



Análisis de resultados

Diciembre 2021 –
Enero 2022



QUALIMETRIE
MARKET RESEARCH / CUSTOMER EXPERIENCE

1. Contexto, metodología y etapas del cuestionario
2. Resultado global, resultado por etapas y criterios
3. Puntos relevantes de las etapas evaluadas
4. Puntos fuertes y débiles del protocolo de experiencia cliente
5. Ranking por librerías, por provincias
6. Umbrales
7. Experiencia cliente (percepción del cliente)

A final de 2021, se ha trabajado en un estudio para conocer la experiencia cliente en el sector de librerías, para ello se ha creado un cuestionario donde recoge los protocolos esenciales para dar un buen servicio al cliente.

La metodología utilizada, ha sido el mystery shopping, cuya frecuencia fue de dos olas de visitas misteriosas en una muestra 25 librerías.

Una ola en período de navidades y otra en la segunda semana de enero. El motivo de estas dos olas es obtener dos momentos diferentes de la experiencia cliente, uno en período de mucha afluencia como son las fechas previas a las navidades y otro en período de baja afluencia.

Dentro de esos dos momentos, se podrá ver los puntos fuertes y puntos “de mejora”, o posiblemente puntos que no están homogenizados por la tipología de cada librería.

Metodología y reglas de cálculo

La puntuación general y la puntuación por etapas son la suma de los puntos acumulados en el total máximo de puntos de las preguntas respondidas. Una pregunta no especificada o no ponderada no se incluye en los cálculos.

$$\text{Puntuación General} = \frac{\text{Suma de puntos acumulados}}{\text{Total de preguntas ponderadas y completadas}}$$

$$\text{Puntuación por etapas} = \frac{\text{Suma de puntos acumulados en una etapa}}{\text{Total de preguntas ponderadas y completadas en una etapa}}$$

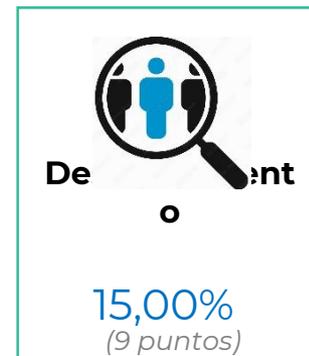
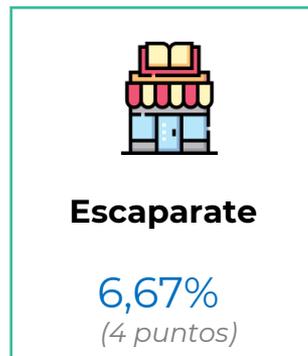
Los porcentajes en este informe se han redondeado, por lo que su suma no siempre es del 100%.

Umbral de resultados:

-  Dominio: Resultado > 85 pts.
-  Confort: Resultado entre 71 pts. y 85 pts.
-  Fragilidad: Resultado entre 61 pts. y 70 pts.
-  Alerta: Resultado <= 60 pts.

Ponderación de las etapas del cuestionario

Score global 60 puntos = 100 puntos



Estructura de la muestra de las visitas



50 visitas realizadas en librerías



Duración media de la visita :
15,34 min en **la librería**



39,52 años de media



56% de mujeres
44% de hombres



Ola 1: del 31 de diciembre al 5 de enero
Ola 2: del 24 de enero



Días de visitas:
Lunes: 40%
Martes: 2%
Miércoles: 2%
Jueves: 10%
Viernes: 36%
Sábados: 10%



25 librerías evaluadas en:

Provincias	Nº de librerías
A Coruña	2
Albacete	2
Alicante	2
Barcelona	2
Bizkaia	2
Burgos	2
Castellón	2
Madrid	12
Navarra	4
Segovia	2
Sevilla	6
Valencia	8
Zaragoza	2

Recorrido del cliente misterioso

VISITA:

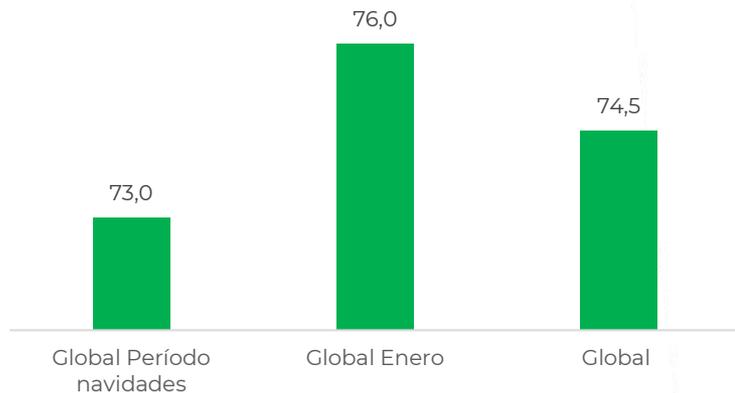


SITUACIÓN ACTUAL

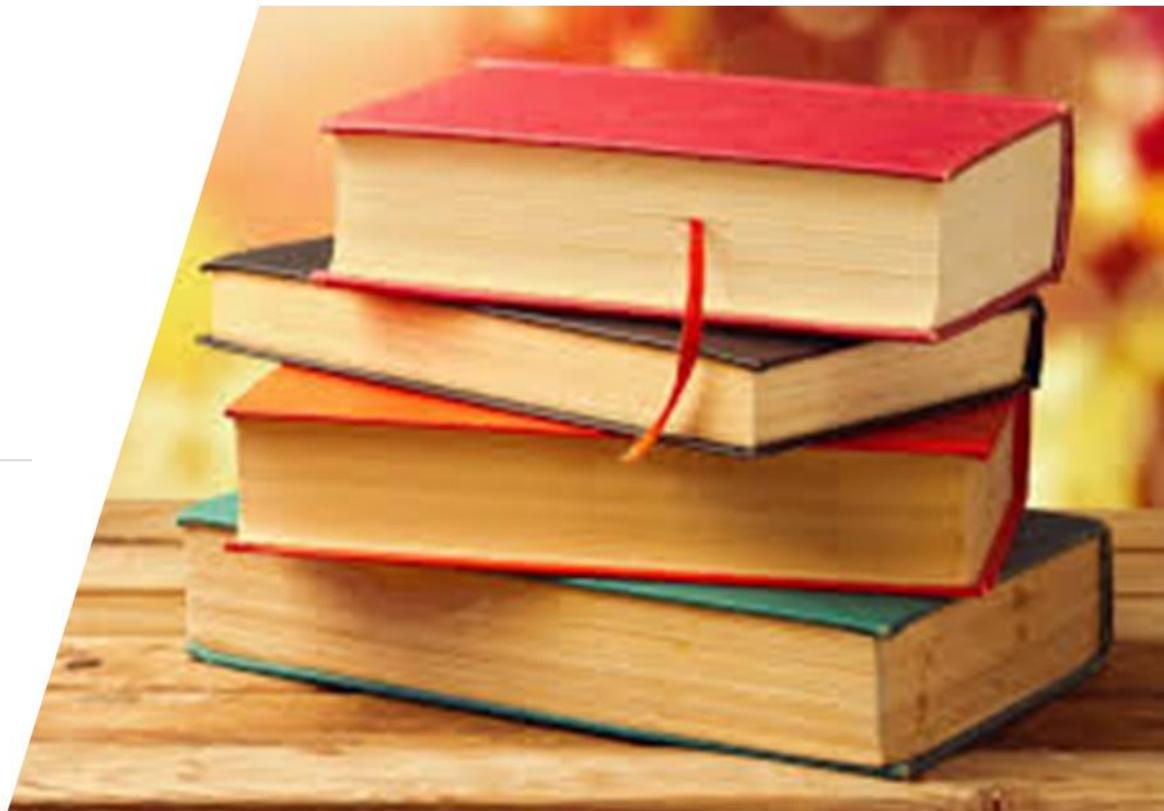
- Nota global
- Resultados por etapas y criterios
- Puntos relevantes

Resultados globales

Nota Global

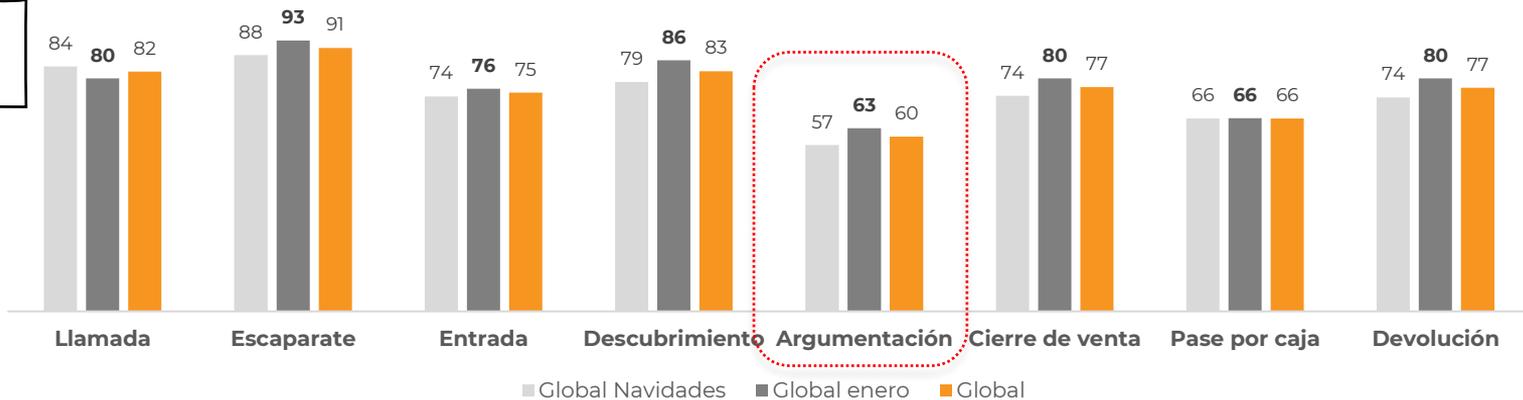


- Dominio: Resultado > 85 pts.
- Confort: Resultado entre 71 pts. y 85 pts.
- Fragilidad: Resultado entre 61 pts. y 70 pts.
- Alerta: Resultado <= 60 pts.

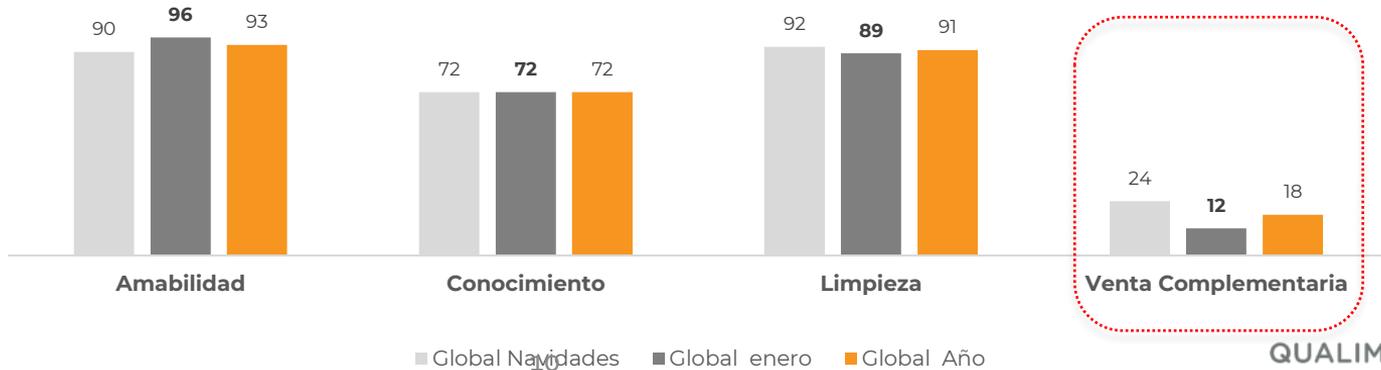


Etapas y criterios

Etapas de la visita



Criterios



Puntos relevantes por etapa

Llamada



Llamada

■ Global Navidades ■ Global enero ■ Global

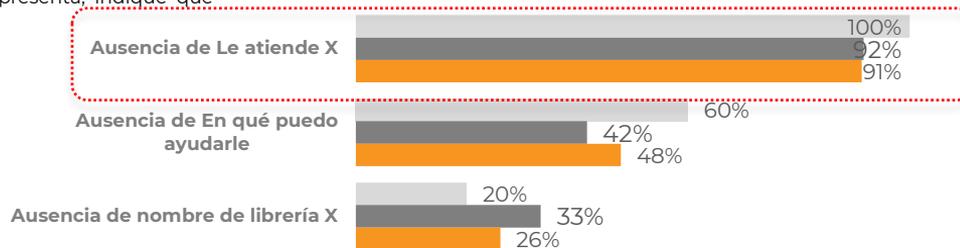
NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL

Global Navidad Global enero Global

		25 visitas	25 visitas	50 visitas
	ETAPA LLAMADA	84	80	82
P.800	Usted logra hablar con la librería en 3 o menos intentos.	96	96	96
P.801	Suenan menos de 5 tonos antes de descolgar la llamada.	84	80	82
P.802	Al descolgar, la persona se presenta: Con el nombre de la librería XX, Le atiende XXX, en qué puedo ayudarle.	60	52	56
P.803	La persona atiende y transmite sonrisa telefónica.	84	92	88
P.804	La persona le informa y resuelve su duda.	100	92	96
P.805	La persona le pregunta si puede ayudarle en algo más.	80	56	68
P.806	La persona se despide con GRACIAS + SALUDO.	88	92	90

Menos del 60% de librerías hacen una presentación completa al teléfono: Nombre de librería + nombre de la persona.

P.802.1 Al descolgar, la persona no se presenta, indique que falta:



Puntos relevantes por etapa

Escaparate



■ Global Navidades ■ Global enero ■ Global

NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL

Global Navidad Global enero Global

		25 visitas	25 visitas	50 visitas
	ETAPA ESCAPARATE	88	93	91
P.100	El escaparate de la librería está correctamente iluminado.	96	96	96
P.101	El escaparate de la librería está limpio (ausencia de motas de polvo, ausencia de trazas de dedos, ...)	88	96	92
P.102	Los productos expuestos en el escaparate están bien colocados; se ven claramente.	96	100	98
P 102.1	¿El escaparate está decorado?.	72	80	76

Los escaparates de las librerías en las dos mediciones a nivel global están en el umbral de dominio

Puntos relevantes por etapa

Entrada



■ Global Navidades ■ Global enero ■ Global

NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL

Global Navidad Global enero Global

25 visitas 25 visitas 50 visitas

		25 visitas	25 visitas	50 visitas
	ETAPA ENTRADA	74	76	75
200	La entrada a la librería está limpia y despejada.	96	92	94
201	El ambiente de la librería es agradable (temperatura, iluminación correctas).	92	96	94
202	El ruido y el sonido ambiente de la librería es correcto (música a volumen adecuado, ausencia de ruidos molestos, ...).	100	100	100
203	El horario de la librería es claramente visible.	88	88	88
204	Hay gel hidroalcohólico en la entrada a disposición del cliente.	88	96	92
205	La organización, disposición de la librería es sencilla y clara. Usted sabe orientarse.	72	92	82
205.1	Presencia de precios.	64	64	64
205.2	¿Hay algún cartel donde se haga referencia que esa librería pertenece a CEGAL u otra asociación profesional?	32	40	36
205.3	Al entrar se percibe alguna promoción en la librería.	20	20	20
206	Los pasillos, las mesas, las estanterías están limpios y con los libros bien colocados.	100	96	98

Menos de la mitad de las librerías evaluadas, se percibe carteles de CEGAL y alguna promoción.

Puntos relevantes por etapa

Descubrimiento



Descubrimiento

■ Global Navidades ■ Global enero ■ Global

NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL

Global Navidad Global enero Global

25 visitas 25 visitas 50 visitas

		25 visitas	25 visitas	50 visitas
	ETAPA DESCUBRIMIENTO	79	86	83
301	El personal de la librería presentan un buen aspecto (uniforme o vestimenta limpia, aspecto aseado, manos limpias, mascarilla puesta en todo momento).	96	100	98
302	Disponibilidad de vendedores en la librería.	88	88	88
304	Al menos una persona del equipo de la librería se dirige a usted de manera proactiva para preguntarle si puede ayudarle (sin que usted se acerque a él antes).	44	64	54
305	En caso de estar todos los vendedores atendiendo, al menos uno de ellos le hace gesto o le dice que le atenderá en breve.	56	68	62
306	La persona que le atiende le SALUDA + MIRADA + SONRISA.	84	100	92
307	La persona que le atiende utiliza un tono amable y educado.	100	100	100
308	La persona escucha lo que usted busca, centrando su atención en usted y en lo que le dice.	96	100	98
309	La persona le hace preguntas para personalizar al máximo su propuesta.	68	72	70

- A nivel global solo un 54% de los empleados se dirige de forma proactiva al cliente y en el caso de que el empleado se encuentre ocupado, solo un 62% hace una gesto o le dice al cliente que en breve será atendido
- El 100% de las visitas los empleados evaluados ha atendido con un tono amable.

Puntos relevantes por etapa

Argumentación



■ Global Navidades ■ Global enero ■ Global

NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL

Global Navidad Global enero Global

		25 visitas	25 visitas	50 visitas
	ETAPA ARGUMENTACIÓN	57	63	60
400	La persona le propone al menos 2 títulos para dar respuesta a su pregunta.	76	80	78
401	La persona le explica el argumento de cada una de sus propuestas.	68	68	68
402	La persona le explica el por qué de su recomendación.	64	80	72
403	La persona muestra su conocimiento literario en la conversación (hablándole del autor, del libro, de las temáticas, de las novedades, etc.).	72	72	72
404	La persona comprueba que el libro que usted se lleva está en buen estado y con el precio correctamente etiquetado.	64	84	74
405	La persona le propone completar su primera propuesta con algún otro producto (venta complementaria).	24	12	18
406	La persona le menciona la posibilidad de devolución, reembolso en su argumentación.	32	44	38

- La venta complementaria apenas se cumple un 18% a nivel global.
- Menos de la mitad de las librerías mencionan la posibilidad de devolución

Puntos relevantes por etapa

Cierre de venta



■ Global Navidades ■ Global enero ■ Global

NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL

Global Navidad Global enero Global

		25 visitas	25 visitas	50 visitas
	ETAPA CIERRE DE VENTA	74	80	77
500	La persona le pregunta si necesita su ayuda en algo más.	60	64	62
501	La persona le indica dónde pagar el libro o le cobra ella misma.	88	96	92

En la interacción con el vendedor, un 62% indica al cliente si necesita su ayuda en algo mas, dan por sentado que su ayuda a terminado

Puntos relevantes por etapa

Pase por caja



■ Global Navidades ■ Global enero ■ Global

NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL

Global Navidad Global enero Global

		25 visitas	25 visitas	50 visitas
	ETAPA PASE POR CAJA	66	66	66
600	El tiempo de espera desde que llega a la caja hasta que le atienden es inferior a 5 minutos.	88	96	92
601	El mostrador de caja está limpio y despejado.	84	72	78
604	La persona de caja SALUDA con un "Buenos días / Buenas tardes" + MIRADA + SONRISA.	84	100	92
605	La persona de caja le pregunta si es para regalo.	84	88	86
606	La persona de caja le pregunta si quiere ticket regalo.	60	52	56
607	La persona de caja le prepara su compra para regalo.	87	77	82
608	La persona de caja le pregunta si va a pagar en efectivo o con tarjeta.	88	88	88
608.1	Le pregunta si tiene ficha cliente.	12	16	14
608.2	La persona de caja le pone al día de las ventajas que tiene al tener una ficha cliente.	4	4	4
608.3	La persona en caja le ofrece productos gancho o información complementaria sobre productos o servicios.	0	8	4
609	La persona de caja le cobra correctamente.	100	100	100
610	La persona de caja le pregunta si quiere el resguardo de la tarjeta o el ticket en papel o la opción de enviar la factura por mail.	48	32	40
611	La persona de caja le ha atendido de manera correcta, rápida y amable.	100	100	100
612	La persona de caja se despide de usted con GRACIAS, ADIÓS (o fórmula amable) + MIRADA + SONRISA.	96	100	98

La amabilidad y la rapidez son puntos fuertes en el pase por caja, sin embargo, todo lo que tiene que ver con la fidelización del cliente en este punto, es casi inexistente. ¿Existe registros de clientes o plan de fidelización como por ejemplo tarjetas de puntos?

Puntos relevantes por etapa

Devolución



■ Global Navidades ■ Global enero ■ Global

NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL NOTA GLOBAL

Global Navidad Global enero Global

		25 visitas	25 visitas	50 visitas
	ETAPA DEVOLUCION	74	80	77
700	La persona le recibe con SALUDO + MIRADA + SONRISA.	92	100	96
701	Usted puede devolver su compra sin ningún impedimento.	72	80	76
702	La persona le pregunta el motivo de la devolución.	36	60	48
703	La persona le atiende con amabilidad en todo momento.	100	100	100
704	La persona comprueba el estado del producto antes de proceder a la devolución.	68	92	80
705	La persona le devuelve el importe de su compra en el mismo modo de pago que usted realizó (abono en tarjeta o en efectivo).	48	52	50
705.1	¿La política de cambios en la librería es clara?	76	56	66
706	La persona se despide de usted con SALUDO CORDIAL + MIRADA + SONRISA.	96	100	98

La política de devolución no es homogéneo en las librerías evaluadas y solo un 66% de los clientes la encuentra clara.

Puntos fuertes del protocolo

Llamada

Usted logra hablar con la librería en 3 o menos intentos. **96**

La persona le informa y resuelve su duda. **96**

La persona se despide con GRACIAS + SALUDO. **90**



Entrada

202- El escaparate de la librería está correctamente iluminado. **100**

204- El escaparate de la librería está limpio (ausencia de motas de polvo, ausencia de trazas de dedos, ...). **92**

206- Los productos expuestos en el escaparate están bien colocados; se ven claramente. **98**



Descubrimiento

301- El personal de la librería presentan un buen aspecto. **98**

306- La persona que le atiende le SALUDA + MIRADA + SONRISA. **92**

307- La persona que le atiende utiliza un tono amable y educado. **100**

308- La persona escucha lo que usted busca, centrando su atención en usted y en lo que le dice. **98**



Puntos fuertes del protocolo

Pase por caja

- 600- El tiempo de espera desde que llega a la caja hasta que le atienden es inferior a 5 minutos. **92**
- 604- La persona de caja SALUDA con un "Buenos días / Buenas tardes" + MIRADA + SONRISA. **92**
- 609- La persona de caja le cobra correctamente. **100**
- 611- La persona de caja le ha atendido de manera correcta, rápida y amable. **100**
- 612- La persona de caja se despide de usted con GRACIAS, ADIÓS (o fórmula amable). **98**



Devolución

- La persona le recibe con SALUDO + MIRADA + SONRISA. **96**
- La persona le atiende con amabilidad en todo momento. **100**
- La persona se despide de usted con SALUDO CORDIAL + MIRADA + SONRISA. **98**



Puntos débiles del protocolo

Entrada

205.2- ¿Hay algún cartel donde se haga referencia que esa librería pertenece a CEGAL u otra asociación profesional? **36**

205.3- Al entrar se percibe alguna promoción en la librería. **20**



Descubrimiento

304- Al menos una persona del equipo de la librería se dirige a usted de manera proactiva para preguntarle si puede ayudarle (sin que usted se acerque a él antes). **54**



Argumentación

405- La persona le propone completar su primera propuesta con algún otro producto (venta complementaria). **18**

406- La persona le menciona la posibilidad de devolución, reembolso en su argumentación. **38**



Pase por caja

606- La persona de caja le pregunta si quiere ticket regalo. **56**

608.1- Le pregunta si tiene ficha cliente. **14**

610- La persona de caja le pregunta si quiere el resguardo de la tarjeta o el ticket en papel o la opción de enviar la factura por mail. **40**



Puntos débiles del protocolo

Devolución

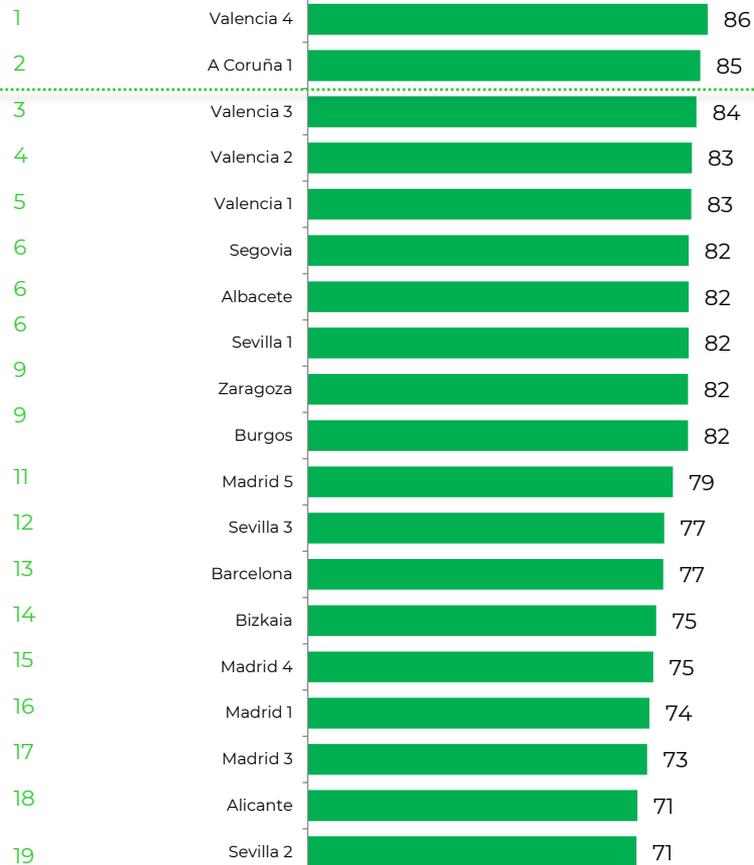
701- La persona le pregunta el motivo de la devolución. **48**

705- La persona le devuelve el importe de su compra en el mismo modo de pago que usted realizó (abono en tarjeta o en efectivo). **50**

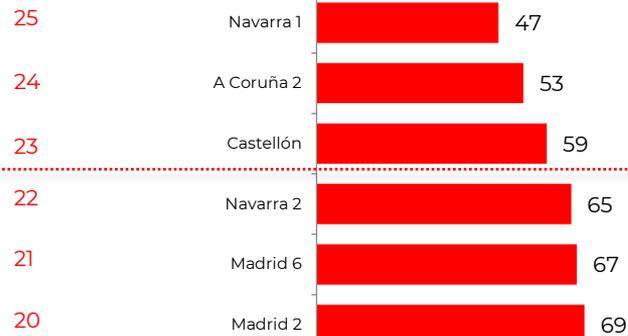


Ranking por librerías

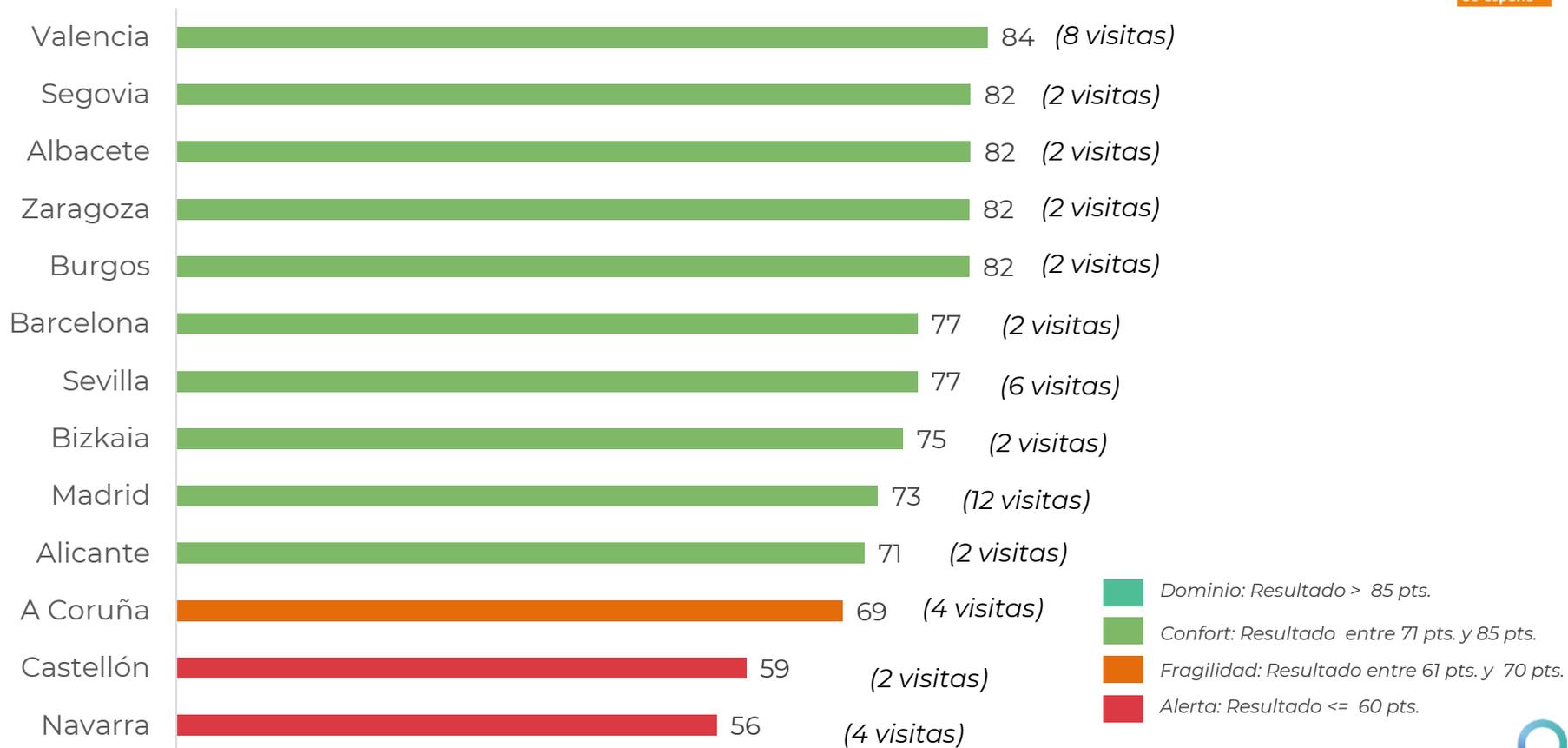
TOP



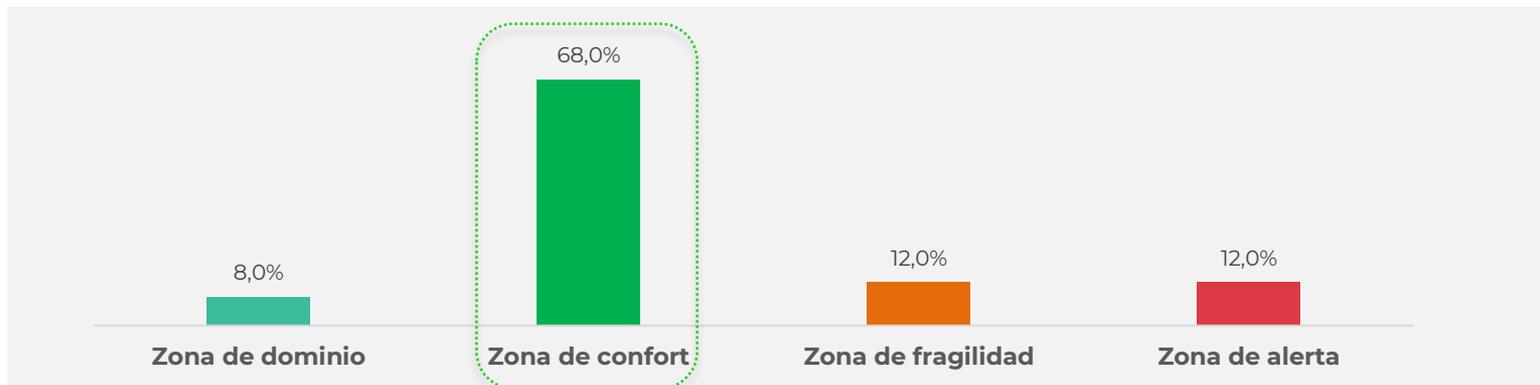
BOTTOM



Resultados globales Provincias



Resultados umbrales

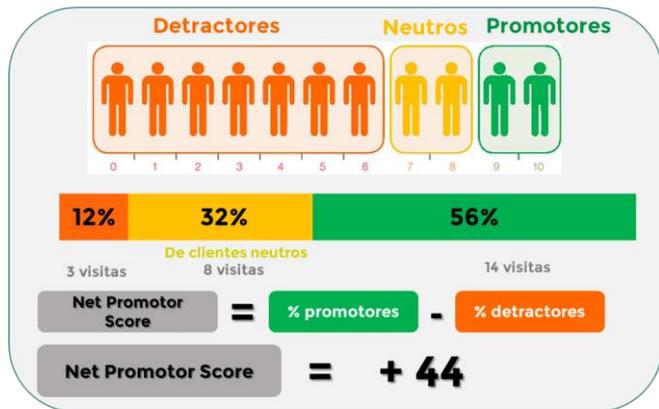


-  *Dominio: Resultado > 85 pts.*
-  *Confort: Resultado entre 71 pts. y 85 pts.*
-  *Fragilidad: Resultado entre 61 pts. y 70 pts.*
-  *Alerta: Resultado <= 60 pts.*

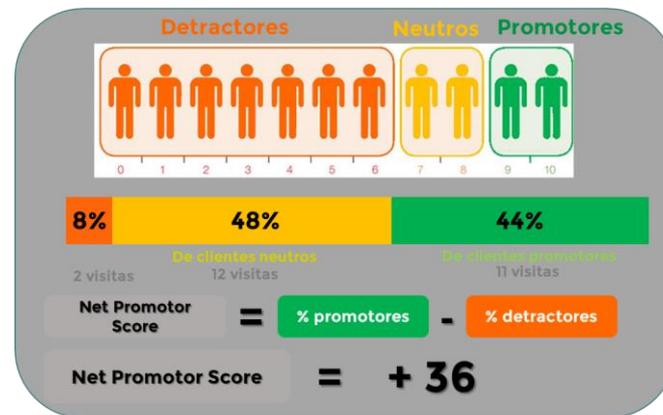
EXPERIENCIA CLIENTE

- NPS
- Voz del cliente
- Conclusiones

¿Del 0 al 10, ¿en qué medida recomendaría usted esta librería a su entorno familiar y amigos?



Período de navidades



Enero

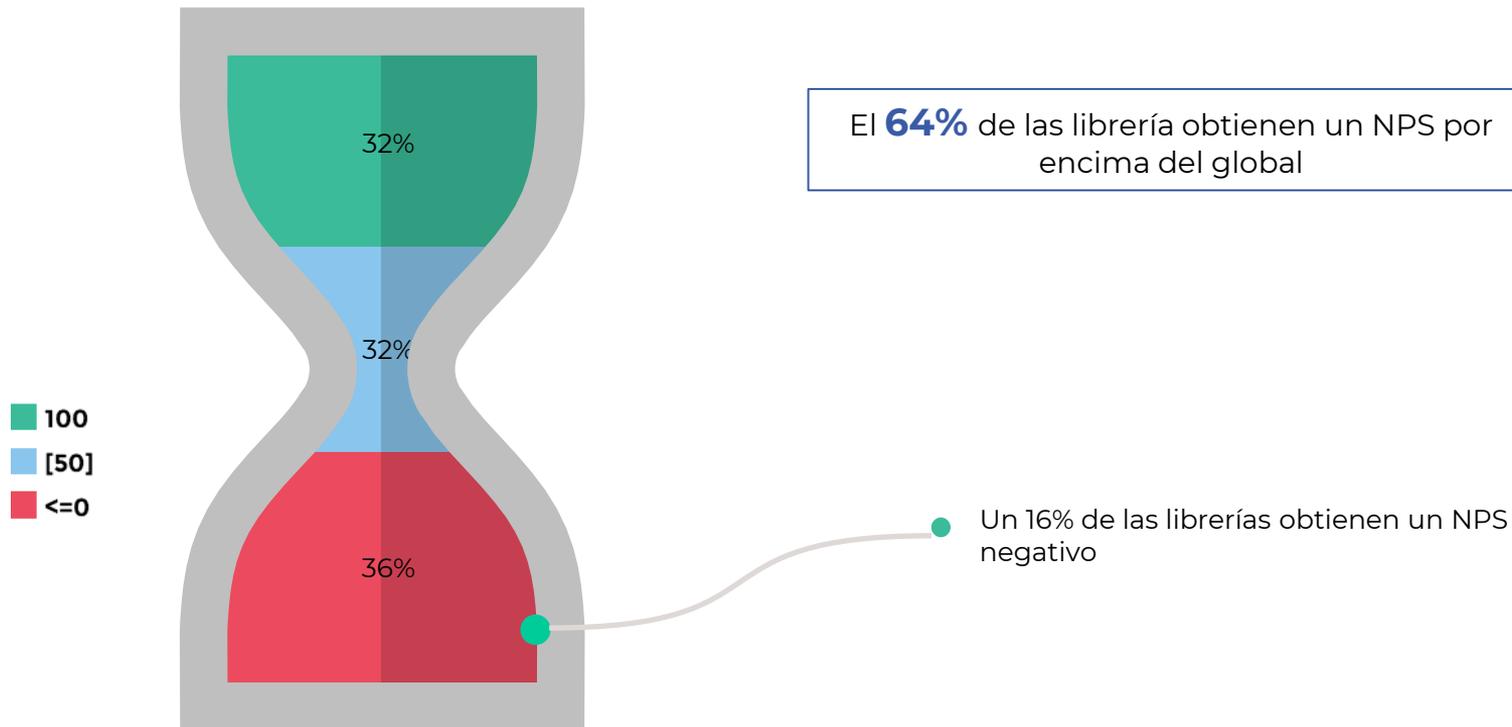
GLOBAL



Net Promotor Score = +40

Reparto de librerías según su NPS

¿Del 0 al 10, ¿en qué medida recomendaría usted esta librería a su entorno familiar y amigos?



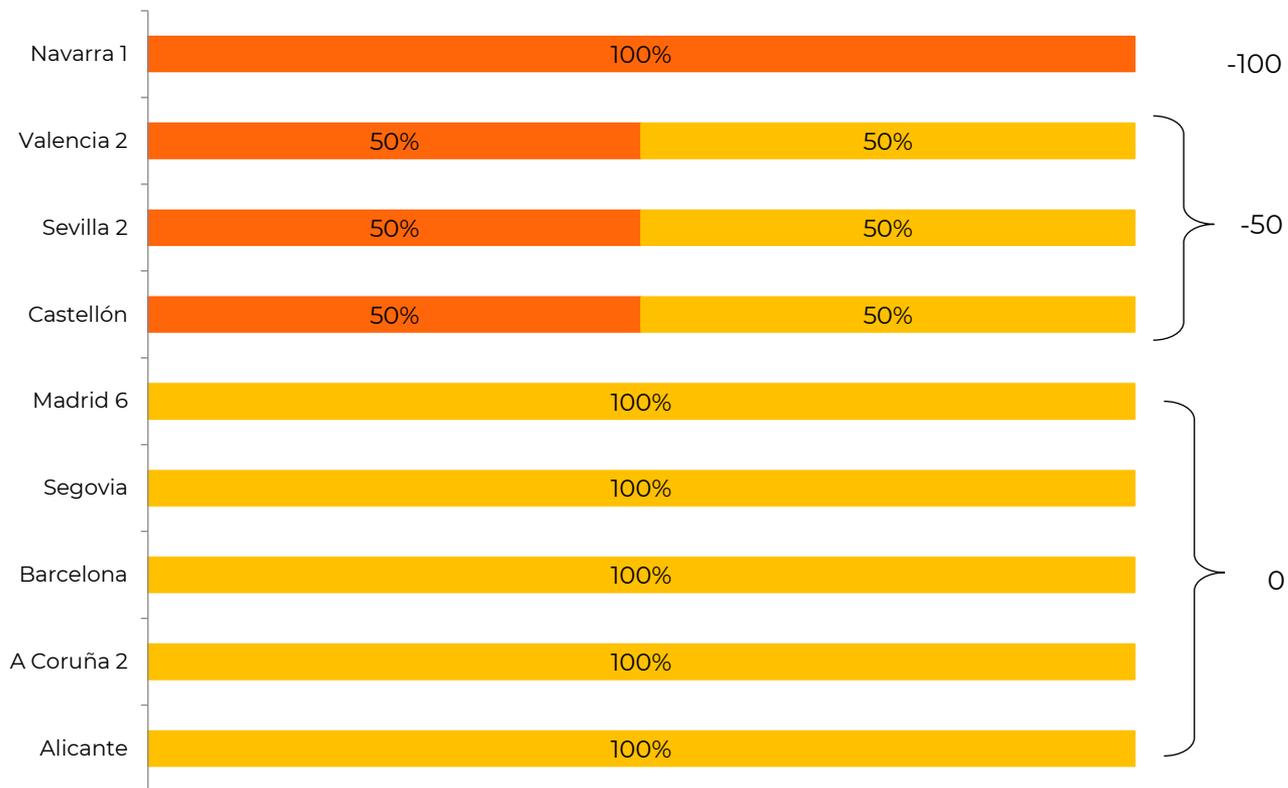
NPS por librería

¿Del 0 al 10, ¿en qué medida recomendaría usted esta librería a su entorno familiar y amigos?

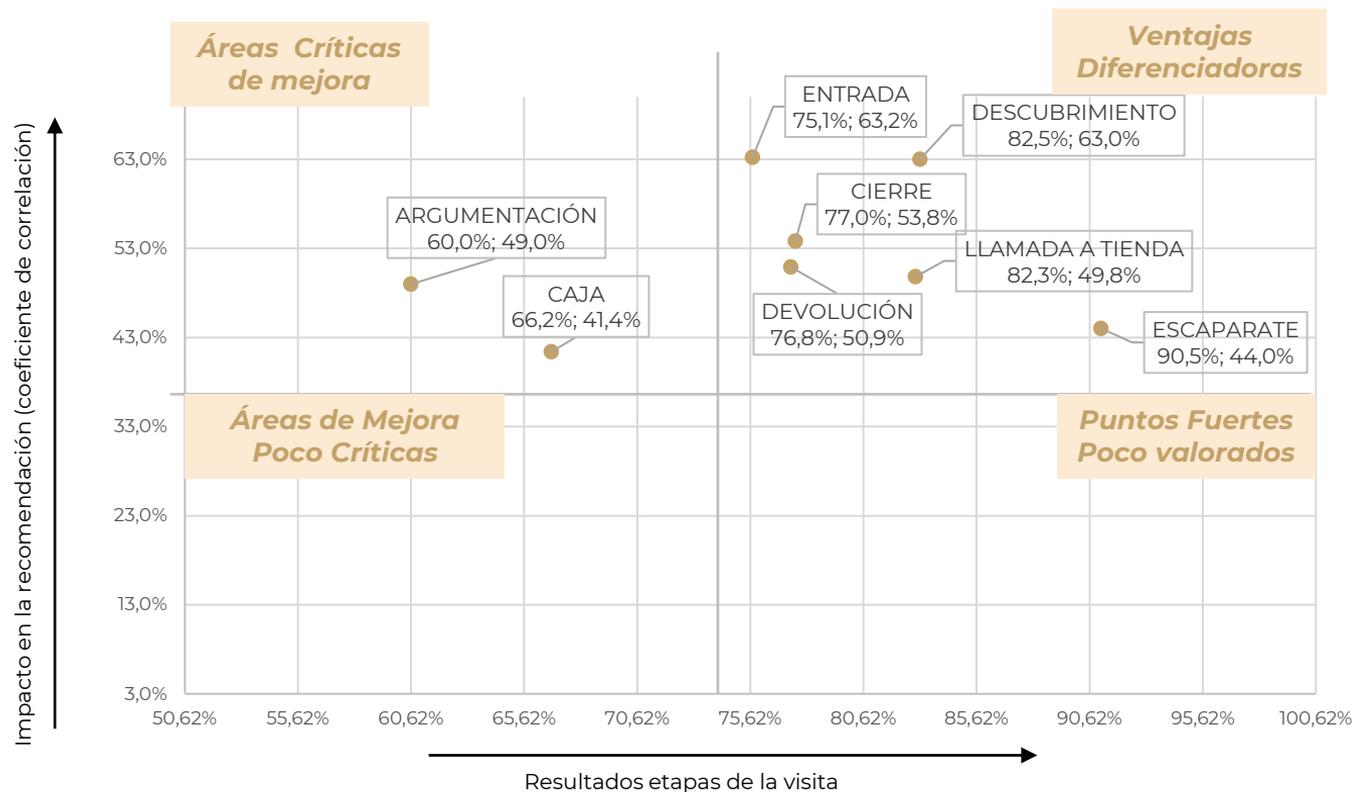


NPS por librería

¿Del 0 al 10, ¿en qué medida recomendaría usted esta librería a su entorno familiar y amigos?



Impacto en la recomendación del cliente



¿Por qué recomendaría esta librería?

“La atención en la tienda fue excelente, me recomendó títulos en base a las necesidades que indiqué y argumentando sobre cada uno de ellos. A la hora de la devolución, no estaba clara la política ya que en el ticket y en caja indicaba que no se devolvía el dinero de libros de texto pero no decía nada de otros libros. Me ofreció hacerme ficha de cliente, pero cuando me dio el vale por la devolución”.

“La atención por parte del vendedor fue excelente, ya que me recomendó varios libros explicándome con detalle las tramas de los mismos, si eran premios y hablándome sobre los autores y otras obras, para que pudiera elegir mejor. En cuanto a la devolución, fue en forma de vale aunque no se indicaba en ningún sitio que no se devolvía efectivo”.

“La atención por parte de los dos empleados ha sido inmejorable. Cuando he ido a comprar el libro, el empleado que me ha atendido me ha recomendado por lo menos 7 libros, explicándome los premios que se habían llevado unos y otros, dándome su punto de vista. Se notaba que sabía mucho del tema y que le gustaba su trabajo. De hecho me han dado ganas de comprarme el libro de verdad. Un empleado de 10. El empleado que me atendió en la devolución también fue muy amable, correcto, rápido y resolutivo. Mencionar que cuando he ido a devolverlo, el empleado que me atendió cuando he comprado el libro me ha visto y me ha preguntado: vaya, ¿ya lo tenía? (le dije que me llevaba el libro para un regalo),es decir, ha sido muy atento en todo momento”.

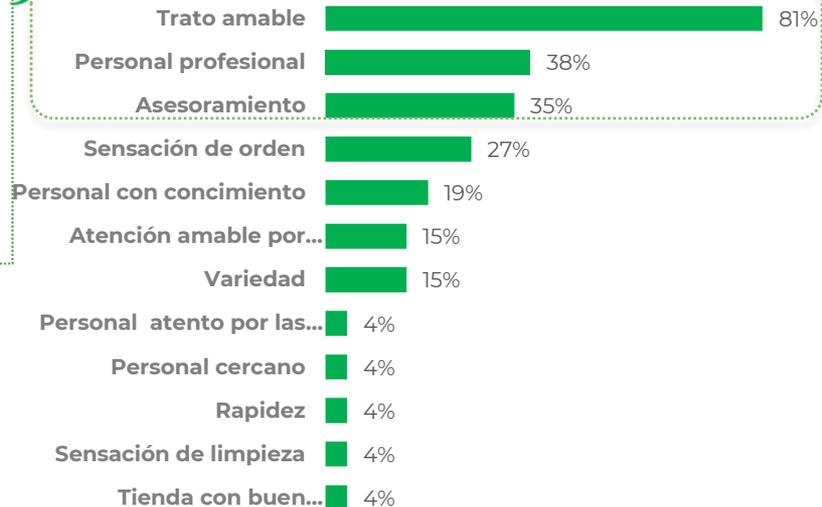
Promotores



9 10

Comentarios codificados en base a clientes que dieron una nota entre 9 y 10 (26 visitas)

cegal
librerías
de españa



Voz del cliente

¿Por qué no recomendaría esta librería?

“Hay muy poca variedad de libros, los juguetes son caros y la política de devoluciones no es nada clara. No es normal que no te devuelvan el dinero y que no te lo digan en el momento de la compra, sólo viene en la parte de abajo del ticket, con la letra pequeña”.

“La librería está bien organizada y distribuida, pero la atención del personal es mejorable, no hay empatía con el cliente”.

“La librería como tal es muy fría, demasiado espacio y poco libro, poco stock, no es un ambiente de compra, una empleada atendiendo siempre tras el mostrador, sin establecer contacto con el cliente”.



Comentarios codificados en base a clientes que dieron una nota en menor a 7 (5 visitas)

cegal
librerías
de españa



El resultado global acumulado de estas dos olas ha sido de 74,5 puntos, situándose en la zona de confort.

La comparación de los resultados por ola, destaca las visitas que se hicieron fuera de período de navidad con la nota mas alta, 76 puntos, 3 puntos por encima de la ola realizada en navidad.

En los resultados por etapas, destaca una en especial, la etapa “Argumentación”, por estar en el umbral de alerta con 60 puntos acumulados, donde hay dos ítems con mínimas puntuaciones:

- La persona le propone completar su primera propuesta con algún otro producto (venta complementaria). 18 puntos
- La persona le menciona la posibilidad de devolución, reembolso en su argumentación. 38 puntos

Otra etapa importante en el recorrido cliente que ha obtenido una baja puntuación, es el pase por caja, con una nota acumulada de 66 puntos, se encuentra en zona de fragilidad. Los ítems de esta etapa que ha obtenido la mínima puntuación, han sido:

- La persona de caja le pregunta si quiere ticket regalo. 56 puntos
- Le pregunta si tiene ficha cliente. 14 puntos
- La persona de caja le pone al día de las ventajas que tiene al tener una ficha cliente. 4 puntos
- La persona de caja le pregunta si quiere el resguardo de la tarjeta o el ticket en papel o la opción de enviar la factura por mail. 40 puntos

Conclusiones

En cuanto a la repartición de las librerías evaluadas, según los umbrales, el 68% se encuentran en zona de confort, mientras un 12% se encuentra en zona de alerta.

Asimismo, el ranking de librerías, lo encabeza la librería “Valencia 4” con 86 puntos y la última posición es de la librería “Navarra 1” con 47 puntos.

El NPS global es de +40, donde un 64% de las librerías, obtienen un resultado por encima del global y solo un 16% obtienen un resultado negativo.

Por otra parte, el impacto que tiene las etapas de la visita en la recomendación del cliente, se aprecia que 6 de 8 etapas, están en el umbral de ventajas diferenciadoras, entre las cuales están: escaparate, entrada, descubrimiento, cierre, llamada a tienda y devolución.

Continuando con el impacto de la recomendación, en el umbral de áreas críticas de mejora se encuentran las etapas: argumentación y caja.

Los motivos de por qué recomendaría la librería después de la experiencia vivida, el 81% de los clientes promotores han indicado por el trato amable. Asimismo, los clientes detractores en un 60% no recomendarían la librería por falta de claridad en la política de devolución.

Estos datos son una fotografía de la experiencia cliente en dos momentos distintos, que se ha medido con un cuestionario donde recoge los imprescindibles para dar un buen servicio al cliente.

Conclusiones

Por lo tanto, estos resultados permiten ver cuáles son los ítems del protocolo que coincide gran parte de la muestra y cuáles no.

En los puntos donde el protocolo no se cumple, se debe verificar, si puede que sea por la tipología de la librería, por ejemplo, no hay espacio para poner carteles, o no tienen implementado como política hacer promociones o tener una tarjeta de fidelización, etc.

A nivel global ha sido un resultado positivo pero aún puede ser mejor, si se sientan las bases para diseñar un programa de experiencia cliente, donde se pueda hacer 4 mediciones al año con el objetivo de trabajar en planes de acción que ayuden a los miembros a generar experiencias memorables a sus clientes.

Gracias

