



## Evaluando los momentos de verdad.

La calidad no es un accidente,  
es el resultado de un esfuerzo  
de la inteligencia.



Este documento es propiedad intelectual de *MORE, Market & Opinion Research*, por lo que cualquier tema relacionado con su contenido, es de uso confidencial y se considera ilegal, que este documento sea accedido por otros proveedores competencia directa de *MORE Market & Opinion Research*.

**MORE MARKET & OPINION RESEARCH S.A. DE C.V.**

Cuernavaca 117 Condesa 06140 México DF  
T: +52 55 10 54 15 88 F: +52 55 10 54 34 13  
clientes@more.com.mx





# MYSTERY SHOPPER

ASEGURAR EL ÉXITO DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO Y  
LOS PROGRAMAS DE SERVICIO AL CLIENTE

---

---

Este documento es propiedad intelectual de *MORE, Market & Opinion Research*, por lo que cualquier tema relacionado con su contenido, es de uso confidencial y se considera ilegal, que este documento sea accesado por otros proveedores competencia directa de *MORE Market & Opinion Research*.

MORE MARKET & OPINION RESEARCH S.A. DE C.V.

Cuernavaca 117 Condesa 06140 México DF  
T: +52 55 10 54 15 88 F: +52 55 10 54 34 13  
clientes@more.com.mx



# CONTENIDO

- ▶ Antecedentes
- ▶ Expertise - Experiencia
- ▶ Objetivos
- ▶ Beneficios
- ▶ Programa de Auditorías
- ▶ Sistema de Apoyo
- ▶ Recomendaciones



# ANTECEDENTES

- ▶ El servicio dentro del contexto de la economía global se ha transformado en un factor crítico de éxito, ya que se convierte en una herramienta de fidelidad de clientes y por otro, de diferenciación de la competencia.
- ▶ ¿Conoce usted cuáles son los factores de éxito para una unidad de negocio? ¿Qué es lo que genera una relación fuerte con su marca en la práctica? ¿Cómo se diferencia positivamente de su competencia y logra mayores ingresos y mejora la rentabilidad?



**MORE Market & Opinion Research** conoce como  
ayudarlo efectivamente en estos temas.

MORE MARKET & OPINION RESEARCH S.A. DE C.V.

Cuernavaca 117 Condesa 06140 México DF  
T: +52 55 10 54 15 88 F: +52 55 10 54 34 13  
clientes@more.com.mx



**GlobalNR**  
global network for research



# ANTECEDENTES

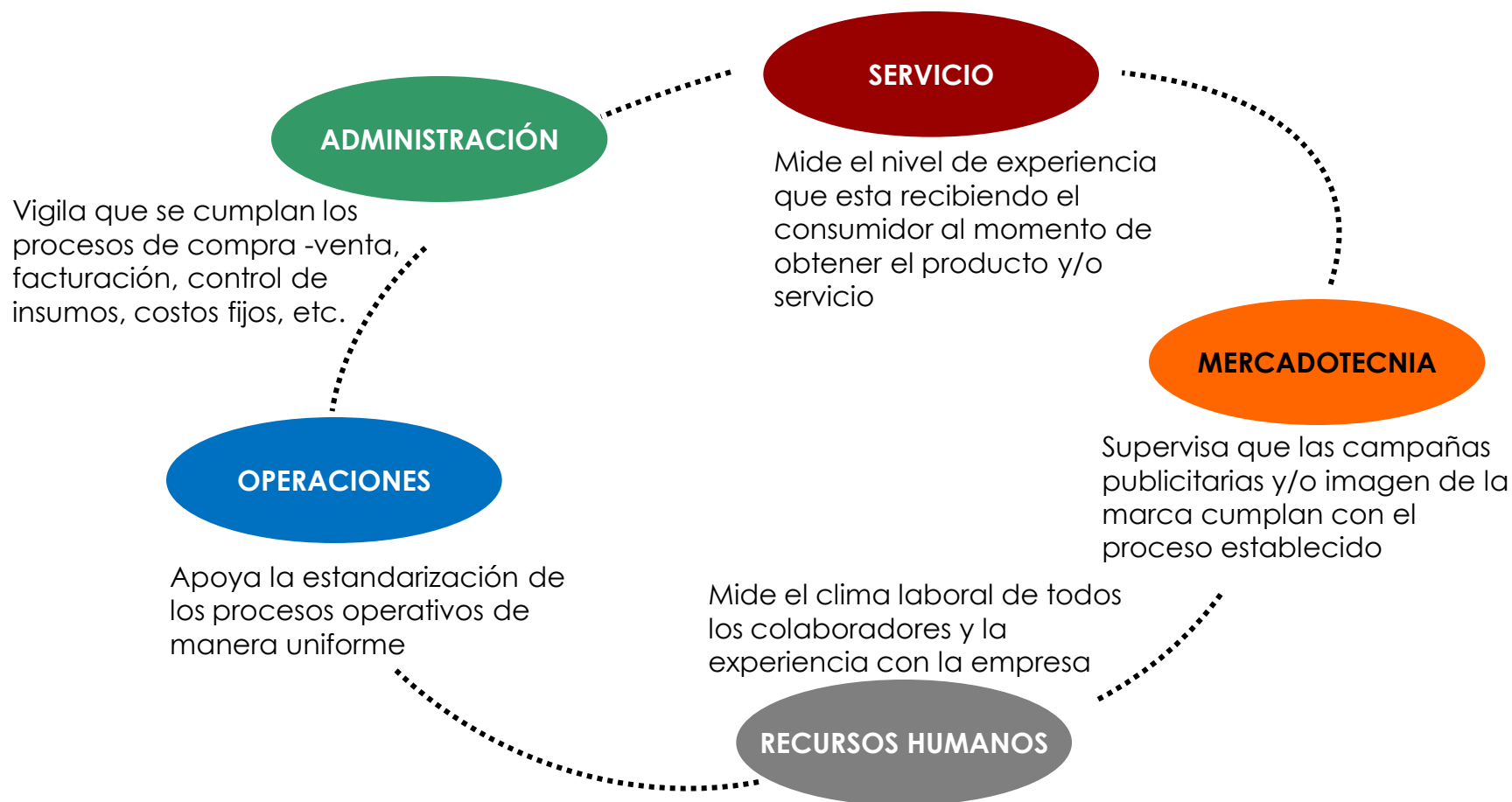
- ▶ Dentro de las herramientas de investigación para mejorar la calidad del servicio de su empresa, están los programas de clientes incógnitos o **mystery shopper**, los cuáles consisten en evaluaciones continuas de su negocio en todos los puntos de contacto con el cliente a través de investigadores que juegan el rol de cliente final.
- ▶ Estos programas no requieren altas inversiones de dinero y son relativamente bien conocidos, pero al mismo tiempo, poco populares, pues en reducidas ocasiones se aprovecha el gran potencial estratégico que poseen dentro de una organización.

# EXPERTISE (EXPERIENCIA)

- ▶ En **MORE Market & Opinion Research** hemos desarrollado un expertise que nos permite ayudarlo a que sus tiendas o sucursales sean exitosas, pues trabajamos integralmente las necesidades de negocio en base a los siguientes programas continuos:
  - ▶ **Auditoria de operaciones** (cumplimiento de estándares de operación que aseguran una entrega uniforme al cliente)
  - ▶ **Auditoria interna** (cumplimiento de estándares de administración, manejo de caja, depósitos, inventario)
  - ▶ **Auditoria de servicio** (cumplimiento de estándares de servicio mediante compradores misteriosos)
  - ▶ **Auditoria de distribución** (cumplimiento de estándares en la logística de distribución a sus tiendas)
  - ▶ **Auditoria de la competencia** (inteligencia competitiva, estándares de la competencia, precio, compras simuladas)

# EXPERTISE (EXPERIENCIA)

## PORTAFOLIO INTEGRAL



MORE MARKET & OPINION RESEARCH S.A. DE C.V.

Cuernavaca 117 Condesa 06140 México DF  
T: +52 55 10 54 15 88 F: +52 55 10 54 34 13  
clientes@more.com.mx

# EXPERTISE (EXPERIENCIA)

- ▶ Estamos auditando trimestralmente en más de 120 ciudades de la República Mexicana.
- ▶ Personal capacitado para auditar operaciones internas.
- ▶ En **México**, anualmente realizamos más de 13,000 evaluaciones en puntos de contacto con el cliente.
- ▶ Experiencia en Latinoamérica (11 países)
- ▶ Variedad de técnicas de levantamiento de información (auditoria con identificación; cliente incógnito)
- ▶ Tenemos una red de compradores incógnitos que se seleccionan de acuerdo a los perfiles y segmentos del cliente.



# OBJETIVOS

## ▶ FUNDAMENTAL

Contar con un mecanismo integral fehaciente que asegure **diferenciar positivamente** nuestro servicio de la competencia, esto aumenta las probabilidades de tener clientes leales y comprometidos con nuestra marca por más tiempo.

# BENEFICIOS

- ▶ LO QUE UN PROGRAMA INTEGRAL DE AUDITORÍA DE TIENDAS PUEDE HACER POR SU EMPRESA:
  - ▶ *Determinar qué acciones de su operación impactan positivamente en el valor de su marca y cuáles no.*
  - ▶ *Implementar un mecanismo de cambio, control y mantenimiento de la cultura de servicio de la empresa.*
  - ▶ *Asegurar que la operación del negocio cumpla las promesas de la marca. Comprobar cumplimiento de estándares de servicios en tiendas, call-centers, vendedores entre otros puntos de contacto con nuestro cliente.*

# BENEFICIOS

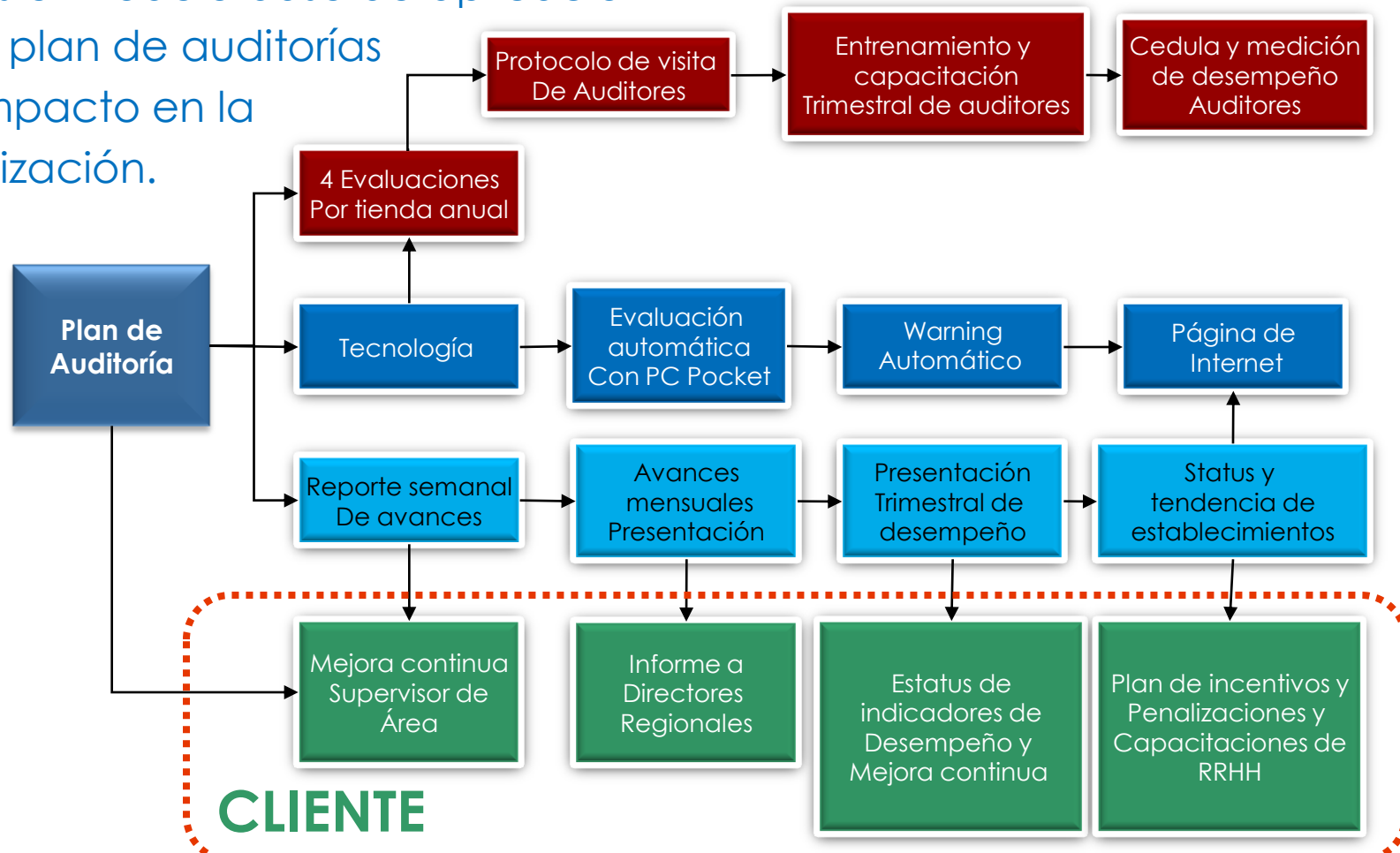
- ▶ *Detección de oportunidades para programas de capacitación del recurso humano.*
- ▶ *Conocer el funcionamiento de la empresa a fondo.*
- ▶ *Comparar el desempeño de nuestro servicio con el de nuestra competencia relevante.*
- ▶ *Auditar el cumplimiento de contratos por parte de terceros.*
- ▶ *Realizar evaluaciones comparativas de precios del mercado.*
- ▶ *Auditar cumplimiento de ofertas comerciales, promociones u otras actividades de marketing en el punto de venta.*

# PROGRAMA DE AUDITORÍAS

- ▶ Recomendamos implementar un programa que genere valor y que pueda ser usado como plataforma de gestión, cuyos ejes que lo conforman son:
  1. Evaluación
  2. Uso de tecnología
  3. Constante seguimiento

# PLAN DE AUDITORÍA

Este es el modelo base de aplicación de un plan de auditorías y su impacto en la organización.



# PROGRAMA DE AUDITORÍAS

## PASOS PARA LA APLICACIÓN:

1. Captura de evaluaciones en PC Pocket.
2. Se va a la pagina de internet y se genera una base de datos.
3. El usuario puede realizar consultas generales sobre las sucursales evaluadas, avances de campo, comparación entre sucursales y hasta descargar los reportes finales.
4. La reacción es inmediata para la toma de decisiones.
5. Finalmente, el administrador del sistema (MORE) controla los permisos de uso y asigna claves a los diferentes usuarios, administrando las bases de datos que se consultan.



# CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

- ▶ Evaluación integral y que agrega valor.
- ▶ Uso de la tecnología como eje principal de análisis.
- ▶ Hay un constante seguimiento para medir la evolución del proyecto.
- ▶ Esquema de trabajo sostenible basado en un planteamiento sistémico.
- ▶ Hay un ciclo de evaluación que permite un acercamiento personalizado donde el auditor cumple un rol de facilitador.
- ▶ Una rentabilidad consistente basado en un servicio o producto innovador y de calidad.

# SISTEMA DE APOYO

- ▶ Nuestra experiencia en el manejo de estudios en múltiples ciudades y países nos ha llevado a diseñar un sistema de captura de información en línea que nos permite por un lado monitorear la captura de la información, por otro supervisar la calidad de la información que se está capturando, y por último, tener los reportes en línea de las mediciones, lo que facilita la consulta de los datos.



# SISTEMA DE APOYO

Los clientes misteriosos acceden a una sección privada de la página **www.more-shopper.com** para registrarse de una forma ágil, transparente y amigable y luego capturar su experiencia.

¿Qué tipo de visitante eres? ¿Selecciona tu acceso directo?

**Bienvenido MORE Shopper**  
Ingresar a tu sesión de trabajo  
usuario   
clave   
entrar

**Bienvenida Empresa**  
Solicita, revisa o crea tu mismo un nuevo proyecto  
usuario   
clave   
entrar

**Administrador**  
Crea, evalúa o modifica proyectos  
usuario   
clave   
entrar

**MORE Shopper**  
Tu puedes ganar dinero mientras compras  
¡Entérate cómo!  
Conoce más sobre el programa MORE SHOPPER  
entra aquí  
Si quieres ser un MORE Shopper  
¡Regístrate ahora!

**evaluando los momentos de verdad**

El valor de las marcas se crea con los "momentos de verdad" en donde el consumidor se enfrenta con el servicio que presta una empresa. Estos momentos pueden ser mágicos o trágicos, por eso es necesario el llevar a cabo evaluaciones continuas del cumplimiento de estándares de servicio hacia consumidores finales.

MORE Shopper® es una metodología de compradores incógnitos que consiste en realizar evaluaciones continuas del cumplimiento de estándares de servicio a través de una acción específica de compra.

Todas aquellas empresas que tienen contacto hacia el consumidor final con diferentes unidades de servicio o puntos de venta, como por ejemplo: bancos, restaurantes, aerolíneas, tiendas de ropa o agencias automotrices, etc., fundamentan su éxito en este contacto continuo con el cliente, por lo que deberían evaluar en forma regular el nivel de calidad de estos "momentos de verdad".

MORE Shopper® es la metodología encargada de llevar a cabo este servicio y las empresas cliente podrán consultar en línea los resultados de su programa de evaluación. Recibirán notificaciones automáticas cuando en una de sus unidades no se esté cumpliendo algún estándar de servicio crítico.

# SISTEMA DE APOYO

Como es un sistema propietario de **MORE**, es muy flexible y amigable, y además se puede adaptar a las características particulares de cada programa de auditorías.

# SISTEMA DE APOYO

## ▶ ¿CUÁLES SON SUS FUNCIONALIDADES?

Con este sistema, los auditores:

- ▶ Entran a capturar sus evaluaciones
- ▶ Suben archivos de fotos, imágenes en general y audio

Los clientes pueden:

- ▶ Realizar consultas generales sobre las sucursales evaluadas
- ▶ Realizar consultas de avances de campo
- ▶ Hacer comparativos entre sucursales
- ▶ Descargar los reportes finales

Finalmente, el administrador del sistema:

- ▶ Controla los permisos de uso
- ▶ Asigna claves a los diferentes usuarios
- ▶ Administra las bases de datos que se consultan

# SISTEMA DE APOYO

## ► ¿CÓMO SE ENTRA AL SISTEMA?

**MORE** provee a cada cliente un acceso seguro y privado a través de la página **www.more-shopper.com**, el cual queda disponible una vez se empieza un proyecto.



La calidad no es un accidente.  
Es el resultado de un esfuerzo  
de la inteligencia

NUMERO DE CLIENTE

# RECOMENDACIONES

- ▶ Considere las quejas de sus clientes como bendiciones: éstas le dan la oportunidad de mejorar los aspectos que no están funcionando. Conocer la opinión de clientes reales está muy bien, sin embargo, prevéngase utilizando clientes reales especialmente entrenados para detectar las oportunidades en su negocio antes que sus verdaderos clientes, así estos últimos lo premiarán con su lealtad.
- ▶ En línea con lo anterior, es recomendable combinar programas de clientes incógnitos con estudios de satisfacción o de expectativas de su servicio o producto aplicados a clientes reales, pues ello le permitirá conocer las diferencias que existen entre lo que espera su cliente y lo que está recibiendo en la práctica, esta brecha o gap en la opinión de los clientes, le permitirá priorizar las acciones de mejora del servicio ofrecido.

# RECOMENDACIONES

- ▶ Aún más, es recomendable que implemente – con menor periodicidad – programas para conocer la opinión de sus empleados sobre el servicio que están brindando a sus clientes. ¿Qué creen sus empleados que están recibiendo sus clientes? La opinión de sus empleados le permitirá determinar la brecha con lo realmente recibido, con lo que podrá priorizar la comunicación interna y capacitar mejor a su plana.
- ▶ Por ello, cuando implemente el uso de programas de medición con clientes incógnitos, implemente además mecanismos internos de capacitación para reforzar aquellas áreas que necesitan una mejor atención al cliente o el desarrollo de habilidades especiales en su personal acorde a su negocio.

# RECOMENDACIONES

- ▶ Considere además programas de incentivos, bonos o recompensas para aquellos equipos que cumplen por encima del estándar. Recuerde que los programas de clientes incógnitos son sólo la primera fase de todo un proceso en su empresa para lograr fortalecer el lazo con sus clientes.
- ▶ Por último, utilice herramientas online para obtener al momento las áreas que amenazan la pérdida de clientes, lo cual le permitirá también tomar acciones correctivas a tiempo y no se estará lamentando si el churn aumenta... ¡toda una bendición!

# MUCHAS GRACIAS

## ¿PREGUNTAS?

Diciembre 2009

Este documento es propiedad intelectual de **MORE, Market & Opinion Research**, por lo que cualquier tema relacionado con su contenido, es de uso confidencial y se considera ilegal, que este documento sea accedido por otros proveedores competencia directa de **MORE Market & Opinion Research**.