CLIENTE INFILTRADO

Cliente misterioso · Producto y opinión · Trabajo de campo

Ejemplo con datos ficticios para enseñar el formato del informe

Empresa, local, horas y hechos inventados. No se ha realizado ninguna visita real.

INFORME DE VISITA SECRETA

De la consulta al presupuesto

Visita a una tienda de muebles y seguimiento del presupuesto

EMPRESA	**Empresa de ejemplo**
LOCAL	**Local A**
ACTUACIÓN	**Visita secreta con seguimiento**
OBSERVACIÓN	**Día 1, 11:20 a día 2, 19:00**
REFERENCIA	**Informe EJ-01 · versión de ejemplo**

59 / 100

Puntuación global de la visita

Se observa el servicio, no se juzga a personas.

Sin fotos ni grabaciones de personas.

Documento confidencial para la dirección.

Recurso creado por Cliente Infiltrado · https://clienteinfiltrado.es · Libre para usar citando la fuente con enlace

1 · RESUMEN PARA DIRECCIÓN

Una atención cercana necesita una propuesta igual de clara

La visita empieza bien: la atención llega en un minuto, se pregunta por la necesidad y se explican dos alternativas. El punto débil aparece al cerrar: el presupuesto llega después de la hora anunciada y deja sin precio la entrega y el montaje, que eran parte de la petición.

Con lo observado, la prioridad es ordenar el presupuesto y el seguimiento para que el cliente pueda decidir sin volver a preguntar.

59	1 min	35 min	2
de 100 puntos	hasta la primera atención	de retraso sobre la hora anunciada	conceptos pedidos sin precio

Lo que se pretendía comprobar

Si una consulta de mobiliario para un salón termina en una propuesta comprensible, con todos los costes definidos y un siguiente paso claro.

Las tres decisiones que proponemos

Prioridad	Qué cambiar	Bloque
1	Incluir entrega y montaje en todos los presupuestos, o decir qué dato falta y cuándo llegará.	Propuesta
2	Cumplir la hora de envío anunciada o avisar antes de que venza.	Seguimiento
3	Preguntar por el acceso a la vivienda cuando afecte a la entrega.	Necesidades

Alcance. Esta conclusión se limita a una visita y su seguimiento. Una sola visita no describe el funcionamiento habitual de toda la empresa ni sirve para valorar a una persona: describe lo que vivió un cliente concreto en un momento concreto.

clienteinfiltrado.es

Recurso creado por Cliente Infiltrado · https://clienteinfiltrado.es · Libre para usar citando la fuente con enlace

2 · PUNTUACIÓN POR BLOQUES

Dónde suma y dónde resta la visita

Cada bloque tiene criterios de sí o no, acordados antes de la visita. La nota del bloque sale de los criterios cumplidos y del detalle observado. Los bloques de propuesta y seguimiento pesan más porque son los que deciden si el cliente puede comprar.

Bloque	Qué se mira	Criterios	Nota
Acogida	Saludo, tiempo de espera, disponibilidad	3 de 3	**9** / 10
Detección de necesidades	Medidas, estilo, presupuesto, fecha, acceso	4 de 5	**7** / 10
Presentación de opciones	Alternativas, explicación, diferencias	3 de 3	**8** / 10
Recogida de datos y cierre	Contacto confirmado, compromiso de envío	2 de 2	**8** / 10
Propuesta recibida	Referencias, importes, costes completos	2 de 4	**5** / 10
Seguimiento	Hora cumplida, aviso previo, siguiente paso	1 de 3	**4** / 10
Puntuación global	Media ponderada de los seis bloques	15 de 20	**59 / 100**

Escala: 8 a 10, práctica sólida · 6 a 7, correcta con margen · 0 a 5, prioridad de mejora.

Ponderación

Bloque	Peso en la nota global
Acogida, necesidades, opciones y cierre	10 % cada uno (40 % en total)
Propuesta recibida y seguimiento	30 % cada uno (60 % en total)

Cálculo: (9 + 7 + 8 + 8) × 10 % + (5 + 4) × 30 % = 5,9 sobre 10, es decir, 59 sobre 100.

> **Cómo leer la nota.** La puntuación sirve para comparar la misma tienda en rondas sucesivas o varios locales con el mismo guion. No es una nota a una persona: mide lo que el cliente recibe.

clienteinfiltrado.es

Recurso creado por Cliente Infiltrado · https://clienteinfiltrado.es · Libre para usar citando la fuente con enlace

3 · HECHOS OBSERVADOS

El recorrido, minuto a minuto

Solo hechos comprobables, en el orden en que pasaron. Las valoraciones van en los apartados siguientes.

Hora	Hecho observado	Registro
Día 1 · 11:20	Entrada en el local y consulta sobre mobiliario para un salón.	E01
Día 1 · 11:21	Se reconoce la presencia del cliente y empieza la atención.	E01
Día 1 · 11:25 a 11:35	Se pregunta por medidas aproximadas, estilo, presupuesto disponible y fecha deseada. Se explican dos alternativas. No se pregunta por el acceso a la vivienda ni se concreta el coste de entrega y montaje.	E01
Día 1 · 11:38	Se recoge el correo electrónico y se repite para comprobarlo. Se anuncia el presupuesto antes de las 18:00 del día siguiente.	E01
Día 1 · 11:42	Fin de la visita.	E01
Día 2 · 18:10	Sin propuesta recibida, el cliente llama. Le dicen que el presupuesto sigue en preparación y que lo recibirá ese día.	E02
Día 2 · 18:35	Llega el presupuesto con referencias e importes del mobiliario. Entrega y montaje figuran como pendientes. No se propone fecha para resolverlos.	E03
Día 2 · 19:00	Cierre de la observación. No se revisan comunicaciones posteriores.	E03

Registros de la visita

Registro	Qué contiene
E01 · notas de la visita	Secuencia de atención, preguntas formuladas, alternativas y compromiso de envío. En este ejemplo es una simulación escrita.
E02 · notas de la llamada	Hora, motivo del contacto y nueva expectativa de envío. Sin grabación.
E03 · revisión del presupuesto	Hora de recepción y comprobación de referencias, importes y conceptos pendientes.

clienteinfiltrado.es

Recurso creado por Cliente Infiltrado · https://clienteinfiltrado.es · Libre para usar citando la fuente con enlace

4 · LO QUE FUNCIONA

Prácticas que conviene mantener

Los aciertos también forman parte del diagnóstico: son lo que hay que proteger al cambiar el resto.

Acogida atenta

La atención empieza un minuto después de entrar. El cliente nota enseguida que hay alguien disponible.

Alternativas explicadas

Se exploran cuatro aspectos de la necesidad y se presentan dos opciones. El cliente tiene base para comparar.

Contacto confirmado

El correo se repite antes de terminar. Evita errores de envío.

5 · PRIORIDADES DE MEJORA

Del hecho a la acción

PRIORIDAD 1 · CERRAR EL CONTENIDO DEL PRESUPUESTO	
Observado	La petición incluía entrega y montaje; ambos quedan pendientes en la propuesta (E01, E03).
Posible efecto	El cliente no puede comparar el coste completo ni decidir con la información que pidió.
Acción propuesta	Añadir entrega y montaje a la plantilla. Si falta un dato, decir cuál, quién lo recoge y cuándo llega la propuesta completa.
Cómo comprobarlo	En la siguiente visita, el presupuesto trae esos conceptos o explica lo pendiente con una fecha acordada.
Rol propuesto	Responsable comercial

PRIORIDAD 2 · CUMPLIR O ACTUALIZAR LA HORA DE ENVÍO	
Observado	Se anuncia antes de las 18:00; llega a las 18:35, después de que el cliente llame a las 18:10 (E01 a E03).
Posible efecto	El cliente tiene que dedicar otro contacto a saber cómo va su petición.
Acción propuesta	Apuntar cada compromiso con responsable y hora. Revisar los pendientes y avisar antes del vencimiento si cambia.
Cómo comprobarlo	La propuesta llega a la hora dicha o el cliente recibe un aviso antes.
Rol propuesto	Responsable de seguimiento

PRIORIDAD 3 · COMPLETAR LA INFORMACIÓN PARA ENTREGAR	
Observado	Se pregunta por medidas, estilo, presupuesto y fecha, pero no por el acceso a la vivienda (E01).
Posible efecto	Podrían surgir cambios si el acceso afecta a la entrega. En este caso no se ha llegado a comprobar.
Acción propuesta	Añadir al guion las condiciones de acceso y montaje. Cerrar la conversación resumiendo lo confirmado y lo pendiente.
Cómo comprobarlo	En la siguiente visita se pregunta por el acceso o se acuerda cómo obtener ese dato.
Rol propuesto	Responsable comercial y entregas

Recurso creado por Cliente Infiltrado · https://clienteinfiltrado.es · Libre para usar citando la fuente con enlace

ANEXO · METODOLOGÍA

Cómo se hizo la visita

Punto	Cómo se trabaja
Objetivo	Se acuerda con la empresa antes de empezar: qué se quiere saber y qué decisión ayudará a tomar el informe.
Guion y escenario	Una consulta realista y repetible: mismo motivo de visita, mismas preguntas y mismo nivel de interés en cada ronda o local.
Criterios	Lista cerrada de criterios de sí o no por bloque, con su peso, aprobada antes de la visita.
Evaluador	Persona de nuestro equipo, preparada con el guion.
Registro	Notas con hora tomadas justo después de cada contacto. Sin fotos ni grabaciones de personas.
Valoración	Cada nota se apoya en un hecho registrado. Lo que no se ha podido comprobar se dice como tal.
Protección de datos	Se observa el servicio, no se juzga a personas. El informe no recoge nombres ni rasgos de quien atiende.

Límites de este informe

• Describe una visita y su seguimiento; no el funcionamiento habitual de toda la empresa.

• No mide ventas ni resultados: muestra qué vivió el cliente y qué se puede cambiar.

• Para comprobar si un cambio se mantiene, hacen falta nuevas visitas en días distintos con el mismo guion.

Una siguiente fase posible

Fase	Qué incluye
Acordar	Revisar los hallazgos con la empresa y asignar un responsable a cada cambio.
Aplicar	Actualizar la plantilla de presupuesto, el registro de compromisos y el guion de necesidades.
Comprobar	Nuevas visitas con el mismo guion, si la empresa lo aprueba. El calendario lo fija la propuesta antes de empezar.

Este documento es un ejemplo con datos ficticios. El formato, los criterios y la profundidad del informe se adaptan a cada encargo. Cuéntanos tu proyecto por WhatsApp en el 620 00 11 66 o en clienteinfiltrado.es/contacto.

Recurso creado por Cliente Infiltrado · https://clienteinfiltrado.es · Libre para usar citando la fuente con enlace