

# MYSTERY SHOPPING BIJ DE POST

**D**e 10 voornaamste kwaliteitscriteria, nauwkeurig opgemeten en samengesteld op basis van maar liefst 5.300 bezoeken per jaar... Mystery Shoppers bezoeken de Postkantoren én de PostPunten! Zij meten in alle objectiviteit de kwaliteit van de dienstverlening. Beschouw ze als een belangrijke partner, want ze helpen ons bij het verbeteren van onze klantenservice.

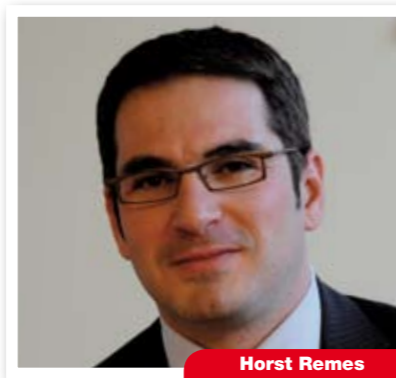
U hebt er al over gehoord, maar u hebt ze wellicht nog nooit gezien. Misschien stelt u zich de Mystery shoppers voor als geniepige spionnen die elke beweging van u noteren, en u doelbewust in de val lokken om u op fouten te betrappen.

Niets is minder waar. Een Mystery Shopper stapt uw shop binnen als een doorsnee klant en is erop getraind om uw dienstverlening op een objectieve en neutrale manier te beoordelen.

Onderzoek naar de kwaliteit van dienstverlening toont aan dat dezelfde gebreken zich keer op keer voordoen, zelfs onafhankelijk van de sector. Een procedure die niet correct is uitgevoerd, is vaak gewoonweg niet goed begrepen of niet goed uitgelegd.

## Geen rechters!

Dankzij Mystery Shopping kunnen De Post en u zich een realistisch idee vormen van de geleverde service en de tevredenheid van de klant. Sinds zijn invoering drie jaar geleden, heeft Mystery Shopping de diensten van De Post enorm vooruit geholpen.



**Horst Remes**  
Expert in Klantenbeheer

Hoe? *“Door de dienstverlening op een objectieve manier te meten en te evalueren”*, verklaart **Horst Remes** van de firma Möbius. Voor deze expert in klantenbeheer is de dienstverlening aan klanten in essentie een proces. We concentreren ons in dit proces op de zaken waarvan we weten dat ze essentieel zijn voor de klantentevredenheid. Niet alleen wat je doet, maar ook hoe je het doet is daarbij belangrijk. *“Hoe De Post haar klanten wil bedienen, moet dus duidelijk gecommuniceerd zijn”* verklaart **Horst Remes**. Een dienst evalueren op basis van een reeks van processen is objectief

in tegenstelling tot een evaluatie die gebaseerd is op een subjectieve indruk of een gevoel. Bovendien leidt die benadering tot concrete actiepunten om de dienstverlening verder te verbeteren.

Een Mystery Shopping voelt dus geen oordeel over personen, maar evalueert onze diensten door middel van processen die bij iedereen bekend zouden moeten zijn. Ook de Mystery Shopper is vertrouwd met onze processen. Dat betekent dat de gegevens die De Post ontvangt van de Mystery Shoppers uitsluitend dienen om de kwaliteit van de huidige processen te evalueren.

## Een scenario met veel zorg aangepast.



## De algemene tevredenheid verhogen

*“De ervaringen uit de praktijk leren ons heel wat, in het bijzonder over onze opleidingsmethodes”*, merkt **Luc Blondiau**, Customer Service Quality bij De Post. *“We kunnen namelijk overtuigd zijn dat een bepaalde workflow op zich perfect is, maar we hebben hem misschien verkeerd uitgelegd. We hebben er dus allemaal baat bij, De Post zowel als u, om alles nog eens op te frissen.”*



**Luc Blondiau**  
Customer Service Quality

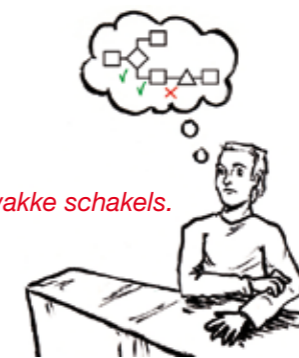
Daarbij is het ook belangrijk dat deze opdracht wordt toevertrouwd aan een onafhankelijke instantie die gespecialiseerd is in kwaliteitsoptimalisatie. Dat is de rol van Möbius. Deze firma, een spin-off van de Universiteit van Gent, adviseert en begeleidt klanten uit verschillende sectoren, van de luchtvaart en de automobielenindustrie tot de overheid. Allemaal zijn ze zoals De Post op zoek naar een manier om de beste service te bieden.

*“Deze benadering is geen tevredenheidsenquête”*, vindt **Philippine Pacco**, consultant bij Möbius. We zoeken niet naar percepties, maar naar concrete verbeterpunten in de manier waarop we onze klanten bedienen.

## Een constante oefening

Uit ervaring weet men dat het kwaliteitsniveau na verloop van tijd enigszins

## De zwakke schakels.



kan verzwakken. We zijn namelijk allemaal slachtoffer van onze gewoontes. We hebben de neiging om alles zo eenvoudig en zo snel mogelijk te doen. Dat is menselijk. Maar zonder dat we ons er van bewust zijn, kan de kwaliteit van onze diensten daar onder beginnen leiden. Daarom is het interessant om constant te evalueren.

*“Men moet een onderscheid maken tussen geïsoleerde feiten en werkelijke gebreken”*, zegt **Luc Blondiau**. *“We hebben het allemaal wel eens moeilijk door extra werk of een persoonlijk probleem dat ook een impact heeft op de kwaliteit van ons werk. Aan de andere kant, door consequent in meerdere filialen procedures te gaan controleren die men normaal onder de knie moet hebben, kan men op een objectieve manier gaan bepalen waar het probleem zich nu werkelijk bevindt.”*

Ook uw Field Manager zal het er binnenkort met u over hebben om samen met u te evalueren hoe in de praktijk het probleem kan opgelost worden. Vaak gaat



**Philippine Pacco**  
Consultant

het immers over een misverstand. En dat kan snel worden verholpen dankzij OASIS, uw ‘online assistent’.

## Geen ‘goede’ en ‘slechte’!

Kortom, laat het duidelijk zijn: een Mystery Shopper wil u niet in de val lokken of u persoonlijk evalueren. Een bezoek wordt trouwens niet afzonderlijk geëvalueerd, want één uniek bezoek aan een PostPunt is niet representatief. In de praktijk wordt elk PostPunt vier keer per jaar bezocht. De Mystery Shoppers hebben daarbij uitsluitend oog voor de meest courante verrichtingen. Bovendien trekken we conclusies uit het geheel van de vaststellingen, niet uit één bezoek.



## Kwaliteitscontrole in realtime.

*“Mystery Shoppers zijn werknemers van Möbius, professionals die vertrouwd zijn met alle scenario’s besluit Horst Remes, ze krijgen een specifieke opleiding om de verschillende criteria op een kritische en objectieve manier te beoordelen.”* Bij de minste verandering worden de Mystery Shoppers verwittigd door De Post.

Discreet en neutraal, u hebt dus weinig kans dat u zo’n Mystery Shopper herkent. Hoe kunt u hem dan zo goed mogelijk van dienst zijn? Het objectief van de Mystery Shopping is om de punten die kunnen verbeterd worden op te sporen. Een meerwaarde voor iedereen! Want laten we niet vergeten dat de kwaliteit van onze dienstverlening de belangrijkste hefboom is om onze de klantentevredenheid en de verkoop te verhogen.