

Mystery Shopping – undercover am POS

20.07.2021, 18:00 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *SIG Sales GmbH & Co. KG*

Presseagentur: *SIG Sales GmbH & Co. KG*

Mit Mystery Shopping inkognito am eigenen POS die Qualität des Service und Vertriebs zu checken, lohnt sich umgehend. Denn mit dieser Methode analysieren Unternehmen schnell und präzise, wie ihr Point of Sale das Kaufverhalten der Kunden beeinflusst. Mystery Shopping läuft topsecret ab und liefert wertvolle Daten, so etwa zum Marktumfeld oder zum Agieren relevanter Mitbewerber am POS. Von Serviceleistungen, über die Qualität des Verkaufs bis hin zu Aspekten der Kundenbindung – alles das und vieles mehr ermitteln verdeckt die Testkäufer der SIG Sales GmbH beim Mystery Shopping.

Getarnt als Kunde Testkäufe vornehmen – das ist Mystery Shopping. Die SIG Sales-Experten besuchen den POS undercover. Die Verkaufsteams erkennen die geschulten Mystery Shopper nicht. Denn die Testkäufer verhalten sich wie so viele Konsumenten: Sie wünschen eine Produktberatung zur Abwägung ihrer Kaufentscheidung und setzen den Testkauf mit der Zahlung an der Kasse um.

In einem Fragebogen mit zuvor definierten KPI dokumentieren die Tester alle Phasen ihres Marktbesuchs. Erhoben werden dabei zum Beispiel Daten zur Qualität der Kundenberatung und deren Folgen für die Kaufentscheidung. Bis hin zum Kaufabschluss an der Kasse lassen sich so alle Vorzüge und Nachteile dieses Testeinkaufs detailliert analysieren. Mystery Shopping offenbart Stärken und deckt Schwächen auf.

Mit Mystery Shopping als Marktforschungs-Instrument generieren Unternehmen so wertvolle Erkenntnisse für ihr Marketing. Optimierungspotentiale treten objektiv zu Tage. So prüfen die Testkäufer nicht nur die Beratungsqualität, sondern checken ebenso die Qualität des Einkaufserlebnisses und die Orientierungsmöglichkeiten am Point of Sale. Selbst in der Kassenzone bewähren sie sich als Auge und Ohr ihres Auftraggebers. Auf dem Weg dorthin prüfen sie, ob zeitlich begrenzte Promotionen ihre volle Wirkung entfalten können. Und ob an der Kasse das Verkaufspersonal dem Kunden den Kaufabschluss so angenehm wie möglich macht.

SIG Sales realisiert Mystery Shopping als Dienstleistung in seinem Geschäftsbereich POS analytics (<https://www.sigsales.de/wissenswertes/sales-research>). Auf Grundlage gemeinsam mit den Kunden zuvor vereinbarter KPI klären die Experten der Agentur für Vertriebs- und Marketinglösungen am Point of Sale vielfältigste Sachverhalte. Die von ihnen erhobenen Daten finden Eingang in eine Leistungsanalyse, mit denen sich Vertriebsqualität und Vertriebsstruktur am POS erfolgreich optimieren lassen. Und das ist der Sinn und Zweck des Mystery Shopping.

Die hierfür eingesetzten Fragebögen entwickelt SIG Sales individuell neu für jedes Projekt. Gemeinsam mit seinem Kunden legt der Anbieter die erforderlichen Kennziffern fest. Diese geben zum Beispiel Auskunft über den Ersteindruck am POS oder über die Freundlichkeit und Beratungskompetenz der Verkaufsteams. KPI wie diese können die Präsentation von Zusatzgeschäften, aber auch die Kassenzonen in den Fokus rücken. Zum Beispiel, indem gecheckt wird, ob das Verkaufspersonal zur Kundenbindung eine Kundenkarte anbietet.

Seriöse Anbieter von Mystery Shopping setzen hochqualifizierte Mitarbeiter ein. So verfügen die Mystery Shopper von SIG Sales über langjährige Erfahrungen in diesem speziellen Metier und über umfassendes Branchen-Know-how am Point of Sale. Sie werden kontinuierlich geschult. Trainings gehören zu ihrem Arbeitsalltag. Derart professionalisiert, garantiert der Einsatz der Testkäufer belastbare Erhebungsergebnisse, die eine objektive Analyse der Mystery-Shopping-Daten ermöglichen. Der Mehrwert liegt auf der Hand: Der Einsatz dieser SIG Sales-Workforce ist Garant für eine erfolgreiche Optimierung oder Modifikation der Vertriebsstrategie.

Die Mystery-Shopping-Projekte werden phasenweise umgesetzt. Im ersten Schritt erfolgt stets eine Erstberatung des Kunden, in der gemeinsam die Ziele, Zielmärkte und das erforderliche Zeitbudget festgelegt werden. Im zweiten Schritt

wählt SIG Sales die Mystery Shopper aus seiner dezentral, in Deutschland agierenden, Workforce aus. Dann startet das Mystery-Shopping.

Die Qualität der Testkäufe ist in allen Projekten gesichert. Das gewährleisten gleichbleibende Prozesse, Methoden und Abläufe. Ist der Besuch des POS beendet, dokumentieren die Mystery Shopper ihre Testkäufe unmittelbar nach dem Shopping digital über die SIG Sales-Management-Software SALES 360. Nahezu in Echtzeit kann darüber auch der Auftraggeber in aller Transparenz die erhobenen Daten einsehen. SIG Sales liefert ihm die Analyseergebnisse zusätzlich per Dashboard.

Mystery Shopping – ein Angebot aus dem umfassenden Dienstleistungsspektrum von SIG Sales.

Portrait

SIG Sales ist der agile Vermarktungspartner für Unternehmen in ganz Europa. Mit individuellen Konzepten, einer flexiblen Workforce und digitalen Infrastruktur unterstützt SIG Sales den Vertrieb und die Performance von Marken am Point of Sale. Zuverlässig. Transparent. Branchenübergreifend.

News-ID: 1214413 • Views: 874 (Stand: 21.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1214413/Mystery-Shopping-undercover-am-POS.html>