

2

KTO TO JEST TAJEMNICZY PACJENT I CZEGO SIĘ MOŻNA OD NIEGO NAUCZYĆ

Metody stosowane w badaniach typu „Tajemniczy pacjent” (ang. *mystery patient*) miały swój początek na rynku handlu i usług. Celem tych badań jest usprawnienie wizerunku, poprawa jakości świadczonych usług, praca nad lojalnością i wszystko to, co dla pacjenta ma lub może mieć znaczenie. Jak to działa? Chcę zaznaczyć, że zawodowi badacze, zajmujący się wyłącznie tą kwestią, mogą wnieść jakieś krytyczne uwagi do moich wyjaśnień tej metody. Nie mam nic przeciwko temu, ale moim celem jest nazwanie w najprostszym możliwym sposobie procedury, która może właścicielowi gabinetu wiele ułatwić.

Firma konsultingowa (badawcza) wspólnie ze zlecającym (właścicielem, kierownikiem) przygotowują punkty podlegające badaniu. Oznacza to w praktyce wyznaczenie celów badania – czego chcemy się dowiedzieć.

Tajemniczy pacjent odwiedza wasz gabinet jak każdy inny: dzwoni, aby się umówić, lub przegląda stronę internetową, a potem wysyła e-mail z zapytaniem. Prowadzi rozmowę z pracownikiem recepcji, czeka w poczekalni, przegląda prasę itp. Jedyna różnica polega na tym, że „tajemniczy” wszystko skrzętnie notuje i/lub nagrywa (rejestruje – metod jest wiele), aby tuż po wizycie wypełnić precyzyjny raport. Następnie (czasem tego samego dnia) pojawia się kolejny, i kolejny, i kolejny tajemniczy gość. Im więcej takich wizyt i im większy zespół badawczy, tym bardziej obiektywne i precyzyjne dane się otrzymuje. Dzięki takiemu raportowi można odnaleźć odpowiedzi, co, jak i dlaczego warto zmienić. Największą zaletą tych zmian jest to, że zwykle nie wymagają one dodatkowych kosztów. Ponadto raport może wskazać przestrzeń,