

EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y PROTOCOLOS COVID-19

Comercio, Bancos y Farmacias

Julio 2020



EXPERIENCIA DE CLIENTE Y PROTOCOLO COVID-19

Cómo se vive la experiencia del cliente acompañada de la exigencia de medidas de seguridad



La emergencia sanitaria ha modificado algunos comportamientos de compra y la seguridad se ha convertido en una prioridad para los peruanos para evitar el contagio. Es por ello que, el journey de compra ha cambiado y el cumplimiento de protocolos de seguridad se ha convertido en un aspecto que forma parte importante de la experiencia del cliente. Toda interacción con un cliente es experiencia y en la medida que ésta sea memorable se genera lealtad. El estrés generado por el riesgo de contagio y la caída en los ingresos, ha provocado la búsqueda de tiendas y negocios que implementen protocolos para crear ambientes seguros. Los clientes buscan espacios donde puedan interactuar minimizando el riesgo de contagio y se sientan seguros. Los clientes no compran productos, compran experiencias. Por ello, controlar las medidas de distanciamiento social y el cumplimiento de los protocolos de seguridad resultan imprescindibles para generar confianza dentro de todo el proceso (journey) de compra.

FICHA TÉCNICA



OBJETIVO DEL ESTUDIO

Conocer la experiencia del cliente al realizar compras o gestiones, incluyendo la evaluación del cumplimiento de los protocolos de seguridad

1

Experiencia del cliente en comercios, bancos y farmacias.

2

Técnica de observación participante:

- Experiencia del cliente, realizando la compra de productos y gestiones
- Observación y comprobación de protocolos de seguridad

3

Se evaluaron:

- Comercio
 - Canal moderno (supermercados, tiendas de conveniencia y descuento)
 - Canal tradicional (bodegas, tiendas y puestos de mercado)
- Bancos
- Farmacias

4

Se realizaron 148 visitas:

- 84 encuestas en comercio
 - 54 en canal moderno
 - 30 canal tradicional
- 30 encuestas en bancos
- 34 encuestas en farmacias

El trabajo de campo se realizó entre el 26 de junio y 06 de julio de 2020.

5

Leyenda para la lectura de resultados:

- Comercio (Canal moderno+Canal tradicional). Se muestran resultados de “supermercados” con fines comparativos
- Bancos
- Farmacias

RESULTADOS



JOURNEY DE LA EXPERIENCIA

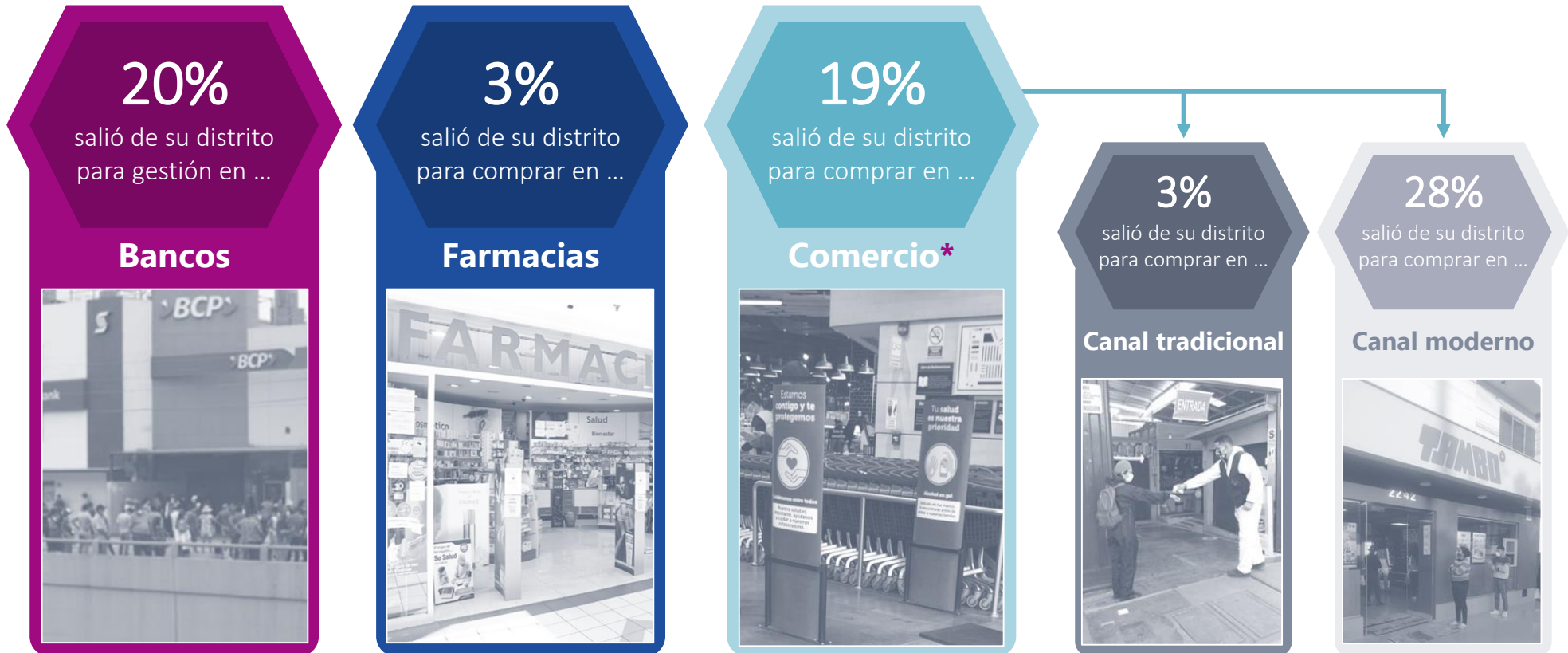
Ruta de la experiencia del cliente durante el proceso de compra y gestión



TRASLADO PARA COMPRAS Y GESTIONES

Conocer si se salió de su distrito de residencia para hacer compras y gestiones

¿En qué distrito vive?, ¿En qué distrito se ubica el local donde acudió?



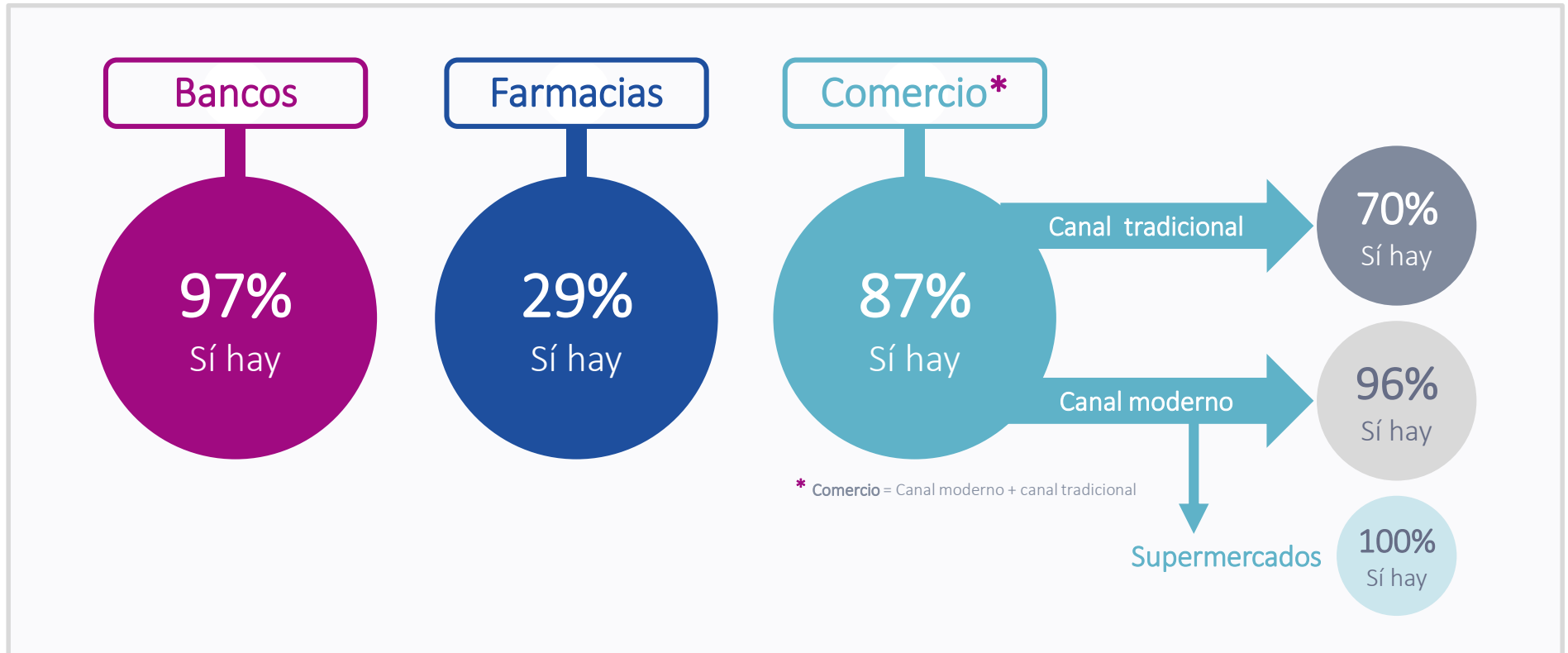
* Comercio = Canal moderno + canal tradicional

Para realizar gestiones en los bancos y acudir de compras a establecimientos del canal moderno, principalmente supermercados, hay necesidad de desplazarse hacia otro distritos. Las compras en bodegas, puestos de mercado y farmacias se hacen en los alrededores de la vivienda.

PRESENCIA DE SEGURIDAD

Conocer si hay presencia de seguridad al ingreso de los establecimientos

¿Hay personal de seguridad o de control de ingreso?



En los bancos y el canal moderno (así como en los supermercados), hay personal de seguridad para el control de ingreso a los establecimientos. El elevado porcentaje registrado en el canal tradicional está influenciado por la presencia de personal de seguridad, a veces algo informal, en los mercados; mientras que, muy pocas bodegas cuentan con este personal (30%) en el ingreso a sus establecimientos

PROTOCOLO AL INGRESO

Se evaluó el cumplimiento del protocolo COVID 19 al ingreso al establecimiento

Cumplimiento de las medidas

¿El personal de seguridad ...?. ¿En el ingreso ...?
- solo en locales donde hay personal de seguridad -



Presencia de personal de seguridad					
Sí 97%	Sí 29%	Sí 87%	Sí 70%	Sí 96%	Sí 100%
Industria			Canales		
Bancos	Farmacias	Comercio*	Tradicional	Moderno	Supermercados
97%	100%	97%	100%	96%	95%
83%	100%	90%	81%	94%	93%
93%	70%	86%	76%	90%	95%
100%	100%	84%	71%	89%	88%
86%	100%	75%	76%	75%	76%
86%	80%	74%	76%	73%	76%
62%	80%	72%	86%	67%	59%
90%	79%	64%	67%	63%	62%

* Comercio = Canal moderno + canal tradicional

PROTOCOLO AL INGRESO

IMÁGENES. Diferentes formas de cumplir el protocolo COVID 19



PROTOCOLO EN SUPERMERCADOS

La mayoría de locales tiene vigilancia (96% en canal moderno y 100% en supermercados). En gran parte, se cumple con el protocolo exigido (uso de mascarilla y entrega de alcohol). Otras medidas (no obligatorias) se aplican parcialmente. La presencia visible de información sobre el COVID 19 se convierte en una necesidad



PROTOCOLO EN BANCOS

Existe uso de mascarilla, toma de la temperatura y control de aforo por parte del personal de vigilancia. En 90% de locales se observó la presencia visible de indicaciones para evitar contagios COVID 19. En parte importante de agencias bancarias no se ofrece alcohol o antibacterial a los clientes



PROTOCOLO EN FARMACIAS

En el 29% de farmacias visitadas hay presencia de personal de seguridad. Ellos cumplen los protocolos sanitarios (uso de mascarilla, ofrecimiento de alcohol, control de aforo y de distanciamiento de los clientes). En algunos locales hay presencia visible de información sobre medidas de precaución ante el COVID 19

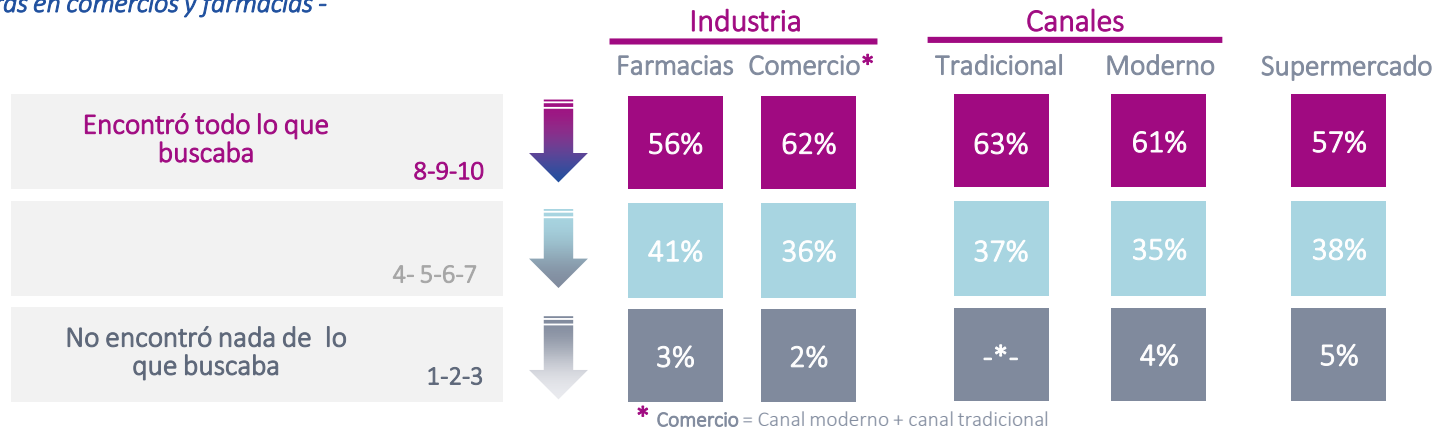
EXPERIENCIA Y SEGURIDAD

Presencia de productos (en tiendas retail y farmacias)

Presencia de productos

En la escala de 10 a 1, ¿qué tanto encontró de los productos que buscaba o pensaba comprar en ...?

- solo para compras en comercios y farmacias -



Cambio de marca

Cuando has realizado tus compras, ¿has cambiado de marcas de los productos que acostumbras comprar?

- solo para compras en comercios -



	Sí
Comercio*	57%
• Canal tradicional	57%
• Canal moderno	57%
• Supermercado	62%

Principal razón de cambio de marca

- entre quienes cambiaron de marca -

¿Por qué razón cambiaste de marca?

	Comercio	Mod	Trad	Sup
No encontré mis marcas preferidas	62%	71%	47%	73%
Se incrementaron los precios	25%	19%	35%	19%
Me llamó la atención otra marca	8%	6%	12%	4%
Otras razones	5%	4%	6%	4%

La decisión de cambio de marca fue por la falta de presencia de la marca en el canal, lo que permite una oportunidad para mejorar la distribución de productos o una oportunidad para probar nuevas marcas

EXPERIENCIA Y SEGURIDAD

IMÁGENES. Presencia de productos



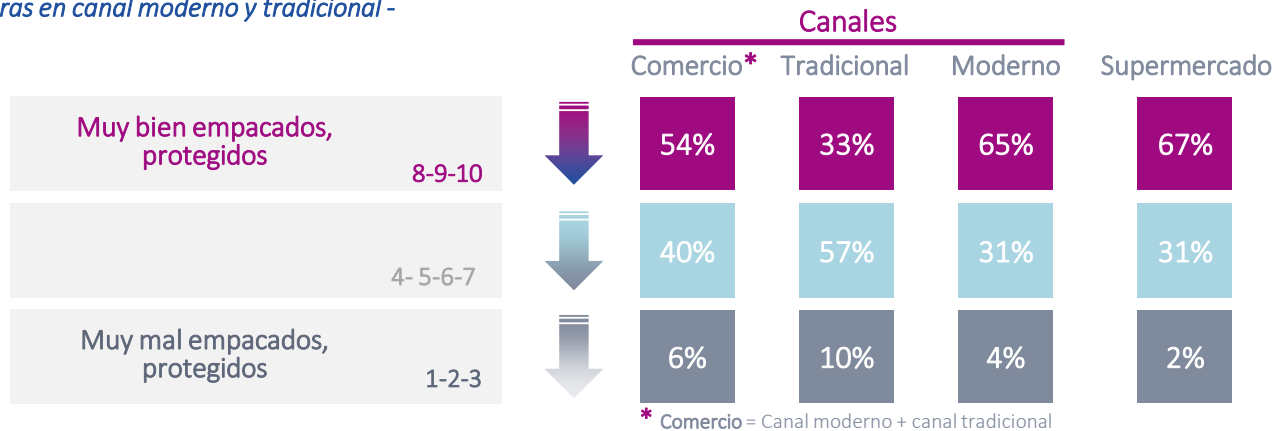
Durante el aislamiento social hubo desabastecimiento de productos; hoy, esto se ha solucionado en gran parte. Sin embargo, en ocasiones, se aprecian “huecos” por efectos de la demanda. Esto resulta ser más recurrente en los supermercados.

EXPERIENCIA Y SEGURIDAD

Empaque de los productos y medidas de limpieza en los ambientes

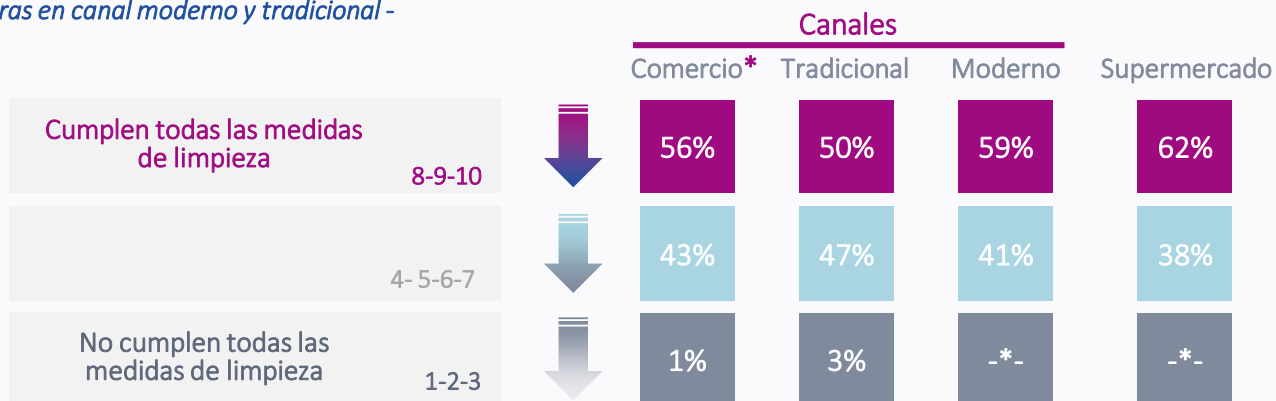
Empaque de los productos

Sobre el empaque y protección de los productos. En la escala de 10 a 1, ¿sientes que los productos están ...?
- solo para compras en canal moderno y tradicional -



Medidas de limpieza y desinfección de los ambientes

¿Sientes que los ambientes del local cumplen con las medidas de limpieza y desinfección exigidas ...?
- solo para compras en canal moderno y tradicional -



Existe la sensación que las medidas de limpieza y desinfección de los ambientes no son las óptimas. Lo mismo ocurre con los empaques de algunos productos. Esto genera inseguridad.

EXPERIENCIA Y SEGURIDAD

Imágenes. Empaque de los productos y medidas de limpieza en los ambientes



EMPAQUES DE LOS PRODUCTOS Y MEDIDAS DE LIMPIEZA

Se aprecian diferencias importantes en la forma de empaque entre los canales moderno y tradicional. Por un lado, productos envasados o embolsados desde el mismo proveedor; mientras que, en el canal tradicional el proceso de empaque resulta ser más riesgoso desde que el producto está expuesto al ambiente. Algunas críticas a los supermercados en el empaque manual de las carnes; en muchas ocasiones, no es la ideal.



PROTOCOLO EN CAJA o LUGAR DE PAGO

Porcentaje de cumplimiento del protocolo COVID 19 por el personal de caja

Cumplimiento de las medidas

En caja, ¿el colaborador que lo atendió?



Industria			Canales		
Bancos	Farmacias	Comercio*	Tradicional	Moderno	Supermercado
100%	100%	100%	100%	100%	100%
80%	77%	67%	53%	74%	76%
77%	74%	63%	57%	67%	62%
44%	28%	43%	47%	42%	46%

* Comercio = Canal moderno + canal tradicional

Presencia de distanciadores

¿Hay vidrio o mica, líneas marcadas en el piso o cintas que garantice una distancia entre el cliente y el colaborador?



	Sí
Bancos	93%
Farmacias	91%
Comercio*	81%
• Canal tradicional	83%
• Canal moderno	80%
• Supermercado	76%

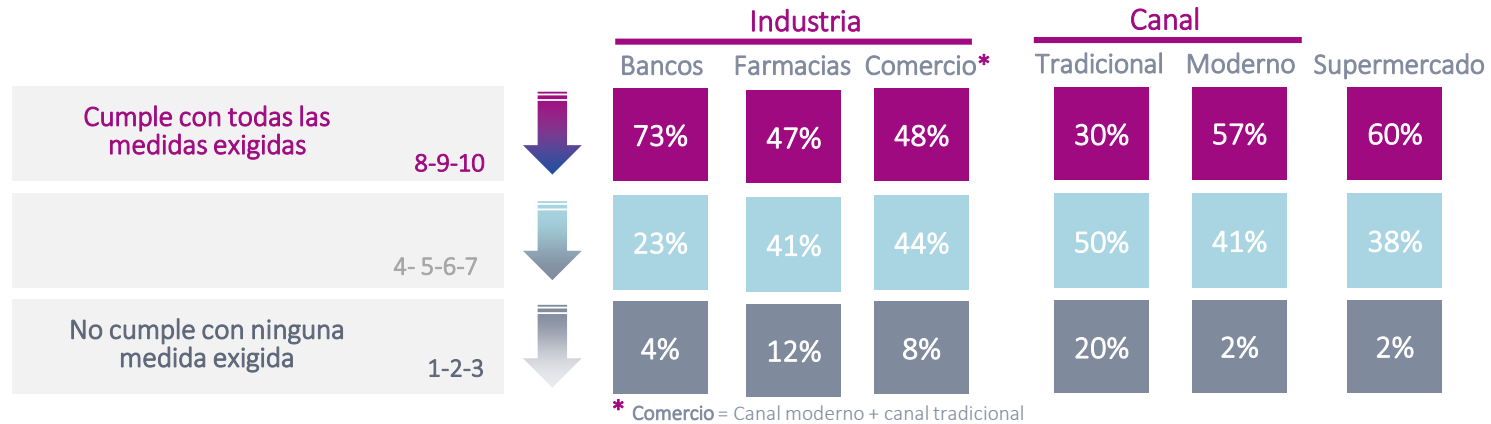
Uso adecuado de mascarilla por los colaboradores. Los guantes, aunque no exigidos como parte del protocolo, son utilizados mayormente en bancos, farmacias y supermercados. La presencia de alcohol o antibacterial para desinfectar el área de atención no es frecuente; más aún, la desinfección de dicha área antes de la atención no es una práctica común.

SEGURIDAD EN EL ESTABLECIMIENTO

Medidas de salubridad en el establecimiento y probabilidad de contagio

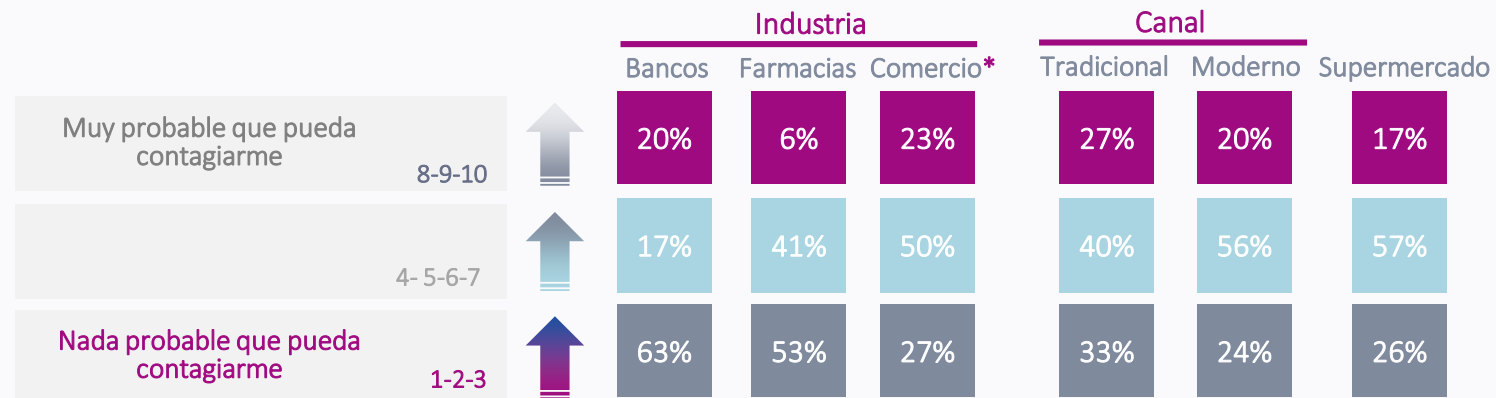
Cumplimiento de medidas de salubridad exigidas

En la escala de 10 a 1, ¿la caja cumple con las medidas de salubridad exigidas para evitar el contagio del COVID 19?



Probabilidad de contagio de COVID 19

Con las medidas de salubridad del local, ¿qué tan probable es que pueda contagiarse con el COVID 19?



Los bancos y farmacias transmiten más seguridad, por ende, la sensación que la probabilidad de contagio es menor. Lo mismo ocurre entre el canal tradicional frente al canal moderno.

SEGURIDAD EN EL ESTABLECIMIENTO

Imágenes. Medidas de seguridad en el establecimiento y probabilidad de contagio



SEGURIDAD EN CAJA

En algunos supermercados se practica la limpieza y desinfección del espacio destinado a la atención al cliente y despacho de productos.



MANIPULACIÓN DE PRODUCTOS

A diferencia del canal moderno, en algunas bodegas (canal tradicional) se manipulan los productos sin el mayor cuidado de higiene.



CERCANÍA ENTRE LAS PERSONAS

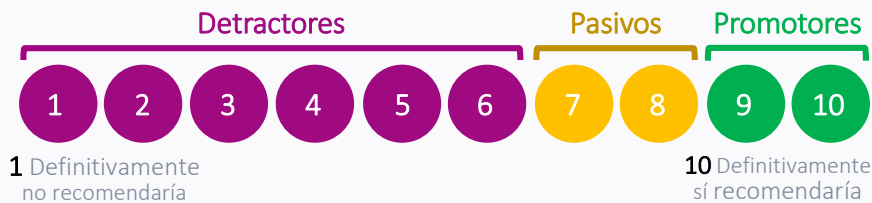
Hay ocasiones en las que no se guardan las medidas de seguridad respectivas.

ÍNDICE NPS (Net Promoter Score)

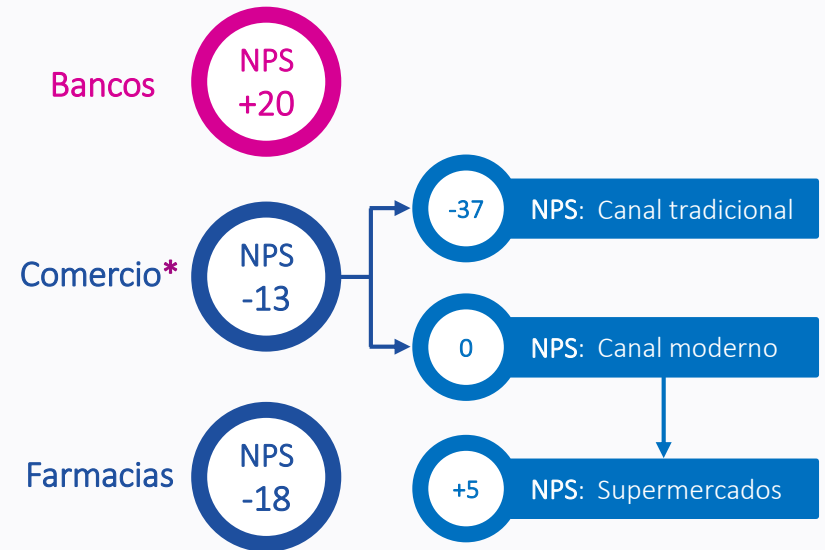
Índice de recomendación de la marca

Índice NPS (Net Promoter Score)

El **NPS** es un índice que mide la disposición de los clientes por recomendar una marca, clasificándolas en tres grupos: Promotores, Pasivos y Detractores. Los Promotores son clientes cuyas experiencias han sido positivas y están dispuestos a recomendar la marca.



$$\text{NPS} = \% \text{ Promotores} - \% \text{ Detractores}$$



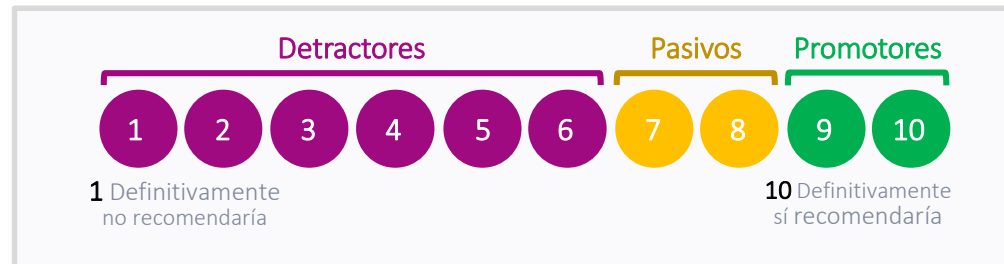
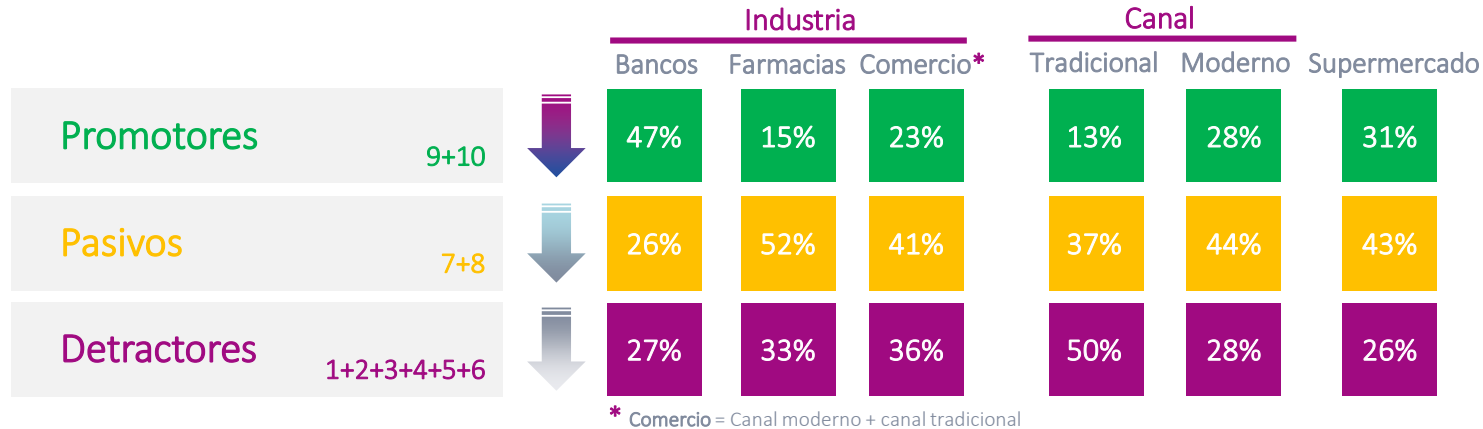
Considerando la experiencia del cliente y el cumplimiento de los protocolos de seguridad, los bancos registran un índice de recomendación positivo, lo mismo que los supermercados. Los establecimientos del canal tradicional resultan ser los menos recomendados.

RECOMENDACIÓN DE LA MARCA

Disposición por recomendar la marca a otras personas

Recomendación de la marca

En la escala de 10 a 1, ¿qué tanto recomendaría este local para que sus amigos y familiares acudan a comprar?



Los más altos porcentajes de recomendación recaen en los bancos y tiendas del canal moderno (principalmente supermercados). Los establecimientos del canal tradicional, bodegas y mercados, resultan ser los menos recomendados

PRINCIPALES HALLAZGOS

Experiencia del cliente y cumplimiento de protocolos de seguridad

LA SEGURIDAD SE TORNA MÁS RELEVANTE

No es suficiente con el cumplimiento de los protocolos exigidos por las autoridades para generar seguridad, esto debe trasladarse a la experiencia del cliente a través del cuidado y manipulación de los productos, permanente limpieza de los ambientes y del lugar de contacto directo con el cliente. Incluso, hay clientes que se trasladan fuera de su distrito para realizar trámites bancarios y comprar en establecimientos que les proporcione seguridad.

CAMBIO DE MARCA ES POR FALTA DE PRESENCIA

Los clientes que cambiaron de marca lo hicieron porque la (marca) de su preferencia no estaba disponible. Esto genera diferentes oportunidades: para los fabricantes mejorar el abastecimiento y coordinaciones con el punto de venta y, por otro lado, para el consumidor la oportunidad para probar otras marcas.

LOS BANCOS LOS MÁS RECOMENDADOS

Los bancos y supermercados (dentro del canal moderno) generan, entre los clientes, la mayor sensación de seguridad y la menor probabilidad de generar contagio. Los canales tradicionales son los menos recomendados, pero se acude más por la cercanía al hogar.



NUEVO CONTEXTO

Top 10 tendencias en los clientes para la etapa post Covid19



1 Aumento de compras por Internet (compras online)



2 Internet móvil por encima de otros dispositivos



3 La experiencia supera al precio



4 Conciencia de salud y limpieza



5 Home office o trabajo desde casa



6 Globalización de la educación. Tendencia online



7 Cambio en hábitos de salud. Distanciamiento social.



8 Más reuniones familiares o sociales en grupos pequeños



9 Aumento del uso de apps de delivery (envío a domicilio)



10 Confianza, simplicidad, pulcritud y servicio, aspectos más valorados

IMPORTANTE

Adicional a los puntos mencionados hay un aspecto que se menciona de manera recurrente como el cuidado del planeta y medio ambiente, sin embargo, al momentos de contrastar con diferentes conductas que demuestran ello, podríamos encontrar brechas entre lo que se 'dice' y lo que se va a 'hacer'.

Propuesta de Valor



PROPUESTA DE VALOR

Datum Internacional y Xcustomer360

Conocer lo que piensa y siente un cliente durante su experiencia con una empresa ahora es más fácil y rápido con las soluciones que nos brindan ambas empresas referentes en su rubro.

Beneficios de la alianza

Los proyectos de *Xcustomer360* tales como Customer Journey Map, CX Blueprint, entre otros, se ven fortalecidos con la experiencia del equipo investigador de *Datum Internacional*.

Los proyectos de investigación y estudios que realiza *Datum Internacional* se complementarán con resultados en tiempo real, alertas inmediatas y gestión en línea con el software de medición de estándares y voz del cliente *Xcustomer360*.



PROPUESTA DE VALOR

Datum Internacional y Xcustomer360



1. Check list preventivos, de calidad, seguridad, bioseguridad, (auditorías) con tickets inmediatos ante hallazgos negativos.
2. Safety Experience App para los trabajadores. Tickets y alertas ante hallazgos o recomendaciones.
3. Mystery Shopper App con tickets inmediatos ante hallazgos negativos.
4. Medición de experiencia de clientes y trabajadores con alertas inmediatas ante bajas calificaciones).
5. Reclamos y sugerencias en línea a través de QR o link a web desde el móvil del cliente.

PARTNERSHIP

Datum Internacional y Xcustomer360





www.datum.com.pe



www.xcustomer360.com