

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 18 - numero 3821 di martedì 12 luglio 2016

UNI/TS 11312:2008 ? Mystery client

L'audit in incognito: uno strumento evoluto di monitoraggio e per il miglioramento, che si posiziona nel contesto di evoluzione del concetto di "qualità" e di "società dei servizi". Di Adalberto Biasiotti.

Le attuali esigenze di qualità dell'intero ciclo di produzione e resa di beni e servizi impongono che le normative affrontino anche le problematiche afferenti ad una verifica della qualità delle servizio, come percepita da un cliente tipo.

Si pone così la necessità non solo di individuare un cliente tipo, ma anche di individuare delle modalità, grazie alle quali il cliente tipo può tenere sotto controllo il servizio che gli viene reso ed esprimere un giudizio.

Pubblicità

<#? QUI-PUBBLICITA-MIM-[DVD031] ?#>

Il cliente in incognito è il personaggio che viene esaminato in questa norma, che indica le modalità con cui esso deve essere individuato, le modalità con cui deve operare e quali sono le valutazioni che egli deve effettuare.

Fare la spesa nel negozio o supermercato, pagare un conto corrente alla posta, chiedere una prestazione medica, utilizzare trasporti pubblici, consumare un pasto al ristorante, pernottare in un albergo, ricevere la telefonata di un call center, rappresentano altrettante attività quotidiane, che possono essere rese nel quadro di appropriate normative, a tali attività applicabili.

L'obiettivo di questa norma è quello di chiudere il cerchio, sviluppando una metodologia grazie alla quale sia possibile valutare oggettivamente la qualità del servizio reso, mettendosi nei panni di colui che il servizio riceve. D'altro canto, chiunque abbia a cuore la soddisfazione del cliente da tempo si pone domande simili, e da ciò nascono le periodiche rilevazioni di soddisfazione del cliente, condotte con interviste volanti, con interviste telefoniche ed altre tecniche.

Uno strumento assai più adeguato è definito, con terminologia anglosassone, il mystery client, vale a dire la figura professionale del cliente, che valuta in incognito un servizio od un prodotto ad esso associato.

La metodologia adottata dalla norma offre una modalità reale ed attuabile, che permette di mettere al centro dell'attenzione le percezioni del cliente, usandole come strumento di miglioramento.

La norma è illustrata in una nuova linea guida, di cui gruppo di lavoro UNI è uno degli autori; essa commenta ed approfondisce i contenuti della norma, offrendo numerosi esempi specifici. Vengono così analizzati diversi aspetti di questa importante metodologia di valutazione, mettendone in evidenza i punti di forza, i benefici ed anche i limiti. La normativa definisce come deve essere effettuato l'audit in incognito, i suoi principi ed obiettivi, indica guide per la progettazione dell'attività, fino ad indicare gli strumenti per una efficace conduzione e, identificando anche quali debbono essere le competenze e le modalità di valutazione degli auditor.

Adalberto Biasiotti



Questo articolo è pubblicato sotto una [Licenza Creative Commons](#).

www.puntosicuro.it