

银行神秘顾客调查真的侮辱员工智商吗？

产品名称	银行神秘顾客调查真的侮辱员工智商吗？
公司名称	深圳神秘顾客市场调查有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市南山区粤海街道高新南九道59号北科大厦1311
联系电话	17722436463

产品详情

一篇名为“银行‘神秘人’制度就是侮辱员工智商的存在”的文章在微信上获得了4万+的阅读量。对于神秘顾客这个行业来说，算是“出圈”了，那么银行神秘顾客制度当真那么不堪，要被“打脸”吗？深圳神秘顾客市场调查有限公司深耕神秘顾客业务多年，圆满完成了多家银行神秘顾客调查项目。

银行神秘顾客是什么？

神秘顾客是一种市场调查手段。神秘顾客是以真实顾客的身份，检验一线工作人员是否按内部运作流程进行标准化操作。神秘顾客检查先由公司根据本次监测目的，结合公司内部操作规范，建立一套监测指标体系，一般由与客户身份相匹配的“神秘顾客”经过培训后进行，在真实的服务过程中发现问题。

银行神秘顾客是神秘顾客的一个行业细分领域，主要针对银行网点的服务水平、环境设备进行暗访，并根据该银行内部的软件、硬件服务标准，检查网点的达标情况。

神秘顾客是在和银行员工为敌吗？

首先需要说明的是，神秘顾客制度是一个客观的调查制度，不是拿来与银行员工，或者说是任何被检查对象作对的，不是想要测试智商，难倒被检查对象，乐见其出洋相。

实际上，神秘顾客与被检查对象之间是双人舞的关系，神秘顾客与被检测对象之间“勾心斗角”的拉锯、你来我往的试探都是为了给服务对象呈现出更完善的“舞台演出”，提供更好的服务体验，这也是业界公认的神秘顾客这一制度的目的。

真的能打脸神秘顾客吗？

当然可以，但是比起“打脸”这种怒气值满满的表述，深圳神秘顾客公司（SMS）更倾向于使用“协商”、“申诉”等字眼。

神秘顾客检查的一特点就是客观、真实。神秘顾客的检查报告既会审核、吸纳神秘顾客的现场服务感受，也会接受被检测对象的申诉。当出现神秘顾客观察错误，且审核人员没有核查出来的情况时，确实会存在“冤枉”被检测对象的情况。但是这样的情况极少，因为这也就意味着神秘顾客、执行督导、项目质检这三层审核人员都出现了失职。

如果上述情况真的不幸发生了，或者被检测人员虽然确实没达标，但是有“苦衷”，那么任何有现实依据的申诉都是被接受的，对应的检查报告也都是乐于随之修改的。但是如果真的是自身服务水平、网点卫生、硬件设施等内容没有达到内部标准，那神秘顾客希望的是被检测对象能根据检测报告来改正提升。

一眼假，神秘顾客真的很好认吗？

“学生娃咨询贵宾卡标准、分红险”，这种神秘顾客一眼假！从十几年神秘顾客项目经验来看，使用学生这类人群来进行贵宾卡、理财咨询确实是一个冒险的行为，因为正常来看，学生并不具备做出以上行为的资本。要是还拿着手机来录像，那肯定是蹩脚的神秘顾客“实锤”了！这种情况的出现确实揭示出了神秘顾客行业的不规范操作的现象，反映出公司的选定神秘顾客的时候，就没有进行严格审查，导致出现了这样明显的纰漏。

但是从另一方面来看，神秘顾客检查的就是人员能否一视同仁地服务任何一位顾客，而不管其身份如何。大学生不能办贵宾卡？不能咨询理财？刚刚考上大学，获得50万奖励的大学生不会这样想。穿着一般，踏着人字拖，用着普通储蓄卡的中年人没必要像贵宾那样服务？城市拆迁的补贴对象不会这样想。“离奇”顾客的出现，或许是在检查人员在服务时有没有“看人下菜碟”。神秘顾客要做的，就是确保银行内部的服务标准能够平等地适用于每个顾客，以貌取人、暗自给顾客分三六九等的行为更是检查的重点，是要严格杜绝的现象。

当然，“离奇”顾客并不常有，因为有一定水平的神秘顾客公司会筛选的神秘顾客。这类神秘顾客公司

一般都会有自己的神秘顾客资源库，其中有大量活跃的神秘顾客。神秘顾客公司在接到任务后，根据库内神秘顾客的不同背景，下发任务书，从源头上保证了神秘顾客的身份匹配性。其次，在确定神秘顾客后，公司还会对神秘顾客进行基础培训和项目培训，只有经过多次培训并通过测验的神秘顾客才能投入工作，从管理上杜绝了“蹩脚神客”的出现。

以下这种情况，能打脸神秘顾客吗？

“觉得日常中用‘先生、小姐’很别扭，因而在实际生活中使用‘老师’这个称呼而被扣分、因为没有眼神交流而扣分、因为自我介绍而扣分……”这些扣分理由看起来很严苛，仿佛神秘顾客在故意找茬，但是神秘顾客的检查指标从来不是神秘顾客自己决定的，指标标准是严格按照被检查对象的内部工作规范来设计的。

当内部工作规范明文写着“先生、小姐”才是尊称时，神秘顾客也只会认为“先生、小姐”才是合适的称呼，哪怕中央电视台的节目里面，主持人都是用“老师”来尊称嘉宾，哪怕员工觉得神秘顾客对传统文化习俗不够了解。如果工作规范中将“老师”纳入尊称，那神秘顾客也会乐于执行。深圳神秘顾客公司在执行某个重庆的项目时，指标内就根据当地的语言习惯，将“老师”纳入了尊称规范中。因此，使用自以为的尊称，被神秘顾客检查到扣了分，是没办法申诉“打脸”神秘顾客的。同样，对眼神交流进行检查的底气也来自于内部的明文规定，如果有类似规定，那么不管顾客是美是丑、是男是女，都需要进行眼神交流。行文至此，相比大家都能理解了，神秘顾客不是“华强卖瓜，来找茬”的，任何的扣分都是有依据和证据的。

除此之外，神秘顾客背后的研究人员也会依据神秘顾客的执行资料，对扣分进行分析和确定，避免神秘顾客因为记忆、个人情感等原因产生了误判。如果出现了检查标准比较模糊，如“接待理财客户时，理财经理需要做自我介绍”，那么理财经理介绍自己是“理财经理”、“刘经理”、“理财经理，您可以叫我小刘”等内容都是合格的。如果标准比较明确，要求必须介绍自己全名，那上述介绍情况就都不合格。研究人员作为暗访资料的终审者，会详细核对每个标准与扣分情况，做到有据可依，有据必依。

神秘顾客与银行员工，孺子牛与向阳花

与银行员工对神秘顾客有敌意、鄙夷、嘲弄等态度相比，神秘顾客的态度比较明确，就是兢兢业业、任劳任怨地检查现实情况与要求规定之间的差异。而且口说无凭，还需要提供相应的录音、录像、照片等客观资料，确保不冤枉每一个尽职的员工，同时也不放过每一处能够改正、提升的问题点。

除了客观资料的收集，神秘顾客还需要根据体验感受，总结优缺点，绞尽脑汁地为检查对象提出自己的意见和建议，与被检查对象相比，这何尝不是一份劳心劳力的工作。但是当神秘顾客再次进入被检查网点时，感受到服务的提升、环境的改善、设施的更新时，又何尝没有成就感呢？

“横眉冷对千夫指，俯首甘为孺子牛”、“落红不是无情物，化作春泥更护花”，或许这才是更值得追求和营造的神秘顾客与被检查对象的相互关系。

本文由深圳神秘顾客市场调查有限公司（SMS）出品，欢迎转载，请注明出处。深圳神秘顾客市场调查有限公司（SMS）是一家专注神秘顾客的市场调查公司，15年来提供超过上万次的银行窗口服务神秘顾客、银行理财神秘顾客、贷款产品神秘顾客、理财产品神秘顾客服务，服务网点遍布全国乃至东南亚地区200多个主要城市。神秘顾客团队发展壮大到3000余人，公司秉持一手执行不外包，“先服务，再付款；不合格，不收费”的服务理念，赢得了广大金融行业客户的信任和支持。