



Función de los Mystery Shopping OC

La técnica de Mystery Shopping se dirige a que la empresa disponga de información que le permita evaluar periódicamente los niveles de calidad de sus servicios. A diferencia de las investigaciones de satisfacción de clientes que indagan en la calidad percibida de los servicios (calidad subjetiva), el estudio de mystery shopping permite evaluar la calidad objetiva de los servicios.

Mystery Shopping es una técnica de investigación empleada para evaluar la calidad en servicios que las empresas brindan a sus clientes en los denominados “momentos de verdad” – es decir, en los momentos de contacto entre las empresas y sus clientes.

Es una muy valiosa herramienta de investigación de mercado capaz de dar una visión completa y objetiva del nivel real de calidad de servicio y atención que una empresa presta a sus clientes.

¿Qué objetivos se persiguen a partir de la realización de un Mystery Shopping?

1. Monitoreo de la calidad de la atención al cliente brindada en los locales;
2. Mejora y rediseño de los procesos de venta y atención al cliente, así como de la infraestructura de venta desde la cual se producen dichos procesos;
3. Evaluación de la calidad objetiva de servicios prestados en locales;
4. Funcionamiento real de los equipos y procedimientos de venta. Análisis de comercialización;
5. Monitoreo de la calidad de la atención al cliente brindada en los locales;

¿Qué aspectos se evalúan en un estudio de Mystery Shopping?

Si bien la propuesta implica la identificación conjunta con el equipo de marketing de la empresa de las principales áreas críticas de sus servicios de atención y venta, a continuación se presentan dimensiones estándar en la construcción de una pauta de evaluación de calidad de procesos de venta y atención a clientes.

Imagen del establecimiento

“La imagen institucional está constituida por un conjunto organizado de elementos simbólicos, que representan en la mente del público, las cualidades distintivas de la organización”.

- Limpieza del local
- Orden y organización de la mercadería
- Diseño y decoración de las instalaciones: iluminación, sonidos, ambientación en general
- Uniformes adecuados
- Señalética apropiada

Atención al cliente

“En el primer contacto se forman las sensaciones y las ideas fundamentales que hacen a la imagen percibida de la empresa. No hay una segunda oportunidad para causar una primera buena impresión”. Una imagen positiva ayuda a establecer el escenario para el éxito en las ventas, mientras que una imagen negativa puede resultar en pérdida de ventas y posibles fracasos.

- Saludo de bienvenida
- Amabilidad y Simpatía
- Lenguaje Corporal del Vendedor (porte, contacto visual, expresiones faciales, voz, etc.)
- Modales en la atención (nivel de confianza, comentarios, etc.)
- Confiabilidad (el vendedor realmente desea ayudar a resolver mi problema)
- Disposición hacia el cliente, forma en que se ofrece ayuda (disposición y tiempo de espera)
- Forma en que se intenta entender y satisfacer las necesidades
- Predisposición a la muestra de otros productos
- Actitud ante la presentación de problemas por parte del cliente
- Calidad en la despedida

Generación de Relaciones y Confianza con Clientes

En un mercado caracterizado por mayores niveles de competencia y mayor complejidad de los productos, vemos la necesidad de adoptar una estrategia de relaciones que enfatice al cliente vitalicio.

- Interés por el cliente
- Calidad de la escucha al cliente
- Respeto a los intereses del cliente

Procedimientos de Venta

La decisión de compra dispone de los siguientes pasos: 1) atención; 2) interés; 4) convicción; 5) acción. El papel del vendedor es guiar al prospecto a través de cada paso – Teoría de la Acción del Comprador –. El vendedor que está bien preparado para ayudar al cliente a dar respuestas afirmativas en cada situación de venta, estará en una fuerte posición para cerrar la venta – Teoría de Resolución del comprador –.

El enfoque de la Teoría de la Satisfacción de la Necesidad se basa en el estilo de venta consultiva. El papel del vendedor profesional es identificar estas necesidades y luego recomendar un producto o servicio que las satisfaga.

- Detección de necesidades y motivaciones de compra
- Capacidad del vendedor para colaborar en la definición de motivaciones difusas
- Selección de producto adecuado para la necesidad/motivación planteada
- Presentación informativa/persuasiva
- Solución a objeciones puestas por el cliente
- Calidad en el cierre de la venta
- Calidad en la despedida y agradecimiento del cliente por su compra

Conocimiento de Productos

Cuál es el mejor producto para satisfacer las necesidades del cliente. El vendedor es una fuente valiosa de consejos y asesoría. ¿Cómo el vendedor configura una mezcla de ofertas para satisfacer las necesidades del cliente? ¿Cuál es la capacidad para contestar especificaciones técnicas sobre diseño, materiales, desempeño y origen de los productos?

- Dominio del stock existente
- Conocimiento de aspectos técnicos y detalles de fabricación
- Conocimiento de significados y usos de cada producto/ servicio
- Conocimiento de beneficios de cada producto/ servicio
- Dominio de precios, financiaciones y promociones

Control de Cobro/ transacción en Caja

- Rapidez en el cobro
- Entrega de factura
- Correcta devolución del cambio por la compra realizada

Metodología Propuesta

OPCION Consultores propone el diseño y ejecución de un Programa de Evaluación de Calidad del Servicio y Atención a sus Clientes mediante Mystery Shopping en base a un tracking continuo de visitas periódicas a los diferentes puntos de venta de la empresa. A través de estudios periódicos se analiza la evolución de la calidad del servicio y atención registrada en cada visita de nuestros profesionales, lo cual permite la mejora continua de la realidad estudiada. Todo proyecto profesional de Mystery Shopping se puede sintetizar en cuatro grandes fases:

- 1. Definición del programa: fijación de objetivos y delimitación del ámbito y alcance del estudio**
- 2. Comunicación Interna**
- 3. Trabajo de Campo - Realización de las evaluaciones**
- 4. Análisis y Presentación de los resultados**
- 5. Acciones de mejora continua**

Qué distingue a Opción Consultores

Amplia variedad de servicios especializados de investigación de mercados para la evaluación del entorno de marketing de la empresa. Los servicios de investigación de mercados se combinan con consultoría en definición de lineamientos estratégicos de marketing (área de producto, distribución y ventas, comunicación, promoción y precios). Consultoría especializada en planificación estratégica de marketing. Los servicios ofrecidos permiten generar economías y capitalizar oportunidades a su marca a partir de la definición de estrategias sobre la base de información de mercado. Opción le ofrece un servicio personalizado y comprometido con la generación de valor para su empresa, buscando generar economías en los costos de acceso a la información.

Servicio desarrollado por Opción Consultores. Para mayor información comunicarse con Opción Consultores: (005982) 4026509. Montevideo - Uruguay)

Soc. Juan Manuel Lanza
Lic. José Raúl Rodríguez
Soc. Manuel Píriz
Agustín Bonino

info@opcion.com.uy
www.opcion.com.uy
www.externainvestigacion.com