

Bag denne føljeton ligger 19 års erfaring med Mystery Shopping / Servicetjek i danske supermarkeder, og ca. 10 års erfaring med servicetjek i specialforretninger, Service- og sikkerhedstjek i salgsboder på musikfestivaler, koncerter og andre større endagsarrangementer med +10.000 publikummer. Der foretaget flere end 35.000 besøg i diverse butikker i Danmark og Sverige igennem årene, hvoraf over 10.000 personligt er foretaget af den daglige Manager i MS-Nordic. Det er observationerne ved alle disse besøg igennem årene, som ligger til grund for denne føljeton om det danske serviceniveau, eller mangel på samme.

Der var engang..... Hvor butikkerne i Danmark lukkede tidligt i hverdagene, og hvor der ikke måtte være åbent fra lørdag kl. 17.00 og indtil mandag kl. 06.00, på nær den sidste søndag før jul! Så skete det i de dage i år 2000, at regeringen fik med i overenskomsten, at lukkeloven langsomt skulle liberaliseres og butikkerne fik lov til at holde åbent nogle få søndage om året. I 2005 tog liberaliseringen af lukkeloven for alvor fart med søndagsåbent hver måned og alle søndage i december. Derefter fortsatte det indtil 1. oktober 2012 hvor lukkeloven blev afskaffet og der blev givet frit spil for åbning med undtagelse af helligdage.

Med liberaliseringen af lukkeloven medfulgte der et naturligt behov for flere deltidsmedarbejdere i detailbranchen. Fra før 2005 og indtil i dag er antallet af deltidsansatte i detailbranchen steget fra ca. 36 % til over 50 %, og i de danske Supermarkeder er procentdelen af deltidsansatte i dag helt oppe over 60 %. Rent økonomisk påførte afskaffelsen af lukkeloven, et ekstra pres på specielt supermarkederne da behovet for flere ansatte nu var tilstede.

Når man har så mange deltidsansatte, og specielt unge deltidsansatte, giver det Ledelsen i branchen nogle udfordringer som de ikke har været vant til eller måske endda ikke helt forberedt på.... Hvordan lære man en ung medarbejder, som ikke før har været i branchen, den gode kundeservice, når medarbejderen kun er på job få timer om ugen. I de fleste større butikker/supermarkeder handler det jo ikke kun om få unge medarbejdere, men ofte flere. En del af dem er ofte de eneste som har direkte kontakt med kunden. (Supermarkeder)

Selv om de fleste velopdragne unge mennesker godt ved hvordan man skal opføre sig over for kunden, og godt ved, at det da er en normal adfærd, at være flink og imødekommende når man arbejder i en butik, så er der forskel på praktik og viden! Så hvad angår god kundeservice, så ved de det alle, for det fik de jo at vide den første dag på jobbet, og måske endda også på dag 2 eller hvis der har været besøg af en Mystery Shopper.

Den udfordring det er at lære ungarbejderne, den gode kundeservice, har vist sig at være en større én af slagsen, og der arbejdes stadig på at finde den optimale løsning!\*

Hvordan lærer man alle de nye deltidsansatte, primært ungarbejdere, at give den gode kundeservice videre til kunderne?

En af butik ledelsens vigtigste opgaver over for denne gruppe medarbejderne er, at skabe et godt arbejdsklima. Har man glade og tilfredse medarbejdere, som faktisk godt kan lide deres job, og føler sig værdsat, så kommer den gode kundeservice ofte som en uvurderlig sidegevinst. Et godt arbejdsklima, kan være mange ting og derfor er det vigtigt at inddrage medarbejderne i opgaven. Alt for ofte ligger alt fokus på, at lære de nye unge

[info@mysteryshopping-nordic.dk](mailto:info@mysteryshopping-nordic.dk)

medarbejdere, de praktiske funktioner i deres job, og for lidt fokus på kundeservicen. Det er sjældent nok med en hurtig gennemgang af butikens kundeservice politik, og opfølgningen foregår ofte kun når der er noget negativt at vende med medarbejderen.

Det handler om tid og evnen til at videreformidler budskabet på en måde som passer til medarbejderen, og det har Lederen og de erfarne, som står for oplæringen måske ikke.\*

Vi har alle, trods den ofte manglende kundeservice, prøvet at besøge en butik hvor en af medarbejderne var glad, smilende og behjælpelig ud over det normale. Denne adfærd sender et klart signal om at medarbejderen er meget tilfreds med sit arbejde og derfor er i godt humør, og godt humør smitter voldsomt! Både kollegaer og kunder bliver hurtigt "ramt" af denne medarbejder. Skal man omregne denne medarbejders indsats til omsætning, vil han/hun hurtigt blive den mest uundværlige medarbejder i butikken, og den som genererer mest omsætning. Det skal Ledelsen lære at sætte bedre pris på og lade disse personer blive en slags ambassadører for butikken udadtil og derved belønne dem for indsatsen. Det sender det signal fra Ledelsen til medarbejderne, at det godt kan betale sig at give en lidt bedre service og indsats på jobbet i den måske ellers lidt trivielle dagligdag på jobbet.

Her skal du se en lille video som fortæller alt om hvad god kundeservice kan give butikken og kunderne. Videoen foregår i en Netto butik, men kunne have foregået i de fleste butikker. Læg specielt mærke til udtalelsen fra en kunde 3.18 min inde i videoen. Hun fortæller klart og tydeligt hvad resultatet af en ekstra god kundeservice bliver!

Efter denne lille video kigger vi lidt på kunden, set fra medarbejdernes synsvinkel! Og det ser faktisk lidt skidt ud!

Klik på linket:

<https://youtu.be/jcHwqJJZaw4>

Er den dårlige kundeservice så udelukkende butikken og medarbejdernes skyld?

Nogle vil nok mene Ja, og de har til dels ret, dog med de forbehold som vi nu vil komme lidt nærmere ind på.

Når nu mange eksperter skriver om at kundeservicen er for nedadgående og vi halter efter i forhold til andre lande, er det så udelukkende detailbranchens skyld, eller er vi som kunder bare blevet for krævende? Skal årsagen findes i vores mangeårige velfærdsamfund og at vi derfor forlanger mere end vi burde og egentlig kan tillade os. Prøv, næste gang du befinder dig i et supermarked, at lægge mærke til de andre kunder og se hvor mange som smiler, eller bare ser tilfredse ud. Et gæt, ud fra over 19 års daglig tilstedeværelse i bl.a. forskellige danske supermarkeder, vil være max. 1 ud af 10 kunder, på en ganske almindelig dag. Det virker som om at der ved indgangen hænger et stort skilt med en smiley og med et stort X henover.

Vores opførsel i et supermarked er meget egoistisk, og vi har svært ved at acceptere at der er andre kunder som har krav på det samme som én selv!

[info@mysteryshopping-nordic.dk](mailto:info@mysteryshopping-nordic.dk)

Måske lidt firkantet skrevet, men der findes mange eksempler på, at det ikke er skudt helt ved siden af. Selvfølgelig findes der undtagelser, og det er dem vi skal læne os op af i kampen for at forbedre kundeservicen.

Udover at kundernes humør kan være et resultat af en stresset hverdag, findes der andre situationer som kan få kunden til at blive svært utilfreds.

Du kender uden tvivl nok nogle af følgende situationer, hvor din reaktion netop vil være utilfredshed med supermarkedet:

- Ikke flere varer af lige præcis den du skal bruge
- Mælken er 3 dage gammel og ikke frisk
- Ikke flere indkøbskurve
- Lang kø ved kassen
- Forkert pris på varen
- Affald i indkøbsvognen
- Dårlige frugt og grønt
- Rodet butik

Nogle af disse situationer kan godt skyldes en udefrakommende begivenhed, som den enkelte butik ikke har indflydelse på. Det kan også være resultatet af supermarkedskædernes indbyrdes kamp om kunderne, hvor der hele tiden skæres ned på omkostningerne/medarbejderne, for at kunne levere de laveste priser på markedet. De laveste priser som vi kunder efterspørger og som konkurrencen presser i bund.

Der fokuseres alt for meget på prisen og konkurrenten, i stedet for den gode oplevelse.\*

Det som måske kan tolkes som et sygdomstegn fra kundens side, er når kunden som ofte indtager en forsvarsposition når der skal klages, byttes en vare, eller der bare generelt er utilfredshed med noget. Kunden går i denne forsvarsposition, fordi der forventes en negativ reaktion på henvendelsen. Kunden forventer at også butikken går i forsvarsposition, så derfor er det bedre at være forberedt på denne reaktion fra butikken. Skulle det mod forventning, vise sig at Kunden ikke får brug for denne forsvarsposition, så bliver Kunden overrasket, og går derfra med en rigtig god fornemmelse og følelse af at man måske har været heldige at fange medarbejderen på en god dag, eller at årsagen til henvendelsen nok var for god til, at den kunne diskuteres!

Denne reaktion fra kunden, kan være et resultat af detailbranchens svækkede kundeservice igennem mange år, og derfor er indirekte årsag til kundens negative reaktion. Men det kan dog også være et tegn på den udvikling der har været igennem de senere år, hvor vi som kunde forlanger mere og mere.

Så nu er vi tilbage til den oprindelige problemstilling om den manglende kundeservice, og har nu fået et bevis på hvor meget "sygdom" der følger med i kølvandet på en dårlig kundeservice!

Derfor skal vi have "Den gode service" tilbage nu! \*

[info@mysteryshopping-nordic.dk](mailto:info@mysteryshopping-nordic.dk)

Som det første kan vi starte med selv at yde en god omvendt kundeservice. Lad os kalde det for *Medarbejder-Service*.... Så er kommer spørgsmålet, til os som kunde ” Jamen det er da ikke vores opgave at være flink og smile til medarbejderen, det er deres opgave” Det har du som kunde nok ret i, langt hen ad vejen! Prøv at huske på det gamle ordsprog ”smil til verden og verden smiler igen” næste gang du handler, så har du med garanti sikret din egen personlige gode kundeservice fremover. Endda helt gratis!

Husk på følgende rækkefølge: *Smil – hej – god dag*. Samlet set tager det kun 5 sekunder, og resultatet kan være god kundeservice i ubegrænset tid! \*

Nu skal man jo ikke generalisere hele branchen, og påstå, at der er dårlig kundeservice over hele linjen! Der findes detailkæder som arbejder hårdt på at få den gode kundeservice tilbage. Vi prøver at fokusere på de store detailkæder, som vi alle kommer i dagligt. Fælles for dem alle er, at de godt er klar over, at den gode kundeservice er et vigtigt element i kundernes kriterier for valg af butik. Der er også iværksat mange forskellige tiltag for at forbedre servicen. Nogle giver mening og andre ikke, men alle forsøger at finde lige præcis den fremgangsmåde som de mener passer til deres butikker. God kundeservice er en kombination af bl.a. medarbejdernes adfærd og butikkens indretning, tilbud og udvalg.

Men hvorfor er det så, at der mange steder mangler god kundeservice...?\*

Hvor et supermarked for ca. 10 år siden havde omkring 50 medarbejdere, har de nu omkring 80-90 medarbejdere. Der er ikke kommet tilsvarende flere Ledere til disse ekstra medarbejdere, så derfor er tiden til oplæring og opfølgning blevet væsentlig forringet. Samtidig er en stor del af disse nye medarbejdere unge under 18 år eller studerende, og for begges vedkommende gælder det, at de nok aldrig har arbejdet i butik før. Mange af dem er ansat til bl.a. opfyldning, rengøring og i kasselinjen. Dvs. at de alle har kundekontakt, mens de udføre deres arbejde. Grundet færre tid til oplæring fra Ledelsens side, bliver der fokuseret for meget på at lære dem de praktiske funktioner i deres arbejde. Det går ud over Kundeservicen, som fejlagtigt bliver nedprioriteret. Hvis man forelægger denne påstand, for de unges Ledere i butikkerne, vil de nok ofte som det første afvise denne påstand, med begrundelsen, at de da fortæller en masse om kundeservice og hvor vigtigt det er at smile, sige goddag og på gensyn osv. Resultatet viser dog at det ofte bare ikke er nok, eller godt nok.\*

Kundens opførsel i et supermarked.

Vores opførsel i et supermarked er meget egoistisk, og vi har svært ved at acceptere at der er andre kunder som har krav på det samme som én selv! Måske lidt firkantet skrevet, men der findes mange eksempler på, at det ikke er skudt helt ved siden af. Selvfølgelig findes der undtagelser, og det er dem vi skal læne os op af i kampen om at forbedre kundeservicen.

Kender du ikke situationen, hvor en kunde mener, at der er slået en forkert pris ind ved kassen, og derfor brokker sig gevaldigt til kassemedarbejderen. Den stakkels kassemedarbejder må endnu engang stå for skud over for en sur, stresset og irriteret kunde. Den lidt tilspidsede situation ender med at prisen faktisk er rigtig og kunden nok har

kigget forkert! Kunden reagerer med en dårlig bortforklaring om at priserne ikke står rigtigt, eller at varen ligger forkert..... Men ikke skyggen af en undskyldning til kassemedarbejderen for alt det uretmæssige brok!

Dette er ovenikøbet en normal hverdag for kassemedarbejderen, så husk på det næste gang du brokker dig over at din kassemedarbejder ikke lige smiler!

Kundens rolle i projektet "Bedre kundeservice"

Som det første kan vi som kunde starte med selv at yde en god *omvendt* kundeservice. Lad os i disse internationale titel dage kalde det for *Selfmade service...!* Så er kommer spørgsmålet, til os som kunde

"Jamen det er da ikke vores opgave at være flink og smile til medarbejderen, det er deres opgave"

Det kan du som kunde nok have ret i, langt hen ad vejen! Prøv at huske på det gamle ordsprog "smil til verden og verden smiler igen" næste gang du handler, så har du med garanti sikret din egen personlige gode kundeservice fremover. Endda helt gratis!\*

De store detailkæder er alle opmærksom på at yde god kundeservice. De fleste laver dog den fodfejl, at den fylder for lidt i hverdagen. Det er som regel en af mellemlederne som har ansvaret og opgaven at lære medarbejderne om god kundeservice, og måske ud fra nogle retningslinjer fra den øverste ledelse. Denne mellemleder skal så ud fra en liste nedfældet af ledelsen, lære medarbejderne på gulvet at yde god kundeservice. Derudover skal mellemlederen også udfylde en masse andre opgaver som egentlig er de primære opgaver i jobbet som mellemleder. Dvs. at oplæring og vedligeholdelsen af god kundeservice strækker sig til en hurtigt oplæsning/oplæring, udlevering af folder samt evt. en samtale en gang om måneden. Nogle af de store danske detailkæder er dog gået skridtet videre og har sendt deres medarbejdere på et lynkursus i god kundeservice. Så langt så godt, og så er nye medarbejdere godt i gang.....\*

Hvad sker der så efter et par uger, hvor hverdagen har sneget sig ind, og man ikke længere har den opstartsnervøsitet som gjorde at man fokuserede meget på at huske det hele. Undersøgelser viser at medarbejderen efter et par uger ofte enten har "glemt" hvad man lærte eller er faldet tilbage til et stadie, hvor man bare ekspederer kunde og gør de nødvendige praktiske ting ved en ekspedition. Nogle gange kommer der så en Mystery Shopper forbi og tager medarbejderen i nogle fodfejl vedr. kundeservicen, og resultatet af besøget, bliver sendt igennem ledelsen og videre ud til den omtalte mellemleder, som så har opgaven at tage fat i medarbejderen og igen forklare om den gode kundeservice! Den gode kundeservice som medarbejderen selvfølgelig godt kan huske alt om igen. Tilbage til ekspeditionerne og fokusér på den gode kundeservice.....og så 2 uger efter.....!

Der findes rigtig mange sider på nettet, bøger og eksperter som har nogle fornuftige bud på hvad god kundeservice er. De har alle sammen uden tvivl ret, og det er da heller ikke kun spørgsmålet om hvad god kundeservice er, som er udfordringen i den danske detailbranche, men mere hvordan man lærer sine medarbejdere god kundeservice og hvordan man vedligeholder det. På det område findes der mange forskellige holdninger til

[info@mysteryshopping-nordic.dk](mailto:info@mysteryshopping-nordic.dk)

hvilken metode er bedst. Nogle har mere succes end andre med deres metode og nogle går ikke så meget op i det. Fælles for dem alle er, at de endnu ikke har fundet den helt rigtige metode, for det handler nok mere om hvilke medarbejdere du har og hvilken metode som passer lige præcis til dem.\*

En af flere løsninger som kan og vil hjælpe på kundeservicen, kan være en økonomisk omkostelig affære, som nok vil fraholde mange fra, at gå den vej. Dog skal man huske på at en god kundeservice blandt alle butikkers medarbejdere kan være rigtig mange penge værd på sigt, og vise sig at være en af de bedste investeringer i butikkers historie. Ansættelsen af en KS Leder (Kundeservice leder) som kun har til opgave at forbedre forholdene for kunderne, kan være løsningen. Kundeservice fra personalet, indretning i og uden for butikken, diverse tiltag som gør helhedsoplevelsen bedre.

Det handler ikke om at en af de nuværende ledere skal overdrages opgaven, og få den lagt ind i de daglige arbejdsrutiner, og derved blive mere presset tidsmæssigt. De handler om en helt ny Lydertype, som enten opfylder kvalifikationerne, eller som kan uddannes i disse. Det kræver selvfølgelig en butik af en hvis størrelse, og er det store kæder, kan denne Leder have ansvaret for flere butikker, som en slags Distriktschef for Kundeservice. Uddybning af disse funktioner og ansvarsområder tilpasses den enkelte kædes ønsker.\*

Hvad er god kundeservice:

I det øjeblik man som kunde har besluttet sig for at skulle afsted for at handle ind, uanset varetype, starter kundeservicen.

Her følger et bredt udsnit af forskellige former for kundeservice, med start fra hjemmet.

1. Tilbuds avisen
2. Beliggenhed af butikken i forhold til hjemmet
3. Parkeringsmuligheder
4. Adgang til indkøbsvogne/kurve og deres tilstand (supermarkeder)
5. Indgangsområdet til butikken
6. Belysningen i butikken
7. Indretningen
8. Medarbejderes tilstedeværelse
9. Varesortiment
10. Betalingsmuligheder- og antal betalingssteder
11. Servicen ved betalingsstedet

1. Tilbudsavisen – Handler selvfølgelig om at gøre opmærksom på sig selv og gode tilbud. Den skal lokke kunderne til butikken, for at købe lokkevarer, og forhåbentlig mersalg-varer. Der er ofte også en økonomisk gevinst igennem leverandørerne, for de store kæder ved at sende en tilbudsavis ud. Tilbudsavisen har gennem årene udviklet sig fra stort set kun gode tilbud, til også at indeholde diverse opskrifter, konkurrencer m.m. Det betyder også at kunderne stiller større og større krav til tilbudsavisen, hvis den fortsat skal være interessant. Det er der nogle af de store i branchen som har taget til sig. Tilbudsavisen er derfor det første punkt for god kundeservice.



2. Beliggenhed af butikken i forhold til hjemmet – siger næsten sig selv. Jo tættere butikken ligger på kundens bopæl eller andre interessante steder, des bedre kundeservice er det, for den enkelte kunde. Supermarkedet, eller specielt Discountmarkedet bygger et sted nær din bopæl, så du ikke skal bruge tid på transport, når du skal handle.
  3. Parkeringsmuligheder – Vigtigt såfremt butikken ligger nær hovedvej, eller sælger varer i en vis mængde eller størrelse som kræver bil.
  4. Adgang til indkøbsvogne/kurve og deres tilstand (supermarkeder) – De skal være nemt tilgængelige og specielt indkøbsvogne skal være renlige og ikke fyldt med skrald/affald fra tidligere kunder. Ryddeligt i selve båserne med indkøbsvognene er også et vigtigt punkt i god kundeservice.
  5. Indgangsområdet til butikken – Det første indtryk kunden får af selve butiksområdet, og skal derfor være indbydende og ryddeligt.\*
- Belysningen i butikken – Lyset i butikken er et hidtil overset område. Undersøgelser foretaget af forskellige former for belysning i lokaler hvor kunder har adgang, viser at hvis lyset har den rigtige indstilling og skarphed, bliver produkterne mere indbydende og kunderne føler sig bedre tilpas. Det er stadig meget nyt, men ingen tvivl om at om nogle få år, er det et område som der vil blive fokus på når en ny butik skal bygges eller eksisterende opdateres.
  - Indretningen – Der er allerede nogle helt klare regler for indretningen og hvor og hvordan de forskellige varegrupper skal placeres. Den har der altid været fokus på.
  - Medarbejderes tilstedeværelse – Det er vigtigt at der er medarbejdere i butikken. Uanset om det er en fast medarbejder eller bare er en opfylder, så er det vigtigt at kunde kan se og få kontakt til en medarbejder. Hvis så medarbejderen smiler og er behjælpelig med at opfylde kundens ønsker, så er det helt perfekt.
  - Varesortiment – Det er god kundeservice at have så stort udvalg af varer som muligt. Kunden sætter pris på ikke at skulle besøge flere butikker for at kunne få de efterspurgte varer.
  - Betalingsmuligheder- og antal betalingssteder – Det er vigtigt at man kan betale med så mange forskellige betalingskort som muligt. I dag findes der rigtig mange kunder som har mastercard debet eller visa, og ind til for nyligt var der landsdækkende supermarkeder som ikke tog imod disse. Det har de dog nu indset ikke er god kundeservice og ændret det. Det betyder ligeledes meget for kundeservicen at kunderne ikke skal bruge for meget tid på at stå i kø, og derfor vigtigt at der er mulighed for at kunne åbne betalingssteder, så det at stå i kø ikke bliver til en dårlig oplevelse for kunden.
  - Servicen ved betalingsstedet – Den gode kundeservice ved betalingsstedet er ofte det eneste sted hvor kunden er i kontakt med personalet, og derfor kan der ikke fokuseres for lidt på at yde kunden en god service. Der er som regel travlt ved betalingsstedet, men da det hverken koster tid eller anden besvær at give en god kundeservice ved betalingsstedet, er der ingen undskyldning for ikke at sende kunden afsted med et godt sidste hånds indtryk.

Alle punkterne er kortet ned til spiselig læsning, og skulle der være nogle derude som godt kunne tænke sig at få en eller flere punkter uddybet, så kontakt os endelig via mailen: [info@mysteryshopping-nordic.dk](mailto:info@mysteryshopping-nordic.dk)\*

God kundeservice er det nye hit i butikkerne. Det er det fordi det giver glade kunder, som grundet den gode service giver glæden tilbage til medarbejderne. Glade kunder giver mersalg. Glade kunder kommer igen, uanset om nabobutikken har et lidt bedre tilbud.

[info@mysteryshopping-nordic.dk](mailto:info@mysteryshopping-nordic.dk)

Glade kunder er nemlig trofaste kunder. Glade kunder fortæller deres gode oplevelser videre til andre, ligesom dårlige oplevelser også bliver fortalt videre. Glade kunder bliver ikke til sure kunder fordi der ind imellem er lidt som går skævt. Det er menneskeligt at fejle, syntes glade kunder. Sure kunder syntes ikke det er menneskeligt at fejle....

Fortsæt endelig med dine egne gode oplevelser. Oplevelser som har gjort dig til en glad og trofast kunde.

Det giver faktisk en større omsætning og en omsætning som er vedvarende, så længe der er god kundeservice! Så hermed en opfordring til alle butikker om at reklamere for den gode kundeservice, som på følgende eksempel.



**Her prioriterer vi god kundeservice højt.**

**Fortæl os endeligt hvis vi ikke lever op til det, og også gerne hvis vi gør.**

Føljetonen om "Den gode kundeservice som forsvandt" slutter i dag, med en opsummering af alle 23 afsnit samt en bøn til alle kunder og medarbejdere i Detail branchen om at tænke på den gode kundeservice når man står i en medarbejder/kunde situation. Det koster hverken ekstra for varen eller ekstra tid for medarbejderen. Det er helt gratis at yde god kundeservice og vil måske være butikkens bedste investering nogensinde. Omvendt vil det også være en god investering for kunden at yde den omvendte gode kundeservice (medarbejderservice). Hvorfor og hvordan kan du læse på hjemmesiden [www.mysteryshopping-nordic.dk](http://www.mysteryshopping-nordic.dk) hvor alle afsnit ligger til fri læsning.

Kundeservicen i Danmark generelt er ikke god nok. God kundeservice har i flere undersøgelser, både i ind- og udlandet vist sig at være den sikre vej til succes. Den fastholder kunderne og trækker nye til. Omvendt giver en manglende god kundeservice ikke kunderne nogen grund til at vælge din forretning igen næste gang, og det giver slet ikke nogen grund til at kunderne skal anbefale din forretning til andre.

Så absolut ingen grund overhovedet til ikke at prioriterer god kundeservice som nr. 1

Har du brug for mere viden om hvordan du sikre din forretning god kundeservice, er du velkommen til at kontakte os på [info@mysteryshopping-nordic.dk](mailto:info@mysteryshopping-nordic.dk)

[info@mysteryshopping-nordic.dk](mailto:info@mysteryshopping-nordic.dk)