

## **APPENDICE IV**

### **NORME MYSTERY VISITING (Revisione ratificata in sede di Assemblea degli Associati del 15 giugno 2022)**

#### **INDICE**

- 1. INTRODUZIONE**
- 2. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE**
- 3. RIFERIMENTI NORMATIVI**
- 4. TERMINI E DEFINIZIONI**
- 5. PRINCIPI ETICI DEL MYSTERY VISITING**
- 6. LA PROGETTAZIONE**
- 7. LA SELEZIONE DEGLI AUDITOR**
- 8. LA CONDUZIONE DELLA VISITA**
- 9. IL RAPPORTO POST VISITA**

## 1. INTRODUZIONE

Il documento in essere rappresenta le norme di qualità Assirm relative alla conduzione di studi di mercato d'ora in avanti definiti Mystery Visiting ed utilizza come riferimento i preesistenti codici e linee guida internazionali redatti da ESOMAR (ESOMAR World Research Codes & Guidelines: Mystery Shopping Studies 2005), UNI 11312-1:2017 "Qualità nei servizi - Audit in incognito (mystery audit) - Parte 1: Requisiti e linee guida del processo"

La norma di qualità Assirm intende:

- Indicare le linee guida per la progettazione la conduzione di audit effettuati "in incognito" presso organizzazioni interne o esterne a quella del committente
- Individuare gli standard da adottare affinché l'attività sia efficace
- Definire i criteri di selezione degli auditor

Questa Norma si riferisce esclusivamente alle tecniche di Mystery Visiting e di Mystery Shopping. Tutti gli altri metodi di acquisizione passiva dei dati formeranno oggetto di ulteriori approfondimenti.

## 2. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

Con il termine Mystery Visiting si intende l'attività di audit effettuata da uno o più auditor incaricati di simulare il comportamento di un visitatore e/o di un cliente potenziale o reale. L'incaricato dovrà pertanto agire senza farsi riconoscere al fine di garantire la valutazione di uno scenario quanto più possibile vicino alla realtà.

Tali studi hanno l'obiettivo di fornire al committente informazioni utili al miglioramento della qualità del servizio fornito. Possono quindi riguardare la valutazione di servizi offerti da organizzazione/enti con particolare riguardo ad aspetti come la segnaletica, la pulizia, il tempo di attesa e di risposta, lo stato di manutenzione delle dotazioni ed il rispetto degli standard previsti dall'azienda. È possibile, inoltre, prevedere che l'auditor agisca alla stregua di un acquirente in modo da valutare il reale comportamento degli addetti vendita.

È necessario pertanto che il valutatore in incognito, venga adeguatamente addestrato a misurare, al pari di un effettivo cliente, la qualità dei servizi oggetto di indagine e, pertanto a tale scopo, gli vengano forniti gli strumenti che gli consentano di effettuare la valutazione in maniera oggettiva, approfondita e coerente con gli obiettivi.

Le attività di Mystery Visiting possono riguardare:

- l'azienda committente e tutti i relativi canali di contatto con i propri clienti;
- gli intermediari;
- i concorrenti.

Rientrano nelle attività di Mystery:

- mystery observation and visits;
- mystery telephone calls;
- mystery e-mail or fax;
- mystery website visits.

La caratteristica fondamentale di questi studi è che le persone interessate, vale a dire i fornitori del servizio oggetto di studio, non sanno di essere sottoposte ad osservazione poiché la loro consapevolezza potrebbe generare comportamenti atipici o indotti, tali da compromettere i risultati dello studio.

### **3. RIFERIMENTI NORMATIVI**

Gli studi di Mystery Visiting sono da tempo ampiamente diffusi e continuano ad evolversi, per modalità di rilevazione, per complessità di articolazione e per capacità di raccolta dei dati in relazione all'evoluzione tecnologica che ha coinvolto i sistemi di vendita e di comunicazione aziendale. In questo contesto è quindi buona norma studiare le soluzioni più adeguate e porre la massima attenzione affinché i Committenti ed i soggetti interessati siano sempre pienamente tutelati nel caso in cui sia prevista la raccolta di informazioni riservate o potenzialmente sensibili.

A tal proposito, aree di speciale interesse alle quali dedicare particolare attenzione sono:

- il consenso da parte del Committente alla realizzazione dello studio,
- la sicurezza e la responsabilità del trattamento dei dati,
- il rispetto e la tutela dei soggetti interessati e degli auditor.

Gli studi di Mystery Visiting devono pertanto rispettare la legislazione, le norme sulla privacy, la riservatezza dei dati personali e prevedere all'interno del progetto di ricerca, disposizioni adeguate, sulla proprietà dei dati, delle informazioni rilevate e sulla sicurezza ed accessibilità esclusiva alle persone autorizzate al trattamento. Data la natura variegata dei dati potenzialmente rilevabili attraverso questo metodo, è infatti fondamentale che le aziende di ricerca ed i ricercatori, prendano tutte le precauzioni al fine di garantire, per quanto possibile, che venga rispettata la privacy individuale e che le parti interessate non siano svantaggiate o subiscano danni.

Nell'intero documento si utilizzerà il verbo "devono" per descrivere un principio che i ricercatori sono obbligati a seguire se vogliono attenersi alle Norme di Qualità Assirm. Il verbo "dovrebbero" è, invece, utilizzato per descrivere l'adempimento di un principio etico. Questo utilizzo distinto dei due verbi riconosce ai ricercatori la possibilità di scegliere di adempiere a dei principi etici in modi diversi in base al progetto di ricerca.

#### **4. TERMINI E DEFINIZIONI**

I termini e le definizioni utilizzate in questa norma di qualità sono riportati all'interno del Glossario Assirm.

#### **5. PRINCIPI ETICI DEL MYSTERY VISITING**

L'attività di audit deve essere basata sul rispetto di principi etici che pongano in considerazione i seguenti aspetti:

- Qualora il committente conduca l'attività presso la propria organizzazione o rete di intermediari, il committente stesso deve preventivamente informare lo staff specificando gli obiettivi, i metodi usati per la raccolta delle informazioni e assicurando il personale sul rispetto dei principi etici e sulla salvaguardia dei soggetti interessati;
- i risultati dell'audit non devono essere utilizzati contro i dipendenti: da essi non possono scaturire azioni disciplinari, né tantomeno le informazioni possono essere utilizzate a fini lesivi della dignità umana;
- i risultati forniti al committente non devono consentire l'identificazione del soggetto. In caso contrario è raccomandabile coinvolgere altre parti interessate, quali Sindacati e Associazioni di categoria, per sottoscrivere regolamenti e disciplinari;
- in caso di registrazioni audio / video, è necessario rendere anonimi i dati mediante apposte tecniche (alterazione della voce e/o oscuramento dei volti);
- nell'ambito del Mystery Visiting non dovranno essere svolte attività che, direttamente o indirettamente, alterino le aspettative di vendita/distribuzione, o che creino svantaggi competitivi nelle aziende concorrenti.

## 6. LA PROGETTAZIONE

La corretta progettazione di un Mystery Visiting deve tenere in considerazione i seguenti aspetti:

- gli obiettivi dello studio;
- le risorse economico-finanziarie ed i tempi necessari per la realizzazione;
- gli strumenti necessari per la corretta esecuzione. In particolare la griglia in cui l'auditor deve riportare l'esito delle osservazioni, deve basarsi prevalentemente su domande di tipo oggettivo (cioè descrivere ciò che realmente succede e non ciò che percepisce). Quindi gli aspetti soggettivi devono essere limitati nel numero e definiti chiaramente mediante istruzioni che ne limitino l'interpretazione (ad es. definizione dei singoli voti

- delle scale di valutazioni e/o immagini esplicative di cosa si intende per presenza/assenza di un requisito);
- i requisiti necessari degli auditor (profilo e competenze in linea con il tipo di incarico da svolgere);
  - i processi e le risorse utili a fornire agli auditor le conoscenze e le competenze specifiche, per permettere loro di svolgere l'incarico in maniera coerente con gli obiettivi di ricerca;
  - il programma delle azioni che il Mystery Visiting dovrà svolgere con particolare riguardo agli aspetti operativi (chi, cosa, quando verificare). Nel caso in cui l'audit preveda l'acquisto di un bene o di un servizio è necessario che le eventuali condizioni di restituzione/recesso vengano preventivamente concordate;
  - la definizione dello scenario utile ad identificare il ruolo che l'auditor deve saper "recitare" nel rispetto del totale anonimato garantito al committente;
  - le attività di verifica e controllo della qualità del Mystery Visiting.

Nel caso in cui ad essere oggetto di verifica siano i concorrenti o altre organizzazioni esterne è importante che nella progettazione, il tempo e le domande definite per tale attività siano ragionevolmente mantenute entro livelli minimi e che l'audit venga condotto evitando che si determinino delle conseguenze svantaggiose per le persone osservate/intervistate e/o per la loro organizzazione.

Ad ogni modo in tutti i casi in cui non sia previsto una fase di acquisto, il tempo di visita dovrebbe essere ragionevolmente commisurato alla natura del servizio, al mercato di riferimento ed alla tipologia di indagine. La lunghezza accettabile delle osservazioni/simulazioni dovrebbe essere, quindi, determinata commisurandola alla pratica effettiva e, comunque, non diversa da quella prevista da una normale richiesta di un cliente reale.

In fase di progettazione occorrerà, inoltre, ridurre al minimo i tempi di follow up necessari nel caso in cui fosse prevista la richiesta di fornitura di servizi particolari, come ad esempio la consegna di una brochure, l'invio di una e-mail o altre attività di questo tipo.

Infine laddove l'audit dovesse prevedere la prenotazione di un servizio o l'acquisto di un prodotto, le azioni di annullamento o revoca dovranno essere predisposte nel minor tempo possibile dal termine della visita.

## 7. LA SELEZIONE DEGLI AUDITOR

La qualità delle attività di Mystery Visiting dipendono anche dalle capacità e dalla professionalità degli auditor prescelti. Nel processo di selezione delle risorse destinate allo svolgimento di tale compito sarà pertanto determinante la valutazione delle loro capacità personali e della loro esperienza professionale. Ed in particolare:

1. **Capacità Personali**, ovvero l'abilità nell'interpretare il ruolo di un "cliente tipo" alla stregua di un attore che reciti il personaggio assegnatogli.

L'auditor deve essere inoltre:

- eticamente corretto
- preparato
- rigoroso
- allenato all'uso delle proprie capacità sensoriali.

È ancora importante che dimostri:

- capacità di cogliere i dettagli
- intelligenza relazionale
- attitudine all'ascolto
- senso estetico

Per svolgere al meglio il compito assegnatogli potrebbero, in alcuni casi, essere necessarie delle prove generali che gli consentano di acquisire dimestichezza rispetto agli scenari oggetto di valutazione.

È, infatti, determinante che nel recitare la sua "parte" l'auditor non appaia né eccessivamente confidente, né troppo titubante o imbarazzato.

2. **Esperienza Professionale** maturata sia attraverso specifica formazione/ addestramento alle tecniche di Mystery Visiting, che grazie alle esperienze di lavoro maturate sul campo. In ogni caso, è la società di ricerca che deve fornire istruzioni adeguate sullo specifico progetto e formare sul campo gli auditor. Un auditor deve, quindi:

- conoscere le tecniche di audit;
- saper programmare le attività in base alle tempistiche date;
- riconoscere e rispettare le priorità;
- gestire la raccolta delle informazioni utili;
- verificare l'esattezza dei dati;
- saper compilare il questionario predisposto dalla società di ricerca;
- rispettare le tempistiche ricevute.

Laddove necessario il processo di selezione potrà anche prevedere la presenza del committente finalizzata all'individuazione delle caratteristiche necessarie per studi specifici. In tal caso, tale attività dovrà essere parte integrante della fase di progettazione e pianificazione.

## 8. LA CONDUZIONE DELLA VISITA

Una volta definite le informazioni e i dati che si intendono raccogliere attraverso l'osservazione, la società di ricerca deve predisporre gli scenari della visita e la formazione agli auditor.

Gli scenari devono essere disegnati in modo da risultare:

- pertinenti alla verifica dello specifico processo / servizio;
- credibili, rappresentando un comportamento naturale del cliente
- semplici, per essere interpretati facilmente dall'auditor
- eticamente corretti.

La società di ricerca deve quindi dare opportune istruzioni all'auditor, definendo in particolare:

- il ruolo che deve interpretare;
- il percorso ottimale da condurre, e gli aspetti da valutare;
- la durata della visita;
- le modalità di risoluzione nell'ipotesi in cui debba svelarsi o venire scoperto.

La società di ricerca deve inoltre verificare che l'auditor abbia ben compreso e memorizzato:

- i dettagli del ruolo da interpretare;
- le parti delle istruzioni o del questionario che non potrà leggere durante lo svolgimento della rilevazione;
- gli aspetti da osservare e le scale di valutazione da usare.

Durante la conduzione di una visita, alcune valutazioni saranno misurabili in maniera oggettiva (ad esempio il tempo di attesa, la presenza di determinate dotazioni, ecc.), in altri casi è necessario una valutazione soggettiva.

Per le misurazioni oggettive, è spesso necessario utilizzare strumenti e/o apparecchiature di misurazione. Compito dell'auditor sarà quello di adoperare tali dotazioni in modo adeguato, evitando che il loro utilizzo possa interferire con le attività sottoposte a verifica.

Le dotazioni che potrebbe essere opportuno utilizzare nel corso della visita sono:

- device digitali (pc, tablet, registratore, videocamera, fotocamera);
- strumenti di misura (es. metro, termometro, orologio, cronometro);
- qualunque cosa necessaria per effettuare rilievi (es. carta assorbente per rilevare il livello della pulizia).

Qualora l'attività preveda la necessità di acquisire contenuti multimediali, la società di ricerca deve verificare a priori qualunque impedimento normativo (es. divieto di scattare foto o fare registrazioni audio-video in posti in cui non sia consentito, presenza di minori, controllo a distanza dei lavoratori etc.) e fornire istruzioni chiare agli auditor.

Oltre agli strumenti di misurazione oggettiva, esistono valutazioni soggettive che l'auditor esperto ed opportunamente allenato, dovrà porre in essere. Infatti, nello svolgimento dell'incarico potranno essere previste situazioni in cui dovrà:

- assaggiare alimenti o bevande
- annusare
- toccare/tastare
- ascoltare voci, frasi
- osservare gesti, modi, comportamenti del personale

Tali verifiche dovranno essere svolte con adeguata discrezione e senza mai interferire infastidendo l'attività del controllato.

In alcuni casi, il progetto può prevedere che la visita si concluda rivelando l'identità dell'auditor. Ciò può essere necessario per condividere "in diretta" i punti di forza e di debolezza riscontrati e consentire quindi l'implementazione immediata di azioni correttive. In questi casi l'auditor deve attenersi rigorosamente alle istruzioni ricevute dalla società di ricerca, con particolare attenzione agli interlocutori, agli aspetti che è possibile condividere e alle modalità di gestione di eventuali contestazioni.

## **9. IL RAPPORTO POST VISITA**

Una volta portata a termine l'effettuazione delle visite, l'auditor restituirà alla società di ricerca l'esito delle sue osservazioni secondo le modalità concordate.

L'esito delle osservazioni deve includere:

- date o orari delle rilevazioni,
- liste di riscontro con risultati analitici (risposte/giudizi).
- eventuali documenti raccolti (preventivi, materiale pubblicitario ecc.) resi eventualmente anonimi nelle parti relative ai dati del personale.

La società di ricerca attua le procedure di controllo qualità previste in fase di progettazione al fine di verificare l'effettuazione della visita, la correttezza della sua conduzione e la coerenza dei dati raccolti.

Le procedure di controllo in genere consistono in:

- verifica della completezza della documentazione e delle informazioni raccolte in ogni visita,
- verifica adeguatezza e validità del materiale audio-video,
- effettuazione di controlli logici di coerenza tra dati raccolti.

La società di ricerca, procederà quindi all'analisi dei risultati e all'elaborazione di un report da restituire al committente con l'indicazione dei principali elementi di eccellenza e di debolezza riscontrati, nonché, se previsto, un rapporto per ogni singola visita effettuata.

È inoltre opportuno che il report, prima della consegna al Committente, venga sottoposto a verifica di coerenza tra quanto svolto e quanto preventivato.

Resta inteso che per tutto quanto non specificato nel presente paragrafo occorrerà fare riferimento alle indicazioni contenute nella Norma di Qualità Assirm relativa alla reportistica da consegnare al cliente al termine dell'incarico di consulenza