

CSP-model[©]

Klanttevredenheid & beleving



Het **CSP-principe**[®] geeft inzicht in klanttevredenheid

Klanttevredenheid is een belangrijke drijfveer voor de loyaliteit van uw klanten. De producten zijn tegenwoordig in de regel gelijk, met vergelijkbare prijzen en dezelfde eigenschappen; service en beleving is voor vele bedrijven dus de enige manier om zich te onderscheiden van de concurrentie. Door middel van onderzoek kan de mate van klanttevredenheid inzichtelijk worden gemaakt en kunnen de sterke punten én gemiste kansen in de dagelijkse werkzaamheden benoemd worden.

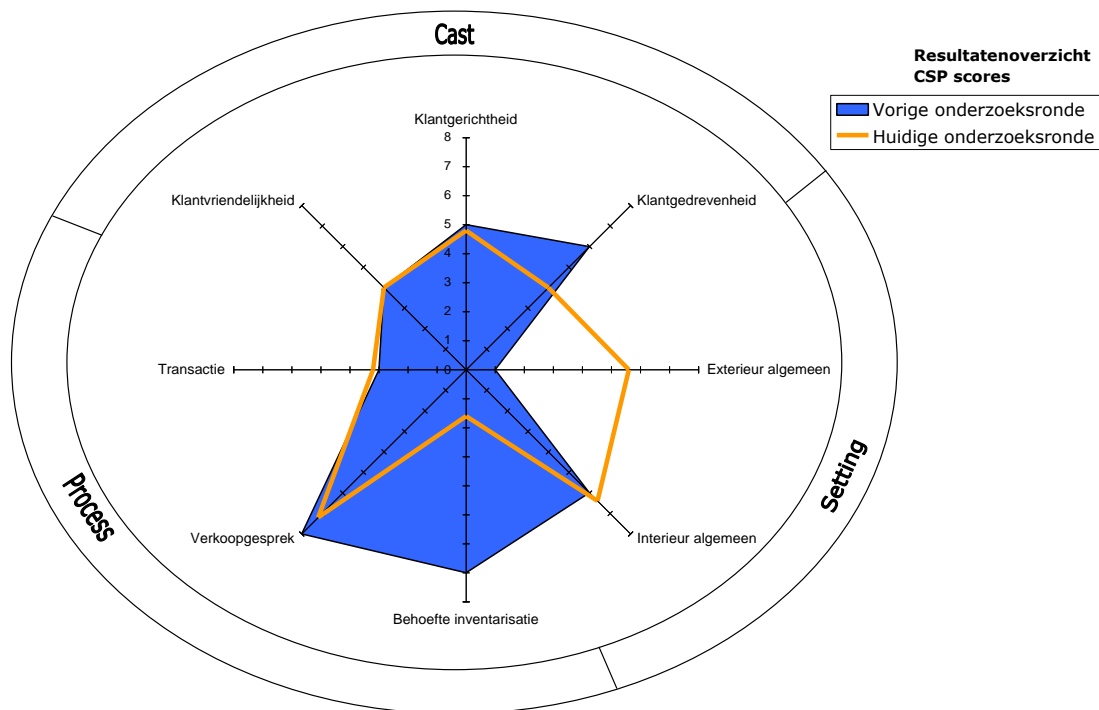
Mystery Guest heeft ruim 15 jaar ervaring in het uitvoeren van klanttevredenheids-onderzoeken waarbij de beleving centraal staat. Hoe kijkt de klant tegen uw organisatie aan en hoe ervaren zij het bezoek? Sinds 1995 zet Mystery Guest de diverse Mystery Guest Producten in een groot aantal branches in; bedrijven en organisaties uit de particuliere en zakelijke dienstverlening, overheid, de retail- en hospitality-branche. Dit zijn zowel business-to-consumer als business-to-business relaties. De resultaten van de Mystery Guest onderzoeken kunnen op verzoek verwerkt worden in een managementsamenvatting, presentatie, training, of rapportage. Om alle aspecten van tevredenheid te kunnen meten heeft Mystery Guest het **CSP-principe**[®] ontwikkeld.

Het **CSP-principe**[®]: Wat houdt het in?

De Mystery Guest onderzoeken beoordelen de organisatie op diverse aspecten. Tevredenheid wordt immers niet bepaald door één onderdeel van het bezoek, maar door de totale ervaring. Het **CSP-principe**[®] omvat de onderdelen *Cast*, *Setting* en *Process*. Deze aspecten bepalen in belangrijke mate de beleving en tevredenheid van uw klant/gast. Bij het onderdeel *Cast* wordt gekeken naar de medewerkers; zijn zij klantvriendelijk, klantgericht en klantgedreven, stellen zij zich (pro)actief op, geven zij blijk van persoonlijke betrokkenheid, wordt de klant gewaardeerd, etc. Bij *Setting* worden met name het interieur en het exterieur beoordeeld, en daarnaast het gebruik van folders of reclamematerialen (POS), de presentatie van het product en de gebruikte communicatiemiddelen. Tot slot worden bij *Process* ook de werkwijzen en procedures meegenomen in de rapportage. Hoe ervaart de klant het verkoop- of adviesgesprek, houden de medewerkers zich aan de interne (kwaliteits)richtlijnen en instructies, op welke wijze wordt er begroet/ afscheid genomen? Gezamenlijk geven deze aspecten de totale beleving weer, en kan de mate van tevredenheid berekend worden.

Het **CSP-model**[®]

De klanttevredenheidsonderzoeken geven een organisatie vele handreikingen, waarmee de dagelijkse werkzaamheden verbeterd kunnen worden. De rapporten bieden een grote hoeveelheid informatie over hoe de organisatie presteert op de diverse aspecten. Om de resultaten echter overzichtelijk te maken, is het **CSP-model**[®] ontwikkeld. Hiermee kan in één oogopslag gezien worden welke onderdelen succesvol zijn, en welke extra aandacht nodig hebben. Een belangrijke toegevoegde waarde van het **CSP-model**[®] is dat er een vergelijking (benchmark) gemaakt kan worden met resultaten uit het verleden, resultaten van concurrenten, of zelfs met brancheresultaten. Andere mogelijkheden zijn vergelijkingen tussen filialen, vestigingen of afdelingen. Een organisatie kan op deze manier direct zien op welke punten dat vooruitgang is geboekt, of op welke punten dat zij al dan niet beter scoren dan hun directe concurrentie of collega's.



Omdat niet alle organisaties en branches gelijk zijn, kan het **CSP-model**[®] aangepast worden aan de specifieke wensen van de organisatie. Zo kunnen bijvoorbeeld interne bedrijfswaarden opgenomen worden in de onderzoeken, of kan er een weging aangebracht worden in de diverse onderzoeksaspecten.

Mystery Guest B.V.
Dorpsplein 4
4041 GH Kesteren
T: 0488 – 480 852 / 06 22 391 282
E: info@mysteryguest.nl

Mystery Guest Operations
Stationsplein 19
6001 CH Weert
0495 – 586 895

Kijk voor meer informatie op www.mystervauest.nl