

# 神秘顾客调研：神秘顾客扮演的5种角色和体验差异

产品名称	神秘顾客调研：神秘顾客扮演的5种角色和体验差异
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

神秘顾客是以潜在消费者或真实消费者的身份对某一顾客服务过程进行体验和评价，然后以特定的方式详细客观的反馈其消费体验。

### 神秘顾客扮演的5中角色和体验差异

- 1、实际用户全体验式：**指能够亲历服务全程的神秘顾客访问方式。这种方式需要的成本较高，但是执行难度最低，也最不容易被发现，而且挖掘的信息量也最大。也就是说，这样的神秘顾客实际上就是实实在在地做了一次真实的消费者。这种方式一般来说在一些餐饮网点的监测中应用较广泛，前述的“神秘顾客现场采购式”也是其中的一种。一个项目是否采用这一方式，关键因素在于企业对所需信息的价值与实施成本之间的权衡。
- 2、实际用户部分体验式：**就是以一种有真实消费需求者的身份，将服务全程中的关键环节或者是重点研究环节进行了体验和检测的神秘顾客访问方式。相对而言，这种方式实现过程的成本要求比第一种要低，挖掘的信息量也比较大，但是操作难度会增加很多。换言之，这样的神秘顾客可以说是部分参与的真实消费者。
- 3、潜在用户全体验式：**这种访问方式以与被检测者之间的信息交流互动为主、实际的服务感受为辅，搜集信息涉及真实购买行为全过程。它更侧重于考察被访者的服务态度、对业务知识的掌握程度等内容。这种方式操作的隐蔽性较差，容易引起被检测对象的怀疑，难度较大，对神秘顾客访问实施者的技能要求也较高。
- 4、潜在用户部分体验式：**与潜在用户全体验式相比，潜在用户部分体验式的主要区别在于搜集的信息集中于服务的部分环节，而不是针对服务全程。
- 5、隐身人式：**这是一种单一使用观察法的神秘顾客访问方式，神秘顾客不参与也不影响服务过程的实施，只是观察并记录被检测对象的实际服务过程，因此这种方式的好状态就是神秘顾客要能够像空气一样存在而不被觉察，像摄影镜头一样真实而客观地加以记录。

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年来服务网点遍布全国乃至东南亚地区200多个主要城市。专业神秘顾客团队发展壮大到3000余人，并累计为各行各业1000余家企业、事业及政府机构提供了专业神秘顾客服务，赢得了广大客户的信任和支持。