CLIENTE INFILTRADO

Cliente misterioso · Producto y opinión · Trabajo de campo

CASO FICTICIO · ejemplo de formato

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

INFORME DE CLIENTE MISTERIOSO

De la reserva a la cuenta

Reserva por teléfono y cena con consumo en un restaurante

clienteinfiltrado.es

EMPRESA	**Restaurante de ejemplo**
LOCAL	**Local A**
ACTUACIÓN	**Compra secreta (cena con consumo)**
OBSERVACIÓN	**Día 1, 17:05 a día 2, 22:47**
REFERENCIA	**Informe EJ-02 · versión de ejemplo**

66 / 100

Puntuación global (caso ficticio)

Se observa el servicio, no se juzga a personas.

Sin fotos ni grabaciones de personas.

Documento confidencial para la dirección.

1 · RESUMEN PARA DIRECCIÓN

La sala recibe bien; la cocina y la carta marcan el ritmo

La reserva se atiende rápido y la llegada es impecable: mesa lista y saludo en menos de un minuto. La experiencia se resiente en la mesa: la información de alérgenos solo aparece al preguntar, nadie sugiere bebida, plato del día ni postre, y entre entrantes y principales pasan 27 minutos sin aviso.

La prioridad es ordenar el ritmo de cocina y dar a la sala dos frases fijas: alérgenos y sugerencia.

66	< 1 min	27 min	8 min
de 100 puntos	hasta el saludo en la puerta	entre retirar entrantes y servir principales	para confirmar un alérgeno

Lo que se pretendía comprobar

Si una reserva para dos termina en una cena con información clara, ritmo cómodo y una cuenta sin sorpresas, y si la sala aprovecha los momentos de sugerir.

Las tres decisiones que proponemos

Prioridad	Qué cambiar	Bloque
1	Ofrecer la información de alérgenos por escrito al entregar la carta.	Carta y alérgenos
2	Avisar en mesa si entre platos se van a superar 15 minutos.	Ritmo del servicio
3	Sugerir bebida o plato del día al tomar nota, y postre o café al retirar.	Venta sugerida

Alcance. Esta conclusión se limita a lo observado en este caso. 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.

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

Cada bloque tiene criterios de sí o no, acordados antes de empezar. La nota del bloque sale de los criterios cumplidos y del detalle observado. Carta, ritmo y cuenta pesan más porque son lo que el cliente recuerda al pagar y al volver a reservar.

Bloque	Qué se mira	Criterios	Peso	Nota
Reserva por teléfono	Respuesta, datos confirmados, alergias u ocasión	3 de 4	10 %	**8** / 10
Llegada y acogida	Saludo, reserva localizada, mesa lista	3 de 3	15 %	**9** / 10
Carta y alérgenos	Carta a tiempo, alérgenos ofrecidos, respuesta segura	2 de 3	20 %	**6** / 10
Venta sugerida	Bebida o plato del día, postre o café	0 de 2	10 %	**3** / 10
Ritmo del servicio	Entrantes, tiempo entre platos, aviso de retraso	1 de 3	20 %	**5** / 10
Cuenta y cobro	Tiempo de cuenta, importe, ticket desglosado	2 de 3	15 %	**7** / 10
Instalaciones y despedida	Aseos, despedida	2 de 2	10 %	**9** / 10
Puntuación global	Media ponderada de los 7 bloques	13 de 20	100 %	**66 / 100**

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

Cálculo: 8 × 10 % + 9 × 15 % + 6 × 20 % + 3 × 10 % + 5 × 20 % + 7 × 15 % + 9 × 10 % = 6,6 sobre 10, es decir, 66 sobre 100.

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

3 · LO QUE FUNCIONA

Prácticas que conviene mantener

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

Llegada impecable

Saludo en menos de un minuto, reserva localizada y mesa lista. El cliente se siente esperado.

Respuesta segura

Ante la duda del gluten se consulta en cocina en lugar de improvisar. Es la respuesta correcta.

Cuenta clara

El importe coincide con la carta y el ticket va desglosado. No hay sorpresas al pagar.

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

4 · HECHOS OBSERVADOS

El recorrido, paso a paso

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

Hora	Hecho observado	Registro
Día 1 · 17:05	Llamada para reservar mesa para dos el día 2 a las 21:00. Contestan al cuarto tono.	E01
Día 1 · 17:06	Confirman día, hora y personas, y piden nombre y teléfono. No preguntan por alergias ni por la ocasión.	E01 · F1
Día 2 · 20:58	Llegada. Saludo en la puerta en menos de un minuto; la reserva está localizada y la mesa lista.	E02
Día 2 · 21:03	Carta y agua en la mesa, 3 minutos después de sentarse. No se menciona la información de alérgenos.	E02
Día 2 · 21:06	Se pregunta si un plato lleva gluten. Lo consultan en cocina y lo confirman a las 21:14.	E02 · F2
Día 2 · 21:15	Toman nota de dos entrantes y dos principales. No se sugiere bebida ni plato del día.	E02
Día 2 · 21:31	Llegan los entrantes, 16 minutos después de la comanda. Se retiran a las 21:42.	E02
Día 2 · 22:02	Sin principales, el cliente pregunta. Responden que la cocina va cargada.	E02 · F3
Día 2 · 22:09	Llegan los principales, 27 minutos después de retirar los entrantes.	E02
Día 2 · 22:20	Retiran los platos. No se ofrece postre ni café. Aseos revisados: limpios y con jabón y papel.	E02
Día 2 · 22:31 a 22:43	Se pide la cuenta y llega a los 12 minutos. El importe coincide con la carta y el ticket va desglosado.	E03
Día 2 · 22:47	Despedida en la puerta. Fin de la observación.	E02 · F4

5 · EVIDENCIAS

Lo que se dijo, tal cual

Las frases se anotan tal cual justo después de cada contacto. En este documento son inventadas y verosímiles, solo para enseñar el formato.

Ref.	Momento	Frase literal (inventada para este ejemplo)
F1	Llamada de reserva	*«Perfecto, pues mesa para dos el jueves a las nueve. ¡Hasta el jueves!»*
F2	Consulta sobre gluten	*«Creo que no lleva, pero te lo pregunto en cocina para no liarla.»*
F3	Pregunta por los principales	*«Ahora mismo salen, es que la cocina va un poco cargada.»*
F4	Despedida	*«Gracias por venir, que tengáis buena noche.»*

clienteinfiltrado.es

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

6 · PRIORIDADES DE MEJORA

Del hecho a la acción

PRIORIDAD 1 · ALÉRGENOS SIN TENER QUE PREGUNTAR	
Observado	La carta llega a las 21:03 sin mención a alérgenos; la confirmación de un plato tarda 8 minutos (E02, F2).
Posible efecto	Un cliente con alergia espera o decide con dudas; otro puede no atreverse a preguntar.
Acción propuesta	Entregar la información de alérgenos por escrito junto a la carta, con una frase fija de la sala al entregarla.
Cómo comprobarlo	En la siguiente visita la información llega con la carta, sin pedirla.
Rol propuesto	Responsable de sala

PRIORIDAD 2 · RITMO ENTRE PLATOS	
Observado	27 minutos entre retirar entrantes y servir principales; el aviso llega solo cuando pregunta el cliente (E02, F3).
Posible efecto	La espera se vive más larga cuando nadie la explica, y deja sin tiempo la sobremesa.
Acción propuesta	Marcar en cocina los principales al retirar entrantes y avisar en mesa si se van a superar 15 minutos.
Cómo comprobarlo	Tiempo entre platos de 15 minutos o menos, o aviso antes de que el cliente pregunte.
Rol propuesto	Jefe de cocina y responsable de sala

PRIORIDAD 3 · SUGERIR EN LOS DOS MOMENTOS CLAVE	
Observado	No se sugiere bebida ni plato del día al tomar nota, ni postre o café al retirar (E02).
Posible efecto	Se pierde la ocasión de mejorar la experiencia y el ticket medio sin esfuerzo para el cliente.
Acción propuesta	Dos frases de guion: una sugerencia al tomar nota y la oferta de postre o café al retirar los platos.
Cómo comprobarlo	En la siguiente visita aparecen las dos sugerencias.
Rol propuesto	Responsable de sala

PRIORIDAD 4 · RESERVA CON DOS PREGUNTAS MÁS	
Observado	Al reservar no se pregunta por alergias ni por la ocasión (E01, F1).
Posible efecto	La cocina y la sala no pueden preparar nada antes de que llegue el cliente.
Acción propuesta	Añadir «¿alguna alergia o celebración?» al guion de reserva y anotarlo en la ficha.
Cómo comprobarlo	En la siguiente llamada de reserva se hacen ambas preguntas.
Rol propuesto	Quien atiende el teléfono

clienteinfiltrado.es

ANEXO · METODOLOGÍA

Cómo se hizo

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	Reserva por teléfono y cena para dos con consumo normal de carta, el mismo día de la semana y a la misma hora en cada ronda.
Criterios	Lista cerrada de criterios de sí o no por bloque, con su peso, aprobada antes de empezar.
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.
Consumo	El evaluador paga la cena como cualquier cliente y guarda el ticket. No se valora la receta ni el gusto de los platos, solo el servicio.
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.

Registros del caso

Registro	Qué contiene
E01	Notas de la llamada de reserva: hora, tonos, datos pedidos.
E02	Notas de la visita con hora de cada momento del servicio.
E03	Comprobación del ticket con la carta: importes y desglose.

Límites de este informe

• Describe un caso 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 observaciones en días distintos con el mismo guion. El calendario lo fija la propuesta antes de empezar.

> **Este documento es un caso ficticio para enseñar el formato.** El formato, los criterios y la profundidad se adaptan a cada encargo. **Visita secreta: 190 € + IVA. Si la visita incluye consumo, compra secreta: 229 € + IVA + el importe de la compra.** Cuéntanos tu proyecto por WhatsApp en el 620 00 11 66 o en clienteinfiltrado.es/contacto.

clienteinfiltrado.es