národní
úložiště
šedé
literatury

Vyhodnocení mystery shoppingového průzkumu Národní technické knihovny 2015

Pavelová, Alena ; Orlová, Jana ; Chodounská, Alena; Jindráková, Edita; Kiknavelidze, Sandro; Hrabovská, Tereza

2016

Dostupný z http://www.nusl.cz/ntk/nusl-204396

Dílo je chráněno podle autorského zákona č. 121/2000 Sb.

Licence Creative Commons Uveďte původ-Neužívejte komerčně-Zachovejte licenci 4.0

Tento dokument byl stažen z Národního úložiště šedé literatury (NUŠL).

Datum stažení: 24.04.2024

Další dokumenty můžete najít prostřednictvím vyhledávacího rozhraní nusl.cz .

NTK

50°6'14.083"N, 14°23'26.365"E
Národní technická knihovna
National Library of Technology

Vyhodnocení mystery shoppingového průzkumu Národní technické knihovny 2015

Mgr. Alena Pavelová, Mgr. Jana Orlová, Bc. Alena Chodounská, Mgr. Edita Jindráková, Sandro Kiknavelidze, Tereza Hrabovská

Praha, únor 2016

Abstrakt

V posledních letech knihovny po celém světě využívají metody ověřování kvality služeb formou tzv. mystery shoppingu. Národní technická knihovna se již podruhé rozhodla zvolit tento průzkum pro získání dat k evaluaci a rozvoji poskytovaných služeb.

První testování knihovny proběhlo v roce 2014 a poskytlo teoretický i praktický základ pro přípravu průzkumu v roce 2015. Díky výsledkům z předešlého roku jsme mohli porovnat, zda došlo k úspěšnému zavedení doporučení z prvního mystery shoppingu. V roce 2015 bylo hodnocení více zaměřeno na samotné služby (otázky byly velmi specifické a šly více do hloubky oproti roku 2014). Vzhledem k tomu nebylo zcela možné srovnání všech výsledků z roku 2015 s rokem 2014.

I v tomto roce byla na základě výstupů připravena SWOT analýza a sepsán soubor doporučení, který byl předán odpovědným oddělením. Z průzkumu vzešla také řada metodologických doporučení pro příští roky.

Obsah

Abstrakt ... 2
Seznam zkratek ... 4
Seznam příloh ... 5
1 O průzkumu ... 6
1.1 Metodika průzkumu ... 6
1.2 Údaje o shopperech ... 10
2 Vyhodnocení dat z průzkumu ... 12
2.1 Shrnutí slovního hodnocení shopperů ... 12
2.1.1 Slovní hodnocení podle zkoumaných oblastí ... 12
2.2 Slovní hodnocení z výstupního pohovoru ... 17
2.3 Bodové hodnocení a srovnání s výsledky roku 2014 ... 20
3 SWOT ... 22
4 Doporučení pro zkvalitnění služeb NTK a návrh konkrétních opatření ... 29
5 Doporučení pro příští MS ... 31
Seznam citované literatury ... 32
Přílohy ... 33

Seznam zkratek

CRM = Customer relationship management (řízení vztahů se zákazníky)

ČVUT = České vysoké učení technické v Praze

ČZU = Česká zemědělská univerzita v Praze

FAQ = Frequently Asked Questions (často kladené dotazy)

FF UK = Filozofická fakulta Univerzity Karlovy v Praze

ICT = Informační a komunikační technologie

1. LF UK = 1. lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Praze

LCC= Library of Congress Classification

MFF UK = Matematicko – fyzikální fakulta Univerzity Karlovy v Praze

MFZ = multifunkční zařízení

MS = mystery shopping

MUNI = Masarykova univerzita v Brně

MVS = Vnitrostátní meziknihovní služba

NTK = Národní technická knihovna

PřF UK = Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy v Praze

SŠ = střední škola

USG = User support group

VŠ = vysoká škola

VŠE = Vysoká škola ekonomická v Praze

VŠCHT = Vysoká škola chemicko – technologická v Praze

Seznam příloh

Příloha č. 1: Seznam a znění úkolů

Příloha č. 2: Scénáře

Příloha č. 3: Vzorové instrukce

Příloha č. 4: Vzorový formulář

Příloha č. 5: Slovní hodnocení (souhrn formulářů a pohovorů)

Příloha č. 6: Bodové hodnocení

Příloha č. 7: Popis bodově hodnocených témat

1 O průzkumu

1.1 Metodika průzkumu

V roce 2014 proběhl první mystery shoppingový průzkum (dále jen MS průzkum) v Národní technické knihovně (dále jen NTK). Tento průzkum byl organizován na popud Mgr. Miroslavy Sudové, která využila své poznatky, jak teoretické tak praktické, pro zpracování diplomové práce.[1] Miroslava Sudová spolupracovala na průzkumu s vedením knihovny, úzce pak s Bc. Alenou Chodounskou a Ing. Petrou Procházkovou. Vedoucí diplomové práce byla PhDr. Zdenka Kloučková.

Zajištěním MS v roce 2015 byla pověřena vedoucí oddělení informačních služeb (Bc. Alena Chodounska). Cílem průzkumu bylo **získání informací pro další zlepšování služeb, které jsou poskytovány v NTK**, ale také **srovnání výsledků z předešlého hodnocení a ověření, zda došlo k aplikování podnětů MS 2014 do praxe**.

Rádi bychom i do budoucna využili metodu MS jako osvědčeného nástroje pro plnění úkolů průběžného hodnocení a zlepšování kvality služeb NTK.

Díky diplomové práci Miroslavy Sudové jsme měli k dispozici metodické podklady a výstupy MS. Pro přípravu dokumentů jsme využili „Profesního kodexu knihovníka NTK“[2] a „Instrukce“.[3] Po ukončení MS a sběru všech dat jsme se pokusili srovnat bodové hodnocení z roku 2015 a 2014. Hodnocené oblasti nebyly vždy shodné, a proto v některých oblastech bylo srovnání možné, v jiných nikoli (viz kapitola 2.2 Bodové hodnocení a srovnání s výsledky roku 2014).

Stejně jako v minulém roce byli zaměstnanci NTK předem informováni o tom, kdy bude MS probíhat a současně obdrželi „Profesní kodex knihovníka NTK“. Tento dokument jim měl být oporou při výkonu jejich práce a udržení standartu služeb i při testování. Přípravná fáze průzkumu odstartovala na začátku listopadu 2015, testování probíhalo **od 30. 11. do 11. 12. 2015**, a výstupy průzkumu byly dokončeny na konci února 2016.

Souběžným krokem byl samotný nábor mystery shopperů. Oslovení potenciálních zájemců proběhlo formou inzerátu, který měl dvě podoby. Jedna kratší byla zveřejněna na facebookovém profilu NTK a druhá podrobnější na webových stránkách NTK. Díky těmto inzerátům se přihlásilo 26 zájemců, ze kterých bylo vybráno **20 shopperů** a to na základě informací o jejich statusu

[1] SUDOVÁ, Miroslava. *Mystery visiting v knihovnách. Brno* [online], 2014,117 s [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: Thesis.cz. Vedoucí diplomové práce PhDr. Zdenka Kloučková. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví.
[2] tamtéž, s. 38 – 39.
[3] tamtéž, s. 133 – 144.

(student/pracující/doktorand), tak aby vzorek co nejlépe odpovídal struktuře zákazníků NTK. Bohužel se nám nepodařilo získat větší množství zájemců, kteří by nebyli registrovanými zákazníky a stejně tak se nezdařilo oslovení profesorů VŠ a středoškolských studentů. Prostřednictvím vedoucí Referát pro metodiku a specializované akademické služby (Mgr. Stephanie Krueger) jsme oslovili doktorandy. Pro průzkum jsme získali jednoho studenta doktorského studia na VŠCHT. Potencionální zájemce jsme rovněž oslovili formou letáčku, který jim byl osobně nabídnut v prostorách kampusu Dejvice. Z této formy oslovení nevzešel žádný zájemce.

Komunikace s mystery shoppery probíhala nejprve v elektronické podobě. Zájemci byli vyzváni, aby zaslali **motivační e-mail s požadovanými údaji** (kontaktní údaje, místo studia/zaměstnání, registrace v NTK, jak dobře znáte NTK?, časové možnosti, proč se chcete stát mystery shopperem v NTK?). Podle zaslaných údajů byli do každé kategorie zvoleni nejrychlejší vhodní uchazeči.

Po vybrání 20 uchazečů byla shromážděna data o mystery shopperech a byly s nimi **uzavřeny dohody o provedení práce** v rozsahu 5 hodin (při odměně 100 Kč/hodina). Následovala **společná informativní schůzka**, která se uskutečnila v prostorách kavárny Cafe Prostoru. Nechtěli jsme, aby se budoucí shoppeři potkali s knihovníky a ti, kteří nebyli dosud registrovaní, viděli vnitřní prostory NTK. Současně jsme chtěli využít toho, že je tato kavárna součástí budovy NTK. Tato volba se ukázala jako nevhodná, neboť při společné schůzce byla velmi ztížená komunikace vlivem hluku ze zcela zaplněné kavárny. Příště tedy doporučujeme zvolit pro setkání prostor, kde bude možné s celou skupinou shopperů v klidu komunikovat. Při této informativní schůzce jsme shopperům představili fungování knihovny, časový harmonogram MS (od kdy do kdy bude probíhat, závěrečný pohovor, vyhodnocení atd.). Obdrželi také instrukce k MS v tištěné podobě a informaci, kdy jim zašleme formulář pro hodnocení MS a jak s ním mají pracovat. Se shoppery bylo dále domluveno, v jakou dobu přibližně navštíví knihovnu, aby byla testována pokud možno největší část otevírací doby. Podařilo se testovat služby v rozmezí po - so od 9:00 do 20:45. Shoppeři poté ve stanoveném období (30. 11. - 11. 12. 2015) samostatně testovali služby podle zadání ve formulářích. Koordinátor a jeho zástupce po celou dobu průzkumu zajišťovali hotline pro potřeby řešení náhlých obtíží.

Na přípravě a realizaci MS se podílel tým zaměstnanců z **odboru 3**. V přípravné fázi proběhlo několik společných schůzek, na kterých se připravily okruhy témat pro hodnocení a obsah formulářů. V rámci informování skupiny USG, byla nabídnuta možnost zapojit se do přípravy MS také ostatním oddělením v knihovně. Této příležitosti využili kolegové z **ICT oddělení**, kteří vznesli několik podnětů, které byly zapracovány do testovacího formuláře. V přípravné fázi nám byla oporou vedoucí Referátu vzdělávání (PhDr. Zdenka Kloučková), která nám poskytla podněty pro přípravu a zajištění MS. Tvorba jednotlivých otázek byla rozvržena mezi jednotlivé členy týmu, přípravu podoby formulářů a instrukcí měla na starost jedna z členek týmu. Kompletaci, finalizaci a rozeslání měly na starost další 3 členky týmu.

Formuláře pro shoppery byly rozděleny do těchto kategorií:

1 A - registrovaný student, online (online = uživatel plnil více úkolů z domova)

1 B - registrovaný student, offline (offline = uživatel plnil více úkolů asistovaně při návštěvě NTK)

2 A - neregistrovaný student, online (online = uživatel plnil více úkolů z domova)

2 B - neregistrovaný student, offline (offline = uživatel plnil více úkolů asistovaně při návštěvě NTK)

3 - registrovaný student cizinec, online (online = uživatel plnil více úkolů z domova)

4 - ostatní veřejnost, offline (offline = uživatel plnil více úkolů asistovaně při návštěvě NTK)

Po tomto rozdělení shopperů jsme se ještě pokusili **formuláře co nejvíce individualizovat** (každý shopper měl hledat jiný dokument či knihu, která byla vybrána podle jeho zaměření či studia, nebo pokládat individuální otázky na danou oblast).

Shoppeři měli část úkolů splnit **před návštěvou knihovny** (vyhledávání podle zadání na webových stránkách, e-mailová či telefonická komunikace s NTK, rezervace Týmových studoven, vyhledávání v katalogu a objednání knihy ze skladu). Poté je čekala **samotná návštěva knihovny**, kde již testovali další služby a hodnotili knihovníky a jejich asistenci. Shoppeři dostali instrukci, aby u jednotlivých úkolů nesetrvávali déle než 10 minut, současně měli zapisovat přibližný čas od kdy - do kdy daný úkol plnili. V tomto bodě jsme získali zpětnou vazbu, že pro hodnotitele nebylo zcela jasné, jak správně čas zapisovat. Také jim nebylo zcela příjemné časové omezení úkolu na 10 minut, hodnotili jej jako velmi determinující.

Po ukončení MS a vyplnění formuláře se na nás mohli shoppeři obrátit a ještě ten den projít **výstupním pohovorem**, kde jsme společně prošli formulář a jednotlivé úkoly, doplnili a vyjasnili nejasnosti. Shoppeři také zodpověděli **doplňující otázky.** Před samotným zahájením výstupního pohovoru každý shopper zaslal koordinátorce vyplněný formulář pro hodnocení MS (či jej přinesl v tištěné podobě na pohovor) a dodal další požadované dokumenty (např. printscreen stránky, kde požadovanou informaci našel či e-mailovou komunikaci, která proběhla mezi ním a knihovnou). Pro výstupní pohovory byla zvolena forma **kvalitativních řízených rozhovorů**, během nichž koordinátorka zapisovala slovní hodnocení a další podněty shopperů do připravené tabulky. Pohovor byl zahájen zjištěním informací, jak celý MS shopper absolvoval a zda měl při plnění úkolů nějaké problémy. Poté koordinátorka společně se shopperem procházela jednotlivé úkoly dle jejich řazení ve formuláři. Shopper koordinátorce ukázal, jak při řešení postupoval (při pohovoru byl k dispozici notebook, na kterém shopper ukazoval postup a koordinátorka na něm

zaznamenávala slovní hodnocení). Do přehledu bylo zaznamenáno vše, co shopper k danému úkolu slovně doplnil. V případě nejasností koordinátorka upřesnila informace a ukázala shopperovi, jak bylo možné při řešení úkolu postupovat. Po kontrole všech úkolů následovalo položení doplňujících otázek (celkový dojem z NTK, celkové hodnocení zaměstnanců NTK, viditelnost a označení knihovníků, hodnocení organizace průzkumu, podněty ke službám NTK). Tyto otázky nebyly zahrnuty do formulářů pro hodnocení MS, ale byly příležitostí, jak získat doplňující informace od shopperů k jejich pohledu na NTK a organizaci MS. U těchto dotazů jsme zvolili pouze slovní hodnocení, které nebylo zaneseno do tabulky bodového hodnocení a má svou vlastní kapitolu jako shrnutí z výstupních pohovorů. Na závěr pohovoru dostal shopper prostor k vyjádření vlastních připomínek či vznesení dotazů. Výstupy z pohovorů byly porovnány s vyplněnými formuláři a spojeny do celkového hodnocení (využity byly přímo citace od shopperů), které můžete najít v příloze č. 5 (Slovní hodnocení).

Po ukončení MS a získání zpětné vazby ze závěrečných pohovorů jsme zahájili **vyhodnocení průzkumu**. Vyhodnotili jsme bodové hodnocení (průměrné známky jednotlivých úkolů; do průměru nebylo zahrnuto bodové hodnocení *6 = nebylo možné hodnotit* a *0 = shopper tento úkol neplnil či jej zapomněl vyhodnotit*). Tyto průměrné známky jsme poté srovnali s bodovým hodnocením z roku 2014. Samostatně vyhodnoceno bylo slovní hodnocení uvedené ve formulářích. Dále jsme identifikovali silné a slabé stránky, hrozby a příležitosti knihovny (SWOT). Ze slovních hodnocení byl vytvořen přehled k jednotlivým okruhům spolu s citacemi od shopperů (viz Kapitola 2.1.1 Slovní hodnocení podle zkoumaných oblastí).

Ačkoli průzkum metodicky vycházel z předešlého, hodnocené oblasti se často lišily. To bylo dáno odlišně chápaným cílem průzkumu, zadavatelem, posunem priorit v testování… Lišil se také rozsah průzkumu (v roce 2014 bylo 49 úkolů a 10 shopperů, v roce 2015 bylo 129 úkolů a 20 shopperů). Některé oblasti v roce 2015 nebyly testovány vůbec, jiné byly naopak testovány poprvé. S bodovým hodnocením je také spojen pravděpodobný problém metodologický. Shoppeři v některých případech udělovali známku výrazně přísnější, než bylo popsáno v k tomu náležejícímu slovnímu hodnocení. I přes maximální návodnost formulářů někdy také hodnocení vzbuzuje dojem, že shopper hodnotil vlastní schopnost splnit zadání, nikoli jím využitou službu. Porovnání výsledků bodového hodnocení obou let v tabulce 2.2 Bodové hodnocení a srovnání s výsledky roku 2014 by proto mělo být prováděno se zřetelem na tato rizika.

1.2 Údaje o shopperech

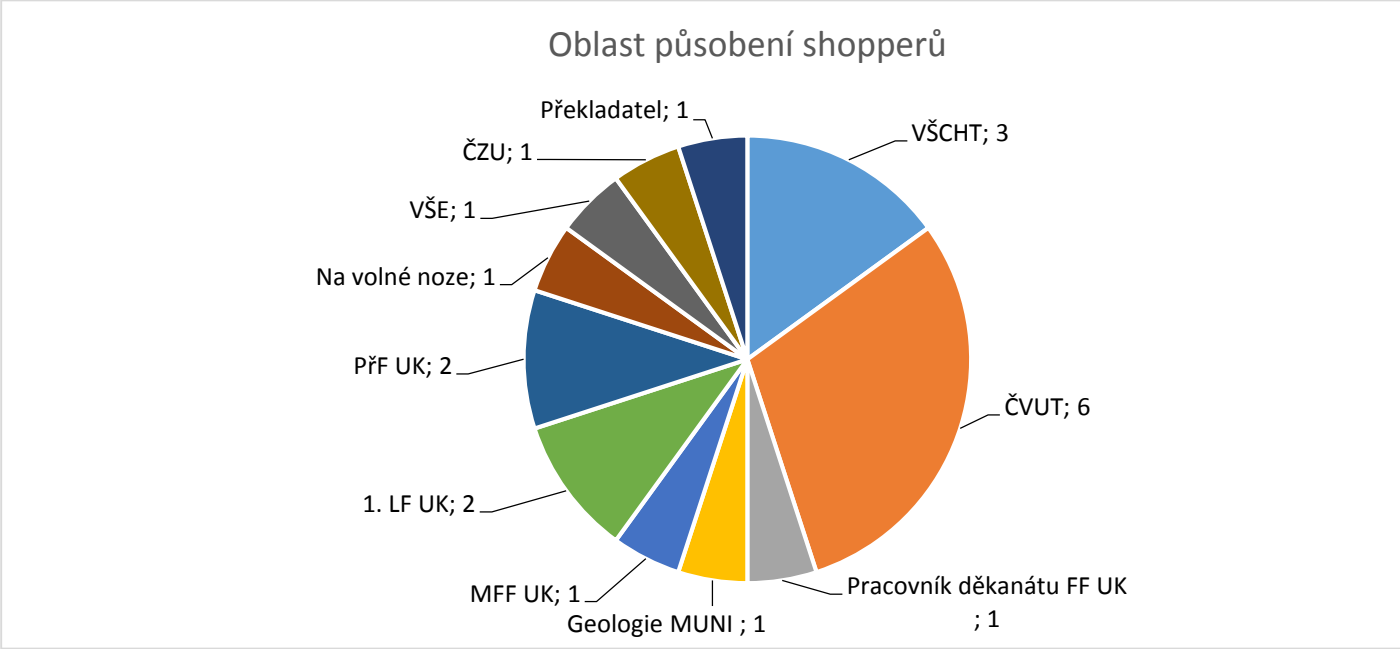
Velikost vzorku mystery shopperů měla být přiměřená administrativní náročnosti realizace průzkumu a také finančním možnostem uvolněným pro průzkum. Zároveň bylo plánováno, aby tento vzorek byl co největší a aby umožňoval dostatečné zastoupení všech cílových skupin. Vzorek a poměr vybraných shopperů měl kopírovat složení zákazníků NTK. Zesílený důraz byl kladen na studenty technických VŠ, kterých jsme chtěli získat největší počet. Byly určeny kategorie shopperů, podle kterých byli hledáni:

- VŠ student
- Akademický pracovník
- SŠ student
- Důchodce
- Pracující
- Cizinec (student)

Celkem projevilo zájem 26 zájemců a vybráno bylo **20 zájemců**. Ne všechny kategorie se však podařilo naplnit.

Konečný vzorek uchazečů, kteří se poté zúčastnili průzkumu, vypadal takto:

- VŠ student: 16 zájemců (12 registrovaných)
- Pracující: 3 zájemci (2 neregistrovaní)
- Cizinec (doktorand): 1 zájemce (registrovaný)
- Novinář: 1 zájemce (nezahrnut do hodnocení)



Graf č. 1: Oblast působení shopperů

Graf č. 2: Věk shopperů

2 Vyhodnocení dat z průzkumu

2.1 Shrnutí slovního hodnocení shopperů

Ze slovních hodnocení, která shoppeři vyplnili v hodnotících formulářích, byl vytvořen souhrn k jednotlivým oblastem. Vzhledem k širokému záběru úkolů došlo ke sloučení do oblastí:

- Webové stránky
- Katalog (Summon, VuFind)
- Komunikace s NTK
- Samoobslužná zařízení
- IT úkol neasistovaně
- Rezervace týmové studovny
- Registrace
- Kramerius
- Normy

Hodnocení byla rozdělena na **pozitivní**, **neutrální** a **negativní zkušenost** se službou. Do hodnocení byly současně vloženy i některé přímé citace slovního hodnocení, tak aby dokreslily zkušenosti shopperů se službou.

2.1.1 Slovní hodnocení podle zkoumaných oblastí

Uvedené bodové hodnocení je pouze souhrnné, detailní rozpis naleznete v kapitole 2.2 Bodové hodnocení a srovnání s výsledky roku 2014 (Popis témat, která byla bodově hodnocena).

Webové stránky

Tuto službu hodnotilo 20 shopperů. 3 shoppeři mají negativní zkušenost, u zbývajících 17 převažují neutrální nebo pozitivní hodnocení.

Bodové hodnocení 2014: 1,09[4]

Bodové hodnocení 2015: 1,84

Pozitivní: Shopperům se s webovými stránkami pracovalo dobře, informace pro ně byly přehledné, stejně tak velmi kladně hodnotili menu „Můj účet".
„Webová stránka uživatelského účtu je velice přívětivá a přehledná, snadno se s ní pracuje. Na hlavní straně hodnotím pozitivně boxík s aktuálními informacemi, velice dobré jsou uvedené kontaktní údaje, uživatel je nepotřebuje složitě hledat.".

[4] Bodové hodnocení je průměrem všech hodnocení shopperů v dané oblasti. Shoppeři hodnotili stejně jako známkou ve škole (škála od 1=nejlepší po 5=nejhorší a 6 = nedokážu ohodnotit).

Negativní: Shoppeři měli problém se srozumitelností odkazů a nedokázali si pod nimi nic představit (referenční služby, nástroje pro výzkum, mapa fondu).

Katalog (Summon, VuFind)

Tuto službu testovalo 18 shopperů. 2 shoppeři měli zkušenost pozitivní, 7 shopperů mělo zkušenost neutrální, 3 shoppeři měli zkušenost negativní, 6 shopperů mělo zkušenost smíšenou (neutrální + pozitivní).

Bodové hodnocení 2014: 2,57

Bodové hodnocení 2015: 1,70 a 1, 75

Pozitivní: Shoppeři byli vesměs spokojení s možností filtrovat výsledky a s možností získat citace ve více formátech. Oceňovali, že se většina odkazů otevírá v novém okně. Velká část shopperů také popisuje hledání jako snadné.

Neutrální: Většině shopperů se bez problému podařilo dokončit svůj úkol.

Negativní: Z hodnocení vyplynulo, že proces vyhledání dokumentu se pro některé shoppery skládá z příliš mnoha kroků, je nepřehledný a neintuitivní. Shoppeři jím trávili velmi mnoho času. Nebyli schopni popsat kde a proč se ve vyhledávacích rozhraních pohybovali, často se pohybovali mezi několika rozhraními a cítili se tím zmatení. Dva shoppeři kritizovali souběžnou existenci dvou katalogů. Shoppeři si také nebyli jisti, mohou-li si online články stáhnout, či nikoli. K plnému textu el. dokumentů se často dostávali metodou „pokus a omyl".

Dva další shoppeři také nebyli spokojeni s použitím klíčových slov. Jeden shopper katalogu vytkl, že *„není edukativní"*. Další shopper také kritizoval složitost objednávání knihy ze skladu.

Komunikace s NTK (emailová komunikace a telefonické dotazy)

Tuto službu hodnotilo 18 shopperů. 12 shopperů popsalo pozitivní zkušenost se službou, 3 shoppeři neutrální zkušenost a 3 shoppeři měli negativní zkušenost.

Bodové hodnocení 2014: 2,63 a 1,5

Bodové hodnocení 2015: 1,73 a 2,33

Pozitivní: Odpovědi v emailové korespondenci byly hodnoceny jako nápomocné, výstižné a gramaticky správné. V několika případech bylo také kladně hodnoceno podání informací navíc. Komunikace probíhala na požadované úrovni. V případě emailových dotazů byli čtyři shoppeři příjemně překvapeni rychlostí odpovědi. Byla také nabídnuta konzultace s referenčním knihovníkem. Tuto možnost pak shopper hodnotil jako velmi nápomocnou.

Neutrální: Jeden ze shopperů uvedl, že ačkoliv nedostal vyčerpávající odpověď, byl se službou spokojen. V dalším případě by shopper uvítal podrobnější informace. Odpověď mu připadala příliš stručná.

Negativní: V případě emailové komunikace nedošlo ve dvou případech k dořešení odpovědi. Dotaz, který shopper zaslal, byl přeposlán pracovníkovi jiného oddělení. Ten mu však již neodeslal žádnou odpověď. V jednom případě byl shopperovi zaslán nefunkční odkaz. Jeden telefonický dotaz trval podle mínění shoppera příliš dlouho (7 minut). Knihovník dlouho hledal informaci na webových stránkách NTK. Shopperův dojem byl, že *„NTK neví, komu pronajímá své prostory a co se v dané době v těchto prostorách odehrává“*.

Samoobslužná zařízení (selfcheck, vracečka, infokiosky)

Samoobslužná zařízení hodnotilo 19 shopperů. Nikdo neměl vyloženě negativní zkušenost s obsluhou selfchecku ani vracečky, ovšem 9 z nich některé ze zařízení nedokázalo najít. 3 shoppeři měli problém s ovládáním infokiosku.

Bodové hodnocení 2014: 1,89 (Selfcheck 1,13; vracečka 1,14; infokiosky 3,4)

Bodové hodnocení 2015: 1,37

Pozitivní: Samoobslužná zařízení, zejména selfcheck a vracečka, byla pro shoppery velmi příjemným zážitkem. Byli překvapeni jednoduchostí obsluhy těchto zařízení. *„Práce se selfcheckem byla rychlá, uživatelsky příjemná a jednoduchá. Práce s vracečkou velice jednoduchá. Velice pozitivně hodnotím návody na vracečce i selfchecku při půjčení i vracení.“*

Negativní:
Hodnocení infokiosků bylo negativní zejména z důvodu špatné ovladatelnosti zařízení.
„Kolečko je nepoužitelné.“
„Pracovalo se mi s ním vcelku dobře, jen mi vadila klávesnice - dalo práci zmáčknout klávesu tak, aby se <<napsalo písmenko>>, což vedlo k překlepům a také se celkem dlouho načítala stránka s výsledky.“

Většina shopperů měla obtíže při hledání samoobslužných zařízení, především vracečky. *„Jediné, co mi na vracečce i selfchecku vadilo je to, že nejsou nijak výrazně označeny – jako někomu, kdo si knihu poprvé půjčoval na selfchecku, by mi pomohla velká červená šipka s nápisem, že <<zde si mohu vypůjčit knihu>>, vracečku jsem našla, protože jsem jí už využila.“.*

IT úkoly neasistovaně (MFZ a terminály)

Práci s MFZ hodnotili 4 shoppeři a jen jediný měl čistě pozitivní zkušenost. Zbývající tři měli zkušenosti spíše negativní. Obsluhu terminálů hodnotili 2 shoppeři a oba pozitivně.

Bodové hodnocení MFZ 2015: 3,0

Bodové hodnocení terminálů 2015: 1,0

Pozitivní: Práce s terminály je hodnocena jako snadná: *„Jediný problém jsem měla při prvním přihlašování, kdy se mi nedařilo napsat správné heslo (pravděpodobně moje chyba). Terminál jinak fungoval správně.“.* Jeden ze shopperů hodnotí kladně i obsluhu MFZ, i když tisk se mu nepodařilo dokončit kvůli technickým problémům: *„Se samotným procesem kopírování nebyl žádný problém, stačilo klasicky postupovat dle pokynů na obrazovce. Přesto se mi dokument nepodařilo okopírovat z technických důvodů.“.*

Negativní: Práce s terminály byla označena jako pomalá, někdy také nebylo snadné najít volný terminál. V případě potřeby se nemohli shoppeři spolehnout na návod pro obsluhu terminálu, neboť byl neaktuální. U multifunkčních zařízení nastal problém zejména při skenování (malá obrazovka, nejasné informace zda byla úlohu úspěšná). Pro skenování také platí limity velikosti souboru, velikosti flash disku, omezení ve formátu, v době skenování a podobně. Uživatelé nejsou o těchto limitech informováni a v důsledku toho se jim skenování v některých případech nezdaří.
„Skenování jsem chtěl uskutečnit na 5. patře, ale stroj byl mimo provoz, proto jsem se přesunul na 6. patro. Ovládání tiskárny bylo pro mě uživatelsky nepříjemné. Malý display např. neumožňoval snadnou orientaci při zadávání e-mailu, na který jsem chtěl scan odeslat. Také jsem si nebyl jistý, jestli scanování proběhlo nebo neproběhlo. Když jsem akci zopakoval, nabyl jsem dojmu, že scanování proběhlo v pořádku a e-mail byl odeslán. Nicméně později jsem zjistil, že na můj e-mail žádný oskenovaný soubor nepřišel.“

Rezervace týmové studovny

Úkol vytvořit rezervaci a samoobslužně dobít finančního konto kreditní kartou hodnotilo celkem 8 shopperů. Pouze 1 shopper hodnotil proces rezervace pozitivně. Dobití finančního konta bylo oproti tomu hodnoceno pozitivně a vylepšuje celkové bodové vyhodnocení.

Bodové hodnocení 2015: 2,86

Pozitivní: Kladné hodnocení si získal systém samoobslužného dobití finančního konta, který se ukázal jako zcela funkční.

Negativní: Opakem se ukázal rezervační systém. Systém byl pro shoppery neintuitivní a nepřehledný. V průběhu průzkumu byl zaznamenán jeho kolaps a na infokioscích nebylo možné vstoupit do systému vůbec. Často popisovaným blokem byla nutnost opětovného přihlášení, která celý proces rušila a znepřehlědňovala.

Shoppeři si nebyli jistí, zda jimi vytvořené rezervace proběhly správně. Očekávali jasnější potvrzení, či další instrukce.
"Web při rezervaci obsahuje řadu názvů a hlášek, které mne matou, nebyla to příjemná zkušenost, nejsem si jist výsledkem."
„Konto som si dobila bez problémov. Rezerváciu som nedokončila, pretože mi nešlo uložiť rezerváciu. Políčka v hodinovej rezervácií som označila presne podľa pomocníka a mala by sa mi zobraziť nové okno, kde by som mala potvrdiť rezerváciu ale bolo šedé a nič sa mi tam nezobrazilo."

Registrace

Proces registrace hodnotilo celkem 8 shopperů. 2 mystery shoppeři měli čistě negativní zkušenost (zdlouhavý proces, strohá komunikace) a jeden hodnotil celkově kladně. Zbývajících 6 shopperů mělo rozporuplné pocity.

Bodové hodnocení 2014: 1,67
Bodové hodnocení 2015: 2,29

Samotnou registraci hodnotili shoppeři jako rychlou a snadnou, ale měli problém s dokládáním pobytu, použitím vyvolávacího systému, nebo šíří poskytnutých informací.

Pozitivní: Registrace je celkově hodnocena jako snadná a rychlá.
„Celkový proces registrace byl hladký a časově adekvátní (čekání na registraci cca 3 minuty, registrace cca 15 minut)."
„Registrácia prebehla v poriadku, bol som vybavený okamžite. Celkovo trvala registrácia do 10 minút, takže ju určite nepovažujem za zdĺhavú."

Negativní: V několika případech se shoppeři setkali s nedostačujícími informacemi (možnost platby kartou či v hotovosti, dobití konta, atd.). Pro některé byl proces registrace příliš hektický.

Kramerius

Tuto službu hodnotili 2 shoppeři. 1 shopper měl zkušenost negativní, 1 shopper měl zkušenost neutrální (smíšenou).

Bodové hodnocení 2015: 3,0

Pozitivní: Ani v jednom případě nebyl problém s přihlášením k terminálům, a později ani do databáze.

Negativní: Ani jednomu ze shopperů se nepovedlo z databáze nic vytisknout ani uložit. Příčina však v průzkumu nebyla ověřena. Problém může být s nastavením služby vzhledem k omezením daným autorským zákonem. Shoppeři mohli zvolit titul,

který není povoleno vytisknout, nebo mohli zkoušet tisknout ze Studovny časopisů, kde tisk z Krameria není povolen vůbec.

Normy

Tuto službu hodnotil 1 shopper. Tento shopper měl z práce s databází pozitivní zkušenost.

Bodové hodnocení 2015: 1,0

Pozitivní: Knihovník byl schopen pomoci s přístupem k normám, stejně jako s jejich prohledáváním. Shopper shrnul dojmy z tohoto úkolu takto: *„Hledání v databázi bylo snadné“*.

2.2 Slovní hodnocení z výstupního pohovoru

V tomto souhrnu jsou popsány podněty a připomínky mystery shopperů, které jsme získali při individuálních závěrečných pohovorech. Každý hodnotitel dostal 5 stejných doplňujících dotazů (celkový dojem z NTK, celkové hodnocení zaměstnanců NTK, viditelnost a označení knihovníků, hodnocení organizace průzkumu, podněty ke službám NTK) a mohl vyjádřit osobní slovní hodnocení.

Celkový dojem z NTK

Hodnotilo 20 shopperů. 19 shopperů mělo pozitivní zkušenost, 1 shopper spíše neutrální zkušenost. Žádný shopper neměl negativní zkušenost.

Pozitivní: Hodnotitelé oceňují uvolněnou atmosféru (vyhrazené klidové zóny a naopak zóny, kde je možné mluvit) a možnost občerstvení. Studenti knihovnu využívají zejména ke studiu, někdy je také z důvodu obsazenosti studijních míst problém najít volné místo. To, že zde studují i ostatní, hodnotí jako motivující pro vlastní studium. Většina hodnotitelů je s nabízenými službami spokojená, o mnohých službách se ale dozvěděli až díky mystery shoppingu. Jeden shopper uvedl, že: *„dříve využíval spíše parter, nyní poprvé navštívil i vnitřek knihovny a byl mile překvapen poskytovanými službami.“.*

Neutrální: Pro jednoho shoppera bylo samotné vyhledávání knih v regálech obtížnější, neboť ne všechny jsou označeny na hřbetu LCC (některé mají štítek na titulní straně). V druhém případě byl systém označování knih hodnocen kladně: *„Systém je přehledný, knihy jsou viditelně označené.“.*

Celkové hodnocení zaměstnanců

Hodnotilo 20 shopperů. 13 shopperů popsalo pozitivní zkušenost se službou, 4 shoppeři neutrální zkušenost a 3 shoppeři spíše negativní zkušenost.

Pozitivní: Hodnotitelé označili knihovníky jako příjemné, trpělivé a ochotné vždy pomoci.
„Všichni jsou milí a vstřícní."
„… knihovníci se snaží vždy pomoci, vysvětlují trpělivě i věci, které se mohou zdát banální."
Shoppeři ve většině případů uváděli, že knihovníci udržují oční kontakt. Necítili, že by svými dotazy „obtěžovali".

Neutrální: Ne vždy jsou ovšem knihovníci zcela proaktivní (pracují za počítačem a zákazník musí často přijít až k nim, aby si jej všimli). Z tohoto důvodu se někdy zákazníci obávají oslovit knihovníka, aby jej nevyrušili od důležitější práce. Ráno (před 10:00 h) a večer (po 16:00 h) byl problém najít knihovníka na patrových pultech - chybí výraznější informace, od kdy do kdy jsou zde služby poskytovány. Někteří shoppeři uvedli, že by uvítali informace „navíc". Knihovníci prý podávali jen základní informace (například k registraci) – shopper se tedy musel doptávat.
„Služby mi přijdou dostačující. Nedostala jsem žádné info navíc. Nic mě nevadilo, ani mě nic nenadchlo."
Negativní: V ojedinělém případě měl knihovník sluchátka a v jediném se setkal shopper s nedostatečnou znalostí anglického jazyka, bohužel již nejsme zcela schopni odlišit, zda byl dotaz položen knihovníkovi NTK či ČVUT, shopper si bohužel již nepamatuje.

Viditelnost a označení knihovníků

Hodnotilo 19 shopperů. 16 shopperů vyjádřilo zkušenost jako neutrální, 3 shoppeři jako negativní.

Neutrální: Většina hodnotitelů **byla schopná snadno odlišit knihovníky díky tomu, že se nacházeli za pultem**. Pro identifikaci knihovníků, jim toto přišlo dostačující. Knihovníci byli většinou označeni jmenovkou (díky žluté barvě byla viditelná, jména ale nikdo obvykle nečetl).
„Vždy je někdo u pultu."
„Knihovníci sedí za pultem, vím tedy, kde je najdu."

Negativní: Někteří hodnotitelé uváděli, že pokud knihovník není za pultem, není tak snadno identifikovatelný. Jeden shopper uvedl, že při sobotní návštěvě knihovny nebyli někteří knihovníci označeni jmenovkami. Pokud má knihovník jmenovku, nosí ji většinou pověšenou na krku, při sezení je tedy potom hůře čitelná. Vyskytly se přibližně tři případy, kdy knihovník neměl jmenovku.

Hodnocení organizace mystery shoppingu

Formulář byl pro hodnotitele srozumitelný, pro některé dostatečně návodný, jiní by ocenili ještě více informací (**z hodnocení tedy nevzešla jasná zpětná vazba, jak moc návodné mají být instrukce ve scénářích**). Instrukce k zápisu času nebyly zcela jasné. Kladně hodnoceno bylo to, že se **díky mystery shoppingu mnozí dozvěděli zcela nové informace o knihovně a jejích službách**.

Komunikace byla pro hodnotitele dostačující, byli spokojeni s výstupními pohovory, kdy bylo možné vše probrat osobně a doplnit případné nejasnosti.

První schůzka proběhla v kavárně, kde nebyly zcela vhodné podmínky pro představení projektu, proto by příště hodnotitelé uvítali setkání na jiném místě.

Podněty ke službám NTK

Zde jsme podněty, které vzešly z pohovorů se shoppery, rozdělili do tří kategorií:

1) **Orientace v NTK:**
- Nedostatečné značení umístění selfchecků, vracečky a terminálů.
- Chybějící výrazné označení patrových pultů (na rozdíl od Centrálního pultu a pultu registrací).
- Chybějící informace o nutnosti vytisknutí lístečku před registrací a nutnosti čekání na vyvolání.

2) **Technické problémy:**
- Časté vypadávání Wi-Fi a sítě Eduroam. Nutnost se znovu přihlašovat k síti po přesunutí na jiné místo.
- Hůře ovladatelné MFZ a prodlení při zaslání a vytištění požadavku, přednastavený barevný tisk.
- Špatně ovladatelné infokiosky (klávesnice, kolečko, chybí informace o dotykové obrazovce).
- Dveře v Noční studovně při otevření a zavření ruší studující, neboť vržou.

3) **Návrhy na zlepšení služeb:**
- Možnost platby kartou v automatech na jídlo.
- Papírové utěrky na toaletách a barely s vodou pro zákazníky.
- Prodloužení provozní doby (pozn.: od uskutečnění MS byla otevírací doba již prodloužena).
- Přesunutí odkazu „Předregistrace“ blíže k záložce „Můj účet“.

2.3 Bodové hodnocení a srovnání s výsledky roku 2014

Shoppeři měli za úkol ohodnotit každý úkol známkou podobně jako ve škole (škálou od 1=nejlepší po 5=nejhorší a 6 = nedokážu ohodnotit). Tato hodnocení se pro každou oblast sečetla a zprůměrovala. Obdobně tomu bylo i v roce 2014. Protože se ale v obou letech zkoumané oblasti lišily, nelze porovnat všechna hodnocení. Hodnocení uvedená v tabulce jsou seřazena od nejlepšího po nejhorší. Popis jednotlivých témat a vysvětlení předmětu hodnocení naleznete v příloze č. 7 (Popis bodově hodnocených témat).

Číslo popisu tématu	Téma	Průměrná známka	Průměrná známka 2014
10	IT úkol neasitovaně - hodnocení terminálu (funkčnost přihlášení do terminálu, ovládací prvky)	**1,00**	
18	Normy (info od knihovníka, práce v databázi)	**1,00**	
21	Fasetování v katalogu NTK	**1,00**	
8	Vyhledávání článku v katalogu NTK asistovaně/hodnocení knihovníka	**1,25**	
7	Vyhledávání knihy v katalogu NTK asistovaně/hodnocení knihovníka	**1,33**	1,8
6	Samoobslužná zařízení (selfcheck + vracečka + infokiosek)	**1,37**	1,13 a 1,14 a 3,4
22	Extra úkol (objednání konzultace/rešerše) dotaz na knihovníka	**1,50**	
11	Dotaz na knihovníka	**1,55**	1,43
2	Vyhledávání knihy v katalogu NTK neasistovaně	**1,70**	2,57
4	E-mailová komunikace s NTK (info@techlib.cz)	**1,73**	2,63
3	Vyhledávání článku v katalogu NTK neasistovaně + stažení pdf full text	**1,75**	
1	Práce s webovými stránkami	**1,84**	1,09
9	Vyhledání e-článku v katalogu NTK a stažení full textu v pdf neasistovaně/hodnocení terminálu	**2,00**	
13	Speciální úkol neasistovaně	**2,00**	
20	Kramerius dotaz na knihovníka	**2,00**	
16	Registrace/hodnocení procesu/knihovníka	**2,29**	1,67/1,22
5	Telefonická komunikace s NTK (Informační pult)	**2,33**	1,5
15	MVS (vyhledání článku, který nemáme dostupný v plném textu, asistovaně)	**2,60**	2,22
17	Nahrání peněz na finanční účet uživatele + rezervace týmové studovny	**2,86**	
12	Tisk/skenování/kopírování	**3,00**	1,67
19	Kramerius neasistovaně	**3,00**	
14	Vyhledávání článku - plný text pouze v ChemTK	**3,50**	

3 SWOT

Z dat nasbíraných v hodnotících formulářích, a také z odpovědí v závěrečném výstupním pohovoru, byla sestavena analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb NTK (SWOT).

	Pozitivní vlivy	*Negativní vlivy*
Vnitřní vlivy	**SILNÉ STRÁNKY** 1. Hlavní stránka webu a Můj účet 2. Ochota a přívětivost knihovníků 3. Rychlost a faktická správnost Emailů 4. Intuitivní používání Selfchecku a vracečky 5. Platba kartou online 6. Konzultace 7. Motivující studijní prostředí	**SLABÉ STRÁNKY** 1. Terminologie na webu 2. Matoucí přechody mezi rozhraním VuFind a Summon a nedostatečné označení linku na plný text v katalogu 3. Komplikované a nejasné nastavení Krameria 4. Obsazené terminály a neaktuální návody 5. Obtížné ovládání infokiosků 6. Vypadávající Wi-Fi síť 7. Složité skenování 8. Uživatelsky nepřívětivý a pomalý RS 9. Hektický proces registrace a strohá komunikace, nedostatečné zdůraznění možnosti platby kartou 10. Nenošení jmenovek 11. Obtížná orientace v knihovně 12. Ztížené nalezení dokumentu ve VV a první půjčení 13. Neviditelnost některých služeb
Vnější vlivy	**PŘÍLEŽITOSTI** 1. Samoobslužné fungování zákazníků 2. Nedostatek studijních míst v univerzitním kampusu 3. Očekávání při registraci 4. Útěk před prokrastinací 5. Studium o víkendech	**HROZBY** 1. Google efekt 2. „Úzkost z knihoven“ a knihovníků 3. Vysoká očekávání na fungování techniky 4. Nedostatečná kapacita budovy 5. Nízké povědomí o službách 6. Konkurenční prostředí

Silné stránky

1. Web

Pozitivně je hodnoceno umístění a viditelnost kontaktů a otevírací doby. Menu „Můj účet“ bylo pro shoppery snadné najít a popisovali je jako intuitivní a funkční. Web byl celkově hodnocen jako přehledný a hledání informací bylo pro jeho návštěvníky většinou snadné.

2. Osobní kontakt s knihovníkem

V naprosté většině případů byla komunikace s knihovníkem prožívaná jako milá a příjemná. Knihovníci navazovali oční kontakt, mluvili srozumitelně, v případě problému se proaktivně snažili nabízet další řešení či služby, po zodpovězení dotazu se rozloučili. Celkově jsou hodnoceni jako milí a nápomocní.

3. E-mail

Naprostá většina shopperů byla spokojena s velmi krátkou dobou odpovědi na dotaz zaslaný e-mailem. Téměř ve všech případech odpověď obsahovala patřičné náležitosti (pozdrav, rozloučení, podpis, identifikaci NTK). Ve většině případů odpověď obsahovala požadované informace. Celkový dojem z e-mailové komunikace je velmi dobrý.

4. Samoobslužná zařízení (Selfcheck, vracečka)

Všichni shoppeři hodnotili obsluhu zařízení jako velmi jednoduchou a efektivní. Lze dokonce shrnout, že u shopperů vyvolávala jednoduchost procesu vypůjčení a vrácení dokumentu nadšení. Také návody pro práci se zařízením jsou hodnoceny jako jednoduché a intuitivní.

5. Samoobslužné dobití finančního konta

Ve všech případech proběhlo dobití peněz na finanční konto bez problémů. Systém se ukázal jako jednoduchý a funkční.

6. Konzultace

V jednom případě byla shopperovi doporučena konzultace. Ten ji nad rámec hodnocení popsal jako zajímavou a pro něj užitečnou.

7. Motivující studijní prostředí

Shoppeři se v hodnocení shodují, že na NTK oceňují prostor, otevřenost a dodržování klidových zón. Prostředí NTK na ně působí příjemně a motivačně (vidí, že se ostatní také učí).

Slabé stránky

1. Web

Informace, které nejsou uvedeny na domovské stránce, nebo nejsou podle fráze jednoznačně a jednoduše vyhledatelné prostřednictvím vyhledávacího okénka, jsou pro shoppery obtížně nalezitelné (informace o výuce FIT, informace o možnosti darování knih NTK). Názvy záložek jsou nejasné, shoppeři nevědí, co označují.

2. Katalog

Shoppeři hodnotí celý proces od vyhledání titulu až k jeho stažení či objednání jako složitý a zdlouhavý. Očekávají jasně označený odkaz pro stažení dokumentu přímo v množině výsledků vyhledávání. Velmi matoucí je pro ně také neočekávané přesměrování z katalogu NTK do nativního rozhraní databází el. zdrojů. Není jasné, zda je článek dostupný přímo, či je třeba ještě nějaké přihlášení, a podobně. Matoucí pro ně také bylo, pokud se pohybovali mezi rozhraním Summon a VuFind. Nespokojeni byli také s vyhledáváním podle oborů (obor architektura linkuje na dokumenty o architektuře počítačových sítí i budov a podobně) a s velikostí náhledu obálky knihy, která neumožňovala jasnou identifikaci.

3. Kramerius

Shoppeři měli častý problém s ukládáním či tiskem dokumentů v databázi Kramerius. Žádnému z nich se nepodařilo dokument vytisknout.

4. Terminály

Terminály byly označeny za pomalé. Pro shoppery také bylo těžké najít volný terminál. U terminálů byl umístěn neaktuální návod k použití.

5. Infokiosky

Problematické bylo především ovládání infokiosků. Několik shopperů neobjevilo možnost dotykové obrazovky a infokiosek potom hodnotili jako velmi špatně ovladatelný, především kvůli ovládání kurzoru pomocí kulaté myši. Popisovali také

problém s "tuhou" klávesnicí, která způsobovala překlepy. Zmatení nastávalo také při psaní malých a velkých písmen.

6. Wi-Fi

Velká část shopperů při výzkumu či dřívější návštěvě zaznamenala časté problémy s připojením k Wi-Fi síti NTK, ale i Eduroam. Ve spojení s NTK to vidí jako velké negativum.

7. Skenování

Ovládání multifunkčních zařízení bylo pro některé shoppery uživatelsky nepřívětivé. Jednalo se především o skenování. Malý displej snižoval orientaci při zadávání e-mailu pro odeslání naskenovaného dokumentu. Nebylo jasně rozpoznatelné, zda je dokument v pořádku odeslán.

8. Rezervace

Obtíže nastávaly při práci s rezervačním systémem. Sytém rezervace je hodnocen jako zdlouhavý, uživatelsky nepřívětivý. Stránka systému je nepřehledná a plná "bílých míst". Často se rezervace napoprvé nezdařila. Většina shopperů byla zmatená z toho, že systém v průběhu rezervace vyžaduje další přihlášení. Po vytvoření rezervace si nebyli jisti výsledkem, čekají srozumitelnější potvrzení či e-mail s dalšími instrukcemi.

9. Registrace

Shoppeři v mnoha případech negativně hodnotili především to, že se jich registrující knihovník nezeptal, do které knihovny se chtějí registrovat, a nevyzval je, aby si přečetli smlouvu. Také většinou nebyli dotázáni na způsob placení a to, zda si chtějí nabít finanční konto. Podle jejich mínění také dostávali málo informací o půjčování a vracení knih a celkově informace knihovník podával spíše na dotaz. Proces registrace shoppeři vnímali jako příliš rychlý a hektický. V průběhu registrace byla komunikace označena jako strohá.

Cizí státní příslušníci byli také nespokojeni s tím, že v momentě registrace neměli doklad o adrese, na které se zdržují a nemohli tak využít absenčního půjčování dokumentů.

10. Označení knihovníka

V mnoha případech knihovník za pultem nebyl označen jmenovkou, či jmenovka byla umístěna tak, že jméno bylo nečitelné.

11. Orientace v knihovně

Většina shopperů měla obtíže při hledání samoobslužných zařízení, především vracečky. Také špatně rozlišovali funkce centrálního a registračního pultu.

12. Hledání a vypůjčení dokumentu

V procesu vypůjčení dokumentu činilo potíže pouze nalezení dokumentu v případě, kdy LCC signatura nebyla umístěna na hřbetu dokumentu, ale na jeho titulní straně. V jednom případě shopper také popisoval, že mu nebylo jasné, zda knihu umístěnou ve volném výběru lze odnést a jakým způsobem si ji má vypůjčit.

13. Neviditelnost některých služeb

Využití některých služeb je vázáno na to, zda je knihovník při rozhovoru s uživatelem sám proaktivně nabídne. Knihovníci při řešení referenčního dotazu u pultu v některých případech nenabízeli službu MVS jako alternativní řešení v situaci, kdy požadovaný dokument není ve fondu NTK. Stejně tak shopper instruovaný žádat nedostupná VŠ skripta nebyl knihovníkem směřován do databáze Kramerius. Při registraci nebyla nabízena poměrně nová služba platby kartou. Služba konzultace, byla jednou proaktivně shopperovi nabídnuta a ten ji ohodnotil jako velmi užitečnou a atraktivní a vyjádřil politování, že o službě nevěděl dříve.

Příležitosti

1. Samoobslužné fungování zákazníků

Podle hodnocení samoobslužných zařízení a samoobslužného procesu výpůjčky lze vyvodit, že je tento způsob poskytování služeb velmi vítaným a perspektivním.

2. Nedostatek studijních míst v univerzitním kampusu

Vlivem nedostatku studijních míst knihovnu navštěvuje stále více uživatelů, především studentů. Zvětšuje se tak poptávka po službách knihovny. Z průzkumu také vyplynulo, že studenti hodnotí NTK jako studijní prostor velmi vysoko.

3. Očekávání při registraci

Shoppeři podle průzkumu vyžadují při registraci širokou škálu podrobných informací a jsou ochotni být informováni o tom, co NTK poskytuje. Zároveň registraci vnímají jako moment seznámení s knihovnou a vytvoření prvního dojmu. Zde vidíme ohromnou příležitost pro cílený, individuálně zaměřený marketing.

4. Útěk před prokrastinací

Podle popisu shopperů je knihovna vhodným motivujícím prostředím ke studiu, které není přehlceno stimuly a poskytuje relativní klid. Zvláště pro studenty tak může být stále žádanějším úkrytem před prokrastinací.

5. Studium o víkendech

Z průzkumu lze také vyčíst studijní návyky studentů okolních vysokých škol, kteří chtějí věnovat učení především večerní hodiny a víkendy. Toto NTK nabízí a může tak příležitosti dobře využít.

Hrozby

1. Google efekt

Především z hodnocení katalogu jasně vyznělo, že uživatelé očekávají rychlé, snadné a intuitivní vyhledávání informací a rozhraní podobná Google. Nejsou ochotni akceptovat složité a nepřívětivé vyhledávání, projevují netrpělivost a nespokojenost.

2. „Úzkost z knihoven“ a knihovníků

Shoppeři popisovali bloky ve využití asistovaných služeb a neochotu oslovit knihovníka.

3. Vysoká očekávání na fungování techniky

Shoppeři ukázali v průběhu průzkumu vysoké nároky na fungování techniky a systémů, které NTK ne vždy splnila. Může to být dáno tím, že šlo především o mladou generaci, studenty technických vysokých škol, nebo očekáváním vzhledem k názvu a charakteru knihovny.

4. Nedostatečná kapacita budovy

V průzkumu byl zmíněn i problém volných míst v NTK. Vzhledem k velkému přílivu nových návštěvníků a zákazníku mohou být brzy vyčerpány kapacity budovy.

5. Nízké povědomí o službách

Shoppeři obecně měli nízké povědomí o službách knihovny a tedy i nízké očekávání o tom, co knihovna může nabídnout. Většina z nich se až v průběhu průzkumu seznámila s některými „neviditelnými“ službami a byla velmi příjemně překvapena.

6. Konkurenční prostředí

V případech, kdy uživatelům nebudou vyhovovat služby NTK, budou přecházet ke konkurenčním službám, které jsou pro ně dosažitelnější a přívětivější (nespokojenost s vyhledáváním, tiskem…).

4 Doporučení pro zkvalitnění služeb NTK a návrh konkrétních opatření

Zde jsou shrnuta doporučení vzniklá v průběhu MS průzkumu. Realizací těchto návrhů byli pověřeni odpovědní vedoucí příslušných oddělení.

Služby

- Zpracování FAQ a umístění na web.
- Zavedení CRM systému, pro evidenci a zpracování zpětné vazby uživatelů. Nastavení pravidel a standardů e-mailové komunikace, vymezení zodpovědnosti a její vymáhání, zlepšení úrovně e-mailů (redakce, šablony).
- Při práci na pultech – v případě, že se blíží zákazník, zvednout hlavu od práce, pozdravit jako první, udržovat oční kontakt (nenechat jej dojít až k pultu, ale být více proaktivní).
- Důsledné dodržování nošení žlutých jmenovek (nosit na viditelném místě).
- Registrace: předání základních informací (půjčování, vracení, volný výběr, sklad, pokud je prostor ukázat jak hledat v katalogu, vysvětlit záznamy) – komunikace se zákazníkem vždy individuální – pokud zákazník vypadá, že jej informace nezajímají, nevysvětlovat jen předat letáček, v případě zájmů předat informace o fungování knihovny. Dotazovat se na způsob platby a dobití finančního konta. Vybídnutí k přečtení smlouvy.
- Zavedení kompetenčního minima. Vypracování harmonogramu průběžného vzdělávání pracovníků sloužících za pultem, průběžné aktualizování nových informací.

ICT

- Změnit poskytovatele Wi-Fi připojení. Prověřit možnost přihlášení k Wi-Fi bez nutnosti opětovného přihlášení při přesunu na jiné místo v rámci budovy.
- Umístit a pravidelně aktualizovat stojan s návodem na MFZ (více info např. o velikosti souboru při skenování do e-mailu, zrušení přednastavení barevného tisku, urychlení procesu při zadání požadavku a jeho vytištění).
- Posílení IT hotline – v případě, že zákazník řeší nějaké technické problémy, mohl by napsat a dostal by obratem odpověď nebo by se za ním pracovník IT zastavil (přímá komunikace bez knihovníka jako zprostředkovatele).
- Zlepšení funkce infokiosků, nebo viditelnější upozornění na dotykovou obrazovku.
- Úprava rezervačního systému a doplnění potvrzovacího e-mailu.

Marketing

- Přehlednější značení orientačních bodů v budově. Viditelné označení vracečky a selfchecků (např. cedule s umístěním, směrovky, info u zařízení, k čemu slouží…).
- Pravidelná a systematická výměna informací o nabízených službách uvnitř knihovny. Společné vytváření materiálů k propagaci služeb a informování zákazníků.
- Ve spolupráci se službami vytvořit krátké video návody – vyhledávání v katalogu, půjčování a vracení knih, MFZ, vyhledávání v regálu, infokiosky a terminály, registrace (co musím udělat před vstupem do NTK – vyvolávací systém, rezervace týmových studoven…).

Správa a provoz

- Prověřit, případně zrealizovat možnost platby kartou v automatech na jídlo.
- Zakoupit barely s pitnou vodou dostupné pro zákazníky, papírové utěrky na toaletách.
- Pravidelná kontrola vybavení ve studovnách (zda je vybavení funkční, např. drhnoucí dveře v Noční studovně apod.). Případně posílení kanálů zpětné vazby zákazníků (umístit na více místech box s přáními a podněty…).

Web

- Zviditelnění služby „Předregistrace“ na webu – přesunutí blíže k záložce „Můj účet“.
- Přizpůsobit terminologii na webových stránkách a zjednodušit informační architekturu. Doplnit chybějící obsah (darování knih, návody k vyhledávání).

Katalog

- Provést uživatelský průzkum zaměřený pouze na katalog s cílem definovat základní překážky a možnosti zlepšení.
- Úpravy rozhraní katalogu směrem k přehlednosti a jednoduchosti a vytvoření návodných prvků.

Kramerius

- Prověřit možnost vzdáleného přístupu ke službě. Více službu propagovat a informovat o ní (směrem k zaměstnancům i zákazníkům).

5 Doporučení pro příští MS

Po výstupních pohovorech se shoppery vytanulo **několik podnětů pro přípravu příštího MS**:

- Při přípravě formuláře pro MS jsme řešili otázku, **jak moc návodné by měly být scénáře**. Snažili jsme se ve formuláři připravit očekávanou odpověď jen tam, kde to bylo nezbytně nutné pro to, aby shopper věděl jak má službu ohodnotit. Doufali jsme, že odpověď na toto dilema získáme po následném hodnocení. Při výstupních pohovorech ale zpětná vazba neukázala jasnou odpověď. Reakce byly jak pozitivní (formulář shoppera navedl a ten věděl, co má očekávat), tak negativní, ve smyslu, že by bylo lépe udělat formulář méně návodný. Bylo by tedy vhodné připravit jakousi „první pomoc" ke každé otázce, kde by byla informace, jak se má shopper zachovat v případě, že odpověď nebude zcela stejná jako ve scénáři.
- Do formulářů jsme nezahrnuli **samostatné bodové hodnocení knihovníků**. Shoppeři knihovníky hodnotili pouze slovně. Proto bychom doporučovali v příštím formuláři uvést jak bodové hodnocení pro danou službu tak také bodové hodnocení knihovníka (tam, kde dojde k interakci s knihovníkem) a k tomu slovní hodnocení.
- Zvážit, zda shoppery limitovat stanoveným časem pro splnění úkolu.

Z celkového hodnocení MS při výstupních pohovorech vyplynulo, že většina shopperů díky průzkumu získala nové informace o službách knihovny. Shoppeři by se rádi i do budoucna znovu podíleli na testování služeb knihovny a velmi se zajímali o možnost být informováni o výsledcích průzkumu.

Seznam citované literatury

SUDOVÁ, Miroslava. *Mystery visiting v knihovnách. Brno* [online], 2014,117 s [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: Thesis.cz. Vedoucí diplomové práce PhDr. Zdenka Kloučková. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav české literatury a knihovnictví.

Přílohy