

# Proyecto Mystery Shopper



ALTO  
RENDIMIENTO  
EMPRESARIAL

## SECTOR RELOJERÍA



# ANTECEDENTES

## Situación de las ventas

- Las ventas de nuestras marcas han disminuido en comparación con el año pasado.
- → Hemos decidido crear una estrategia para aumentar el “sell in” que son las ventas de relojes a las tiendas y el “sell out” para el consumidor final.

## Situación en las tiendas

- El vendedor es un gran prescriptor a la hora de vender un reloj ya que el comprador, muchas veces, se deja aconsejar y guiar por el mismo. Tiene un poder de persuasión muy grande, sobre todo para productos “caros” y “técnicos” como relojes. Por este motivo, es tan importante premiar al vendedor que aconseja relojes de nuestras marcas.
- → El vendedor debe estar motivado para aconsejar siempre nuestras marcas.
- Es importante también subrayar que la mayoría de las tiendas son de tipo negocio familiar, el vendedor es en general alguien del entorno del propietario.

# OBJETIVOS



- Conseguir que los vendedores de las joyerías recomienden nuestras marcas a los compradores.
- ¿Cómo? Premiar al vendedor por recomendar siempre nuestros productos a través del Mystery Shopper

# OBJETIVOS (Sugerido)



- Despertar expectativas entre los vendedores de tienda
- Detectar Best Practices en las tiendas que “tiran mas”
- Audit de las tiendas:
  - Exposición
  - Merchandising
  - Proceso de ventas
- Feedback para planificación estratégica
  - Para incrementar la efectividad del vendedores de tienda
  - Marketing
  - Formación
  - Mejora del proceso de venta
  - Desarrollo de material de soporte



# Desarrollo mystery shopper

- Selección tiendas (definición criterios) por ejemplo:
  - El que menos vende (en su zona)
  - El que mas vende (en su zona)
  - Por posición geográfica
  - Por objetivos de ventas
  - Etc.....
- Selección Mystery Shoppers
- Formación Mystery Shoppers
- Definición de proceso de evaluación.
- Inicio mystery shopper (comunicación)
- Conclusión y análisis de los resultados

# Evaluación del mystery shopper



- Tiendas (definición criterios) por ejemplo: (hasta 35 pts)
  - Escaparate
  - Mostrador
  - Vitrinas internas
  - Merchandising
  - Visibilidad productos
  - Colocación productos (a lado de que otras marcas/productos)
- Vendedor: (hasta 50 puntos)
  - Ofrece nuestra marca como 1ª opción
  - Ofrece nuestra marca como 2ª opción
  - Ofrece nuestra marca después de un sondeo de necesidades y deseos
  - Ofrece nuestra marca en comparación con .....
  - NO ofrece nuestra marca a menos que no se le pida expresamente
- Proceso de ventas (hasta 15 pts)
  - Argumentación
  - Sondeo
  - Empatía
  - Técnica de ventas
  - Transmisión de confianza

# Premiación mystery shopper



- Catálogo regalos para todos (asociados a los puntos conseguidos)
- Sorteo de primer premio para n. dealer (entre los primeros)
- Sorteo de segundo premio para n dealer (entre los segundos)
- Sorteo de tercer premio para n dealer (entre los terceros)



# Proceso

