

## Warunki świadczenia usługi audytu 7point

### I. Usługa

Usługa polega na przeprowadzeniu badania jakości obsługi e-mailowej w firmie Zleceniobiorcy metodą mystery shopping (tajemniczy klient), a następnie sporządzeniu raportu z badania.

### II. Forma i zakres badania

1. Badanie polega na wysłaniu serii zapytań e-mailowych do badanej firmy. Zapytania konstruowane są w sposób nie odbiegający od typowych pytań klientów. Ilość, charakter oraz harmonogram wysyłanych zapytań jest konsultowana z Zleceniobiorcą przed przystąpieniem do wysyłki zapytań.
2. Badaniu podlega obsługa e-mailowa klientów firmy.

### III. Raport z badania (kryteria oceny)

1. Raport zawiera szczegółową analizę każdego zapytania e-mailowego wysłanego do badanej firmy oraz każdej odpowiedzi przesłanej przez pracowników badanej firmy, w tym:
  - opis zapytania
  - cel zapytania
  - okoliczności wysyłki zapytania
  - oczekiwania wobec odpowiedzi na pytanie
  - merytoryka odpowiedzi
  - forma i styl
  - czas nadesłanej odpowiedzi
  - porównanie z konkurencją (ze względu na czas, jakość, formę i styl odpowiedzi)
  - wskazówki i przykłady
2. Raport zawiera całościowe podsumowanie i wnioski wraz z porównaniem z konkurencją.
  - czas nadesłania odpowiedzi
  - częstotliwość nadsyłania odpowiedzi
  - merytoryka – słabe strony w zestawieniu z konkurencją
  - forma i styl odpowiedzi – słabe i mocne strony w zestawieniu z konkurencją
  - polityka firmy w zestawieniu z konkurencją
  - wnioski i propozycje dotyczące polityki

### IV. Zamówienie usługi

W celu złożenia zamówienia na audyt 7point należy ze strony [www.7point.pl](http://www.7point.pl) pobrać formularz zamówienia oraz dokument „Warunki świadczenia usługi”. Po wypełnieniu, podpisaniu i opieczątowaniu formularz wraz z zaakceptowanym dokumentem „Warunki świadczenia usługi” należy przesłać:

- e-mailem na adres: [pomoc@7point.pl](mailto:pomoc@7point.pl)
- pocztą na adres: Grupa 7point Sp. z o.o., Pl. Wolności 1/2, 43-300 Bielsko-Biała

Po otrzymaniu zamówienia Zleceniodawca skontaktuje się z Zleceniobiorcą w celu potwierdzenia zamówienia oraz ustalenia szczegółów audytu.

## V. Rozliczenie

Po potwierdzeniu zamówienia Zleceniobiorca wystawi fakturę pro forma. Po otrzymaniu potwierdzenia przelewu od Zleceniodawcy i ustaleniu wszelkich szczegółów dotyczących audytu Zleceniobiorca przystąpi do przeprowadzenia audytu. W ciągu 7 dni od opłacenia Usługi Zleceniobiorca wystawi i prześle Zleceniodawcy fakturę VAT za opłaconą usługę. Faktura VAT zostanie wystawiona i wysłana na dane podane w formularzu zamówienia.

## VI. Zobowiązania Zleceniodawcy

1. Zleceniodawca zobowiązuje się do wykonania Usługi z zachowaniem wysokiego stopnia należytej staranności według wymogów wiedzy i techniki z uwzględnieniem wymogów merytorycznych Zleceniobiorcy.
2. Zleceniodawca zobowiązuje się do zachowania poufności wszelkich informacji, które uzyskał o Zleceniobiorcy, zasadach jej działania w związku z wykonaniem Usługi.
3. Zleceniobiorca zobowiązuje się, że scenariusze stosowane przy badaniu Mystery Shopping są legalne, nie narażają na fizyczne ryzyko.

## VII. Zobowiązania Zleceniobiorcy

1. Zleceniobiorca oświadcza, że przed zamówieniem wykonania usługi zapoznał się z Warunkami świadczenia usługi Audytu 7point i akceptuje je.
2. Zleceniobiorca zapewnia we własnym zakresie i na własną odpowiedzialność właściwe wykorzystanie wyników audytu 7point oraz, że wyniki audytu służyć będą jedynie poprawie funkcjonowania jego firmy, nie zaś wyciąganiu konsekwencji służbowych względem pracowników.
  - a) Nieetyczna jest negatywna motywacja pracowników na podstawie wyników pojedynczych obserwacji (w szczególności nagana, odbiór premii czy zwolnienie z pracy). Etyczna jest motywacja pozytywna, czyli nagrody i wyróżnienia pracowników, którzy wypadli najlepiej.
  - b) Pracownicy badanej firmy powinni mieć świadomość prowadzonych badań Mystery Shopping oraz wiedzę co jest badane i w jakim celu.

## VIII. Badanie konkurencji Zleceniodawcy metodą mystery shopping

Audyt konkurencji realizowany jest w stosunku do większej liczby, anonimowych dla zleceniodawcy firm konkurencyjnych.

Zleceniodawca audytu nie może otrzymać informacji, które w sposób bezpośredni lub pośredni ujawniają w sposób konkretny wyniki badań w poszczególnych konkurencyjnych firmach. W szczególności Zleceniodawca audytu nie może otrzymać:

- szczegółowych wyników badań przeprowadzonych wśród innych firm, w tym treści udzielonych odpowiedzi na pytania zadane przez „tajemniczego klienta”,
- danych indywidualizujących inne firmy biorące udział w badaniu,
- wyników rankingu poszczególnych, wskazanych z nazwy, firm konkurencyjnych.