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

Tres canales, una sola respuesta

Llamada secreta y auditoría remota de web, WhatsApp y formulario de una academia

clienteinfiltrado.es

EMPRESA	**Academia de ejemplo**
CANALES	**Web, formulario, WhatsApp y teléfono**
ACTUACIÓN	**Llamada secreta y auditoría remota**
OBSERVACIÓN	**Día 1, 09:40 a día 4, 09:52**
REFERENCIA	**Informe EJ-05 · versión de ejemplo**

59 / 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

El teléfono vende; el WhatsApp y el formulario se pierden

La llamada es la mejor parte: identifican la academia, preguntan nivel, objetivo y horario, dan precio y proponen una prueba de nivel con fecha. Los canales escritos no están a la altura: el WhatsApp tarda más de tres horas y responde con «mejor te llamamos», y el formulario no tiene respuesta en tres días.

Además, la web dice «matrícula incluida» y por teléfono la matrícula va aparte. La prioridad es que los tres canales den la misma respuesta, igual de rápida.

59	3 h 10 min	9 min	0
de 100 puntos	hasta la primera respuesta por WhatsApp	de llamada, con precio y siguiente paso	respuestas al formulario en tres días

Lo que se pretendía comprobar

Si una persona que pide información por web, WhatsApp o teléfono recibe, por cualquiera de los tres, una respuesta rápida con precio, horario y un siguiente paso, y si los tres dicen lo mismo.

Las tres decisiones que proponemos

Prioridad	Qué cambiar	Bloque
1	Asignar el buzón del formulario a una persona y revisarlo cada día.	Formulario web
2	Contestar por WhatsApp con precio, horario y una pregunta, sin desviar a llamada.	WhatsApp
3	Unificar en web y teléfono si la matrícula está incluida.	Coherencia entre canales

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. WhatsApp y teléfono pesan más porque son por donde llega la mayoría de las consultas en este escenario.

Bloque	Qué se mira	Criterios	Peso	Nota
Web en el móvil	Precio visible, horarios, contacto que funciona	3 de 3	15 %	**9** / 10
WhatsApp	Primera respuesta, tiempo de persona, respuesta útil	1 de 3	25 %	**4** / 10
Llamada secreta	Respuesta, identificación, necesidades, precio, siguiente paso	5 de 5	25 %	**9** / 10
Formulario web	Acuse de recibo, respuesta de persona	1 de 2	15 %	**2** / 10
Coherencia entre canales	Mismo precio y mismas condiciones	1 de 2	20 %	**5** / 10
Puntuación global	Media ponderada de los 5 bloques	11 de 15	100 %	**59 / 100**

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

Cálculo: 9 × 15 % + 4 × 25 % + 9 × 25 % + 2 × 15 % + 5 × 20 % = 5,9 sobre 10, es decir, 59 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.

Llamada de manual

Identifican la academia, preguntan antes de ofrecer, dan precio y cierran con una fecha concreta.

Web clara en el móvil

Precios por curso y horarios a la vista, y el botón de WhatsApp abre la conversación.

Acuses inmediatos

Formulario y WhatsApp confirman al momento que el mensaje ha llegado.

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 · 09:40	Revisión de la web en el móvil: precios por curso con «matrícula incluida», horarios y botón de WhatsApp que funciona.	E01
Día 1 · 09:52	Se envía el formulario de la web pidiendo información de un curso de inglés de nivel intermedio por la tarde. Llega el acuse automático al momento.	E02
Día 1 · 10:05	Mensaje por WhatsApp preguntando precio y horario. Respuesta automática inmediata.	E03 · F1
Día 1 · 13:15	Primera respuesta de una persona por WhatsApp, 3 h 10 min después. No da precio ni horario y propone llamar.	E03 · F2
Día 2 · 17:20	Llamada secreta. Contestan al tercer tono diciendo el nombre de la academia.	E04
Día 2 · 17:21 a 17:26	Preguntan nivel, objetivo y horario. Explican grupos, precio mensual y que la matrícula se paga aparte.	E04 · F3
Día 2 · 17:27 a 17:29	Proponen una prueba de nivel con día y hora, y piden un correo para confirmarla. Llamada de 9 minutos.	E04 · F4
Día 4 · 09:52	El formulario del día 1 sigue sin respuesta de una persona. Fin de la observación.	E02

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	WhatsApp, respuesta automática	*«¡Gracias por escribirnos! Te respondemos en breve.»*
F2	WhatsApp, primera respuesta de persona	*«¡Hola! Mejor te llamamos y te lo explicamos todo, ¿a qué hora te va bien?»*
F3	Llamada, precio	*«La matrícula va aparte, es un pago único al empezar el curso.»*
F4	Llamada, cierre	*«Te reservo la prueba de nivel el jueves a las seis y te lo confirmo por correo.»*

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 · FORMULARIO CON DUEÑO	
Observado	El formulario se envía el día 1 y el día 4 sigue sin respuesta, pese al acuse automático (E02).
Posible efecto	Quien escribe por la web cree que le van a contestar y acaba preguntando en otra academia.
Acción propuesta	Asignar el buzón a una persona, revisarlo cada día y contestar con el mismo guion que el teléfono.
Cómo comprobarlo	En la siguiente auditoría el formulario recibe respuesta con precio y siguiente paso.
Rol propuesto	Secretaría

PRIORIDAD 2 · WHATSAPP QUE RESPONDE DE VERDAD	
Observado	Primera respuesta de persona a las 3 h 10 min y sin la información pedida (E03, F2).
Posible efecto	Quien pregunta por escrito suele preferir no llamar; si se le desvía al teléfono, la consulta se enfría.
Acción propuesta	Contestar con precio, horario y una pregunta sobre el nivel u objetivo; ofrecer la llamada como opción, no como requisito.
Cómo comprobarlo	Respuesta de persona en la primera hora del horario de atención, con precio y horario.
Rol propuesto	Secretaría

PRIORIDAD 3 · UN SOLO PRECIO EN TODOS LOS CANALES	
Observado	La web dice «matrícula incluida»; por teléfono la matrícula va aparte (E01, F3).
Posible efecto	El cliente descubre la diferencia al pagar o al comparar, y desconfía del resto.
Acción propuesta	Corregir la web o el guion para que digan lo mismo, y revisar ambos cada vez que cambie una tarifa.
Cómo comprobarlo	En la siguiente auditoría web y teléfono coinciden.
Rol propuesto	Dirección

clienteinfiltrado.es

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

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	Persona interesada en un curso concreto que revisa la web y pregunta por formulario, WhatsApp y teléfono, con la misma consulta en los tres.
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.
Datos usados	El evaluador usa un nombre, un correo y un teléfono preparados para la prueba. Se anulan la prueba de nivel y cualquier reserva al terminar.
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	Capturas de la web en el móvil (sin datos personales).
E02	Hora de envío del formulario, acuse recibido y buzón revisado hasta el día 4.
E03	Capturas de la conversación de WhatsApp con hora.
E04	Notas de la llamada con hora, tomadas al colgar. Sin grabación.

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. **Llamada secreta con seguimiento: 59 € + IVA. Auditoría remota de web, WhatsApp y teléfono: 89 € + IVA.** 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