

eBook

Cómo realizar una auditoría de tienda en la era multicanal

(y no morir en el intento)

A medida que el mercado detallista evoluciona y se transforma en omnicanal, **garantizar una imagen de marca consistente y coherente en todos los canales de venta** se vuelve tan imprescindible como complejo y las auditorías, hoy día, siguen siendo la mejor técnica para ayudar a mantener esos estándares.

Cuanto más crecen las cadenas y más complejos se vuelven los canales de venta, más importante es mantenerse informado de lo que sucede en la tienda física. No en vano, es cuando los minoristas comienzan a implementar estrategias de venta omnicanal cuando la experiencia en la tienda se vuelve más importante que nunca. Y es responsabilidad de los equipos de campo asegurarse de que la experiencia del cliente sea "de primera clase".

Mantener un inventario suficiente para satisfacer las necesidades del cliente en la tienda física, tanto en cantidad como en capacidad de atraer la atención, requiere un control preciso y actualizado. No tener suficientes existencias en la tienda, o no tenerlas expuestas en las áreas correspondientes, de la forma correcta y bien señalizadas, puede penalizar la experiencia de compra.

1. La auditoría de tienda es la mejor técnica para garantizar el cumplimiento de los estándares de marca

2. Una auditoría efectiva de la tienda permite ofrecer una óptima experiencia al cliente



Por otro lado, la auditoría de tienda también es una excelente oportunidad para mejorar el negocio y **desarrollar las competencias de los empleados de la tienda física**. Comprender el razonamiento ayuda a los empleados a cumplir mejor con las políticas corporativas y a trabajar más arduamente para mantener sus estándares.

Es una herramienta bidireccional de soporte para el personal del punto de venta que, a su vez, permite a la empresa **capitalizar información cualitativa sobre los puntos de venta**.

3. Mantener un feedback con los empleados en base a los resultados se convierte en una oportunidad de aprendizaje

En resumen, realizando auditorías de tienda se pueden identificar y resolver inconsistencias en la presentación de los productos, la comercialización visual y el cumplimiento de la imagen de marca; encontrar problemas a nivel de tienda,

como problemas de mantenimiento u operativos; crear e implementar nuevos procesos y procedimientos en la tienda; desarrollar mejores relaciones con los gerentes y asociados e identificar necesidades de capacitación de los empleados.



¿Cuáles son exactamente los tipos de auditorías que se deben realizar y con qué frecuencia? ¿Quién debe llevarlas a cabo? ¿Y cuál es el mejor método para visualizar los datos, realizar comparativas y controlar que realmente esta mejora se está produciendo?

La transformación digital también ha llegado a las auditorías de tienda. Con la nueva **APP & software TC-Check** de TC Group Solutions, cualquier perfil (staff, área manager, mystery shoppe, etc.) puede contestar un cuestionario rápida y fácilmente desde su propio móvil o tablet, incorporando las fotos que realice con el mismo dispositivo. Y, desde donde lo desee, también el responsable puede acceder en tiempo real a todas las respuestas, fotografías, estadísticas y comparativas, recibir mensajes de alerta e implementar acciones correctivas al momento.

Existen **5 tipos de auditorías básicas** que deberían realizarse de forma continuada a lo largo del año:

1. Imagen de marca: ¿Están los escaparates de todas las tiendas alineados con la imagen de marca? ¿Están los probadores limpios y ordenados? ¿Y las distintas áreas de exposición de la tienda?

2. Campañas y promociones: ¿Está la campaña actual expuesta en todas las tiendas? ¿Están las ofertas destacadas en las zonas correspondientes? ¿Está bien situada la oferta por impulso?

3. Control de stock y pérdida de oportunidades de venta: ¿Está toda la oferta expuesta en la tienda? ¿En la zona/lineal que debiera? ¿Hay suficiente cantidad de producto en las zonas de volumen? ¿Se ha perdido alguna oportunidad de venta por falta de stock?



4. **Facility management:** ¿Funciona correctamente la iluminación en toda la tienda? ¿Los anti-hurto? ¿Los sensores de conteo? ¿La caja? ¿El TPV? ¿El hilo musical? ¿La climatización? ¿Algún elemento que deba repararse: mueble de exposición, espejo, cristal, persiana...?

5. **Checking de tienda, apertura y cierre, cambios de turno:** ¿Está la tienda correcta y funcionando antes de la apertura? ¿Se ha hecho el control de alarmas, iluminación, climatización, limpieza general, etc.? ¿Hay suficiente cambio en efectivo y existencias de consumibles de mostrador? ¿Están hechos los re-etiquetajes, cambios de precio y devoluciones? ¿Se han retirado los posibles obstáculos en el circuito de la tienda, accesos a las salidas de emergencia o a extintores?

Los tres primeros tipos de auditorías (*imagen de marca, campañas y promociones, control de stock*) se llevan a cabo para garantizar que la ubicación del producto, el espacio en el estante, los escaparates, los precios y las promociones se ejecuten según lo acordado entre la empresa matriz y los minoristas, tiendas propias y franquiciados. Así se aseguran que los productos se almacenan y muestran correctamente en las tiendas.

Generalmente se asignan a los propios gerentes de las tiendas o a los área managers, que están a cargo de asegurarse que la tienda cumpla con los estándares, que los productos estén en stock, que se mantengan con la señalización adecuada y que se adhieran a los planogramas.

Por su parte, los dos últimos tipos de auditorías (**facility management, apertura y cierre**) ofrecen a los empleados una herramienta rápida y fácil para hacer el control de apertura, cierre y cambios de turno, así como a la propiedad, recibir alarmas en tiempo real de mal funcionamiento de alguna facility de la tienda que deba ser reparada como el aire acondicionado, la luminaria, etc.

- ✓ **Imagen de marca**
- ✓ **Campañas y promociones**
- ✓ **Control de stock**
- ✓ **Facility management**
- ✓ **Apertura y cierre**



IMAGEN DE MARCA



CAMPAÑAS Y PROMOCIONES



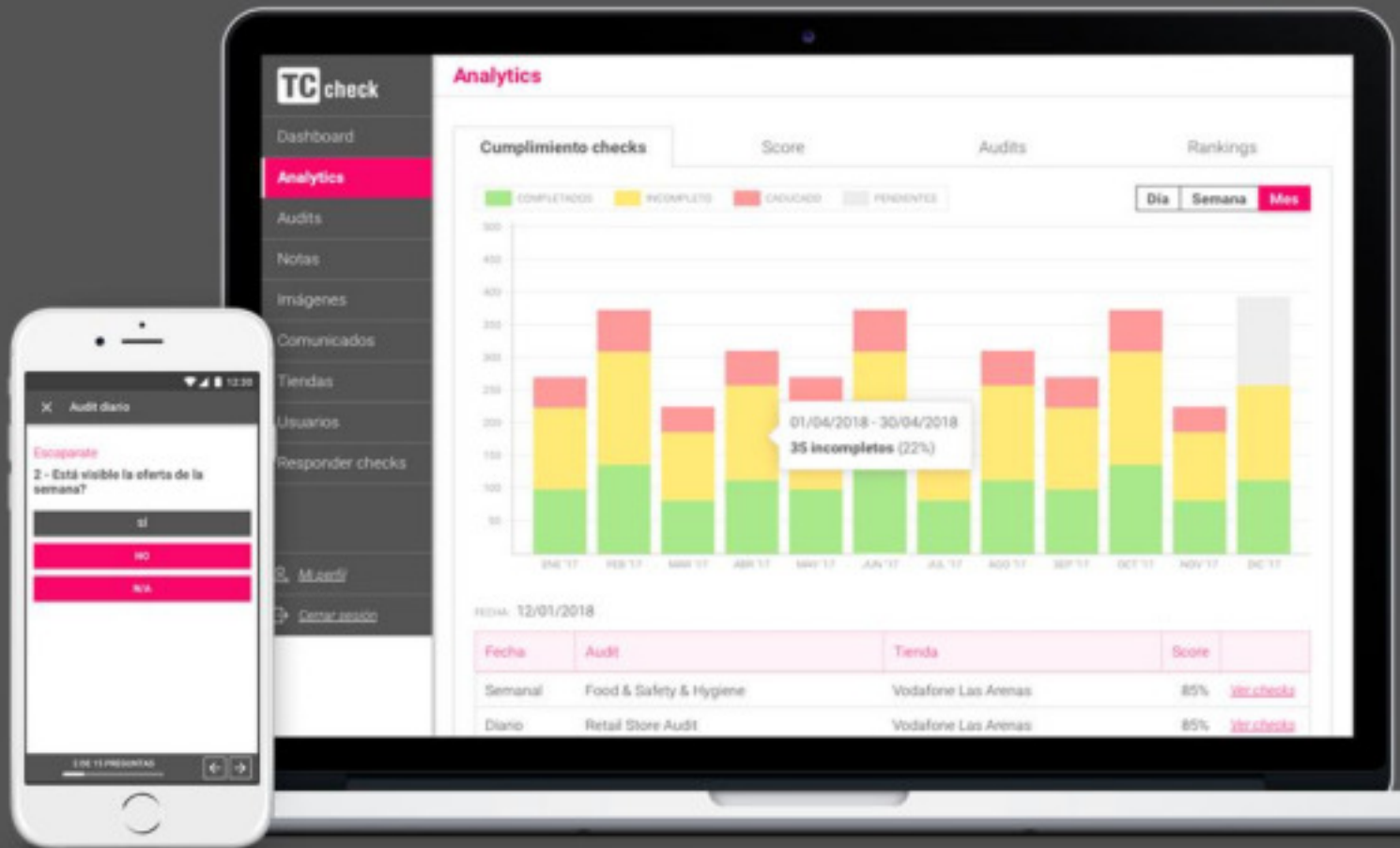
CONTROL DE STOCK



FACILITY MANAGEMENT



APERTURAS Y CIERRES



Ya sea que su negocio opere en una sola ubicación o en una docena, las auditorías de tienda son una manera efectiva de monitorear cómo lo está haciendo. Al examinar la efectividad de sus escaparates, mantener su inventario bajo control, garantizar que presenta la mejor versión posible de su tienda y verificar que las tareas de administración de inventarios se completen a tiempo, las auditorías de la tienda ofrecen una perspectiva profunda de su negocio minorista.

Utilizando auditorías en papel, simplemente pueden compilarse en informes. El feedback entre la empresa matriz y el personal de la tienda es lento o inexistente, no pueden observarse los progresos ya que no permite cruzar datos, y necesita una revisión constante de los cuestionarios para adaptarlos a las necesidades cambiantes del día a día.

Si le preocupa invertir tiempo para compilar informes, considere invertir en una buena solución de software de auditoría de tiendas (www.tc-check.com). Este tipo de solución no solo compilará los datos que necesita, sino que le permitirá ingresar sus listas de verificación, completar auditorías, interactuar con las tiendas y rastrear tendencias, todo desde un solo lugar.

Esto no solo le ahorra tiempo, sino que también le brinda los datos procesables para tomar mejores decisiones comerciales, proporcionando un marco para evaluar nuevas métricas y KPIs relacionadas con el cumplimiento de estándares y procesos de venta en la tienda física.



SOLICITA AHORA TU DEMO GRATUITA

Consigue desde ya la información de tus tiendas en tiempo real



TU TIENDA SIEMPRE A PUNTO

Controla el estado general de tu tienda, si las promociones están correctamente visibles, si hay suficiente stock, si los lineales están ordenados... y todo lo que tú quieras.

Con un solo CHECK.



FÁCIL E INTUITIVA

Diseña tus cuestionarios fácilmente para que tus empleados los rellenen de forma rápida e intuitiva.



REAL TIME

Descubre al momento dónde se ha perdido una oportunidad de venta, dónde falla algún sistema o dónde necesitan más stock.



VISIÓN GLOBAL

Obtén una visión global y exhaustiva de todos tus puntos de venta, ordenados según su puntuación y cumplimiento de checks, y guarda los históricos para realizar tus propios análisis y estadísticas comparativas.



GARANTIZADA POR EL LÍDER

Es un producto de TC Group Solutions, la empresa líder en Retail Intelligence®.

Contacte con nosotros para obtener acceso gratuito a la aplicación TC-Check y para recibir asesoramiento personalizado sobre cómo realizar una auditoría de tiendas más eficiente y adaptada al entorno multicanal.

www.tc-check.com

CONTÁCTANOS



info@tcgroupsolutions.com



+34 93 552 18 51