKOPOS Research GmbH & Co. KG

Full Service Marktforschungsinstitut, Ad hoc Forschung, eigenes CATI Studio

#### ODC Services GmbH

Online Access Panel "Opinion People"

#### SKOPOS Ltd. (UK)



#### SKOPOS NEXT GmbH & Co. KG

Hans-Böckler-Str. 163  
50354 Hürth  
Germany  
Fon: +49 (0) 2233 9988-660  
Fax: +49 (0) 2233 9988-699  
[www.skopos-next.de](http://www.skopos-next.de)  
[mail@skopos-next.de](mailto:mail@skopos-next.de)