

ANÁLISIS DE EXPERIENCIA DE CONSUMO

MYSTERY USER



MYSTERY USER

Técnica de investigación de mercados que analiza la **experiencia real del usuario** en todo el proceso de compra o utilización de un servicio.

Esta técnica consiste en **infiltrar un especialista** como usuario sin ser identificado como Mystery User. De esta forma podemos valorar la sensación real de un cliente y ser crítico en cada uno de los pasos a realizar.

Los puntos a valorar pueden ir desde los más generales a aspectos específicos de cada empresa o centro de trabajo.



Mystery
Presencial



Mystery
Call Center



Mystery
Servicios Online



Análisis perdida
de oportunidad

BUSCAR LA EXCELENCIA

- Uno de los aspectos que más preocupa en cualquier negocio es el de la atención al cliente. Vivimos en un momento donde la **competencia aprieta** y los detalles son los que **fidelizarán al cliente** o por el contrario pueden acarrear una fuerte crítica con gran repercusión a través de las redes sociales.
- La **mejor manera** de saber cómo se siente un cliente es vivir todo el proceso como tal, ponerse en su piel.



Mystery User ofrece más ventajas al elaborar informes con el valor añadido de aspectos de mejora, sensaciones y sugerencias.

MÉTODOS TRADICIONALES



Los métodos actuales y tradicionales a través de **encuestas son limitados** en su forma y basan los resultados en el estado de ánimo del cliente y su voluntad por invertir el tiempo para escribir.



Además, las encuestas son respuestas en su amplia mayoría cuando ha existido una **situación extrema en el servicio**. Sobre todo si la atención o ejecución ha sido percibida como negativa por el cliente.

SISTEMA MYSTERY USER



El Mystery User basa su efectividad en una **ejecución del proceso de servicio real**, infiltrando una persona formada especialmente para valorar cada punto.



Podemos valorar el servicio prestado en su globalidad incluyendo sobre la marcha posibles **eventualidades o nuevos ítems** que creamos interesantes.

BENEFICIOS MYSTERY USER



Visión real del servicio que ofrece la empresa cliente



Estudio de los tiempos de espera y las sensaciones



Descubrir puntos negros en el proceso de realización de servicio o compra



Expectativas Vs Realidad



Penetración en los empleados de las directrices de la empresa, tanto en el servicio como aspectos comerciales



A diferencia de las encuestas, el Mystery User proporciona una visión real, global y no condicionada.

MEJORA DEL NEGOCIO

El éxito empresarial es el objetivo de cualquier empresa

Se trata de conseguir un negocio solvente, que crezca día a día, ampliando su facturación anual, ampliando la plantilla y en definitiva, aportando beneficios.

¿La empresa tiene una estrategia bien estudiada?
¿qué quiere conseguir?
¿cuáles son sus objetivos?

Es de vital importancia que se tenga un enfoque claro para conseguir el éxito en aquello que la compañía se propone.

Los trabajadores en una empresa, deben conocer este plan para que todos remen conjuntamente con el mismo propósito.

Esto hará crecer la empresa.



MysteryUser puede aportar valoraciones exhaustivas sobre el compromiso de los trabajadores y sus necesidades

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes

PRIMER BENEFICIO

El cliente satisfecho, por lo general, vuelve



la empresa obtiene como beneficio su lealtad

SEGUNDO BENEFICIO

El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas



la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

TERCER BENEFICIO

El cliente satisfecho deja de lado a la competencia



la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar en el mercado.



MysteryUser medirá el grado de satisfacción en un sentido real que tenga el usuario

ALGUNOS ASPECTOS ANALIZABLES



RECURSOS HUMANOS

Sirve para poner a prueba a nuestra plantilla y descubrir defectos de servicio.



ATENCIÓN AL CLIENTE

Valorar objetivamente la atención al cliente prestada por una empresa: si el trabajador sonríe, saluda de forma educada, viste con el uniforme adecuado, está identificado en caso de ser obligatorio, explica las ofertas o promociones, etcétera.



PROCEDIMENTAL

Descubrir si los procesos de realización de un servicio son los correctos.



BENCHMARKETING

Vivir la experiencia como cliente de otras empresas de nuestro sector (estudio de la competencia).



DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTO/SERVICIO

Estudio de la venta de nuestro producto servicio en distribuidores ajenos a nuestra empresa, franquicia o colaborador.



RECOMENDACIONES

Comprobación de la puesta en práctica de las directrices de la empresa.