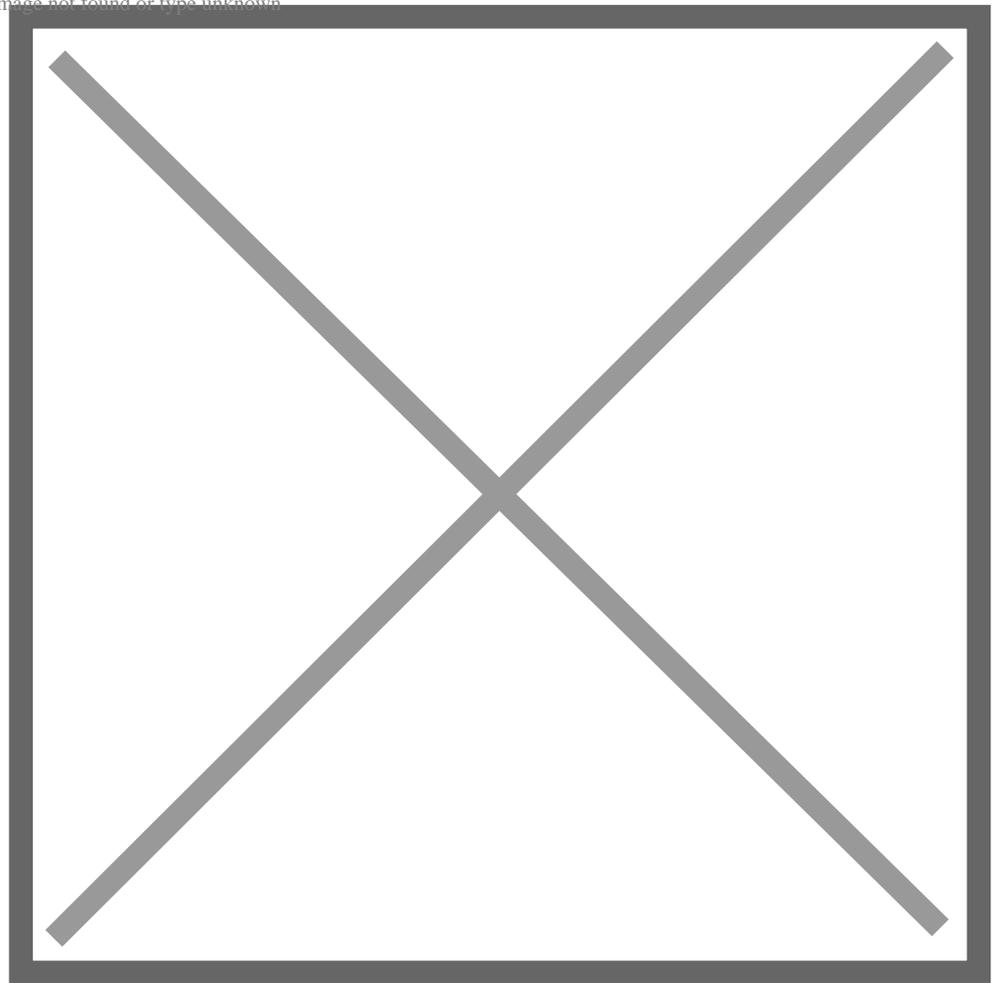

Modaes

Back Stage

Mystery Shopper Omnichannel: Zara, a examen

Franco Marín-Camp
6 abr 2016 - 04:45

Image not found or type unknown



Modaes

Entre el ladrillo y la Red. Estas son los dos ecosistemas en los que se mueve el negocio de la moda desde hace una década y que constituye para los principales grupos españoles del sector un auténtico quebradero de cabeza. Modaes.es pone a prueba la ansiada omnicanalidad entre la tienda física y la tienda online de diez compañías españolas de moda en un ejercicio que, a diario, llevan a cabo centenares de consumidores en España.

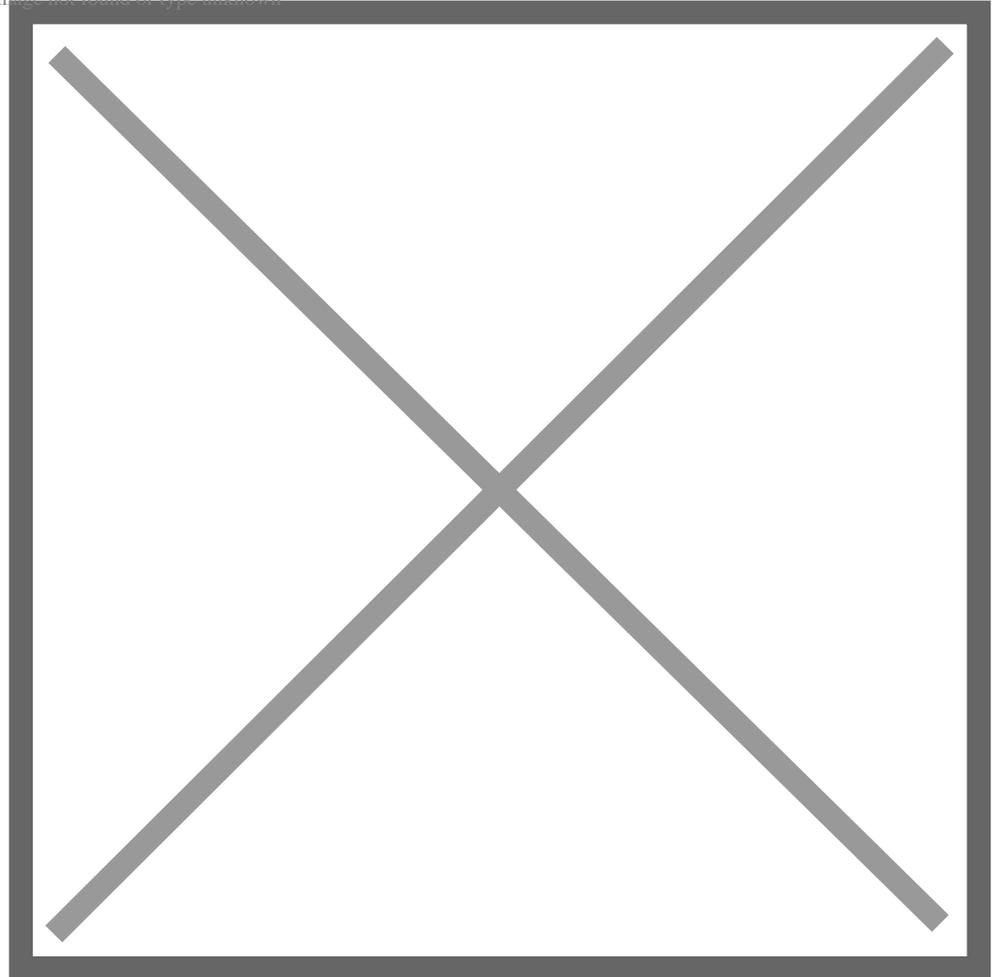
*A través de la técnica del mystery shopper, Modaes.es analizará el funcionamiento y la experiencia que el usuario tiene a la hora de adquirir un artículo en un punto de venta físico y en la tienda online de **Zara, Mango, Desigual, Cortefiel, Pepe Jeans, Inside, El Corte Inglés, Adolfo Domínguez, Camper y El Ganso**. El último número de la serie de reportajes, patrocinada por Lodepo, servirá para comparar el resultado obtenido por el comprador misterioso en cada uno de estos retailers.*

Modaes.es ha comprado una prenda en la tienda online de los diez grupos de moda que, posteriormente, ha sido entregada y recogida en un establecimiento físico situado en Barcelona. A su vez, el mystery shopper se ha desplazado a algunos de los flagship stores de estas compañías en Madrid decidido a adquirir un artículo que, casualmente, no se encuentra en el establecimiento. ¿Dejarán escapar la compra los líderes españoles del sector?

Posteriormente, cada una de las prendas compradas en la tienda física y en la tienda online se han devuelto en el canal inverso, forzando al máximo la omnicanalidad de cada una de las compañías. Las condiciones de cada compra han sido siempre las mismas para asegurar igualdad entre todas las marcas.

Modaes

Image not found or type unknown

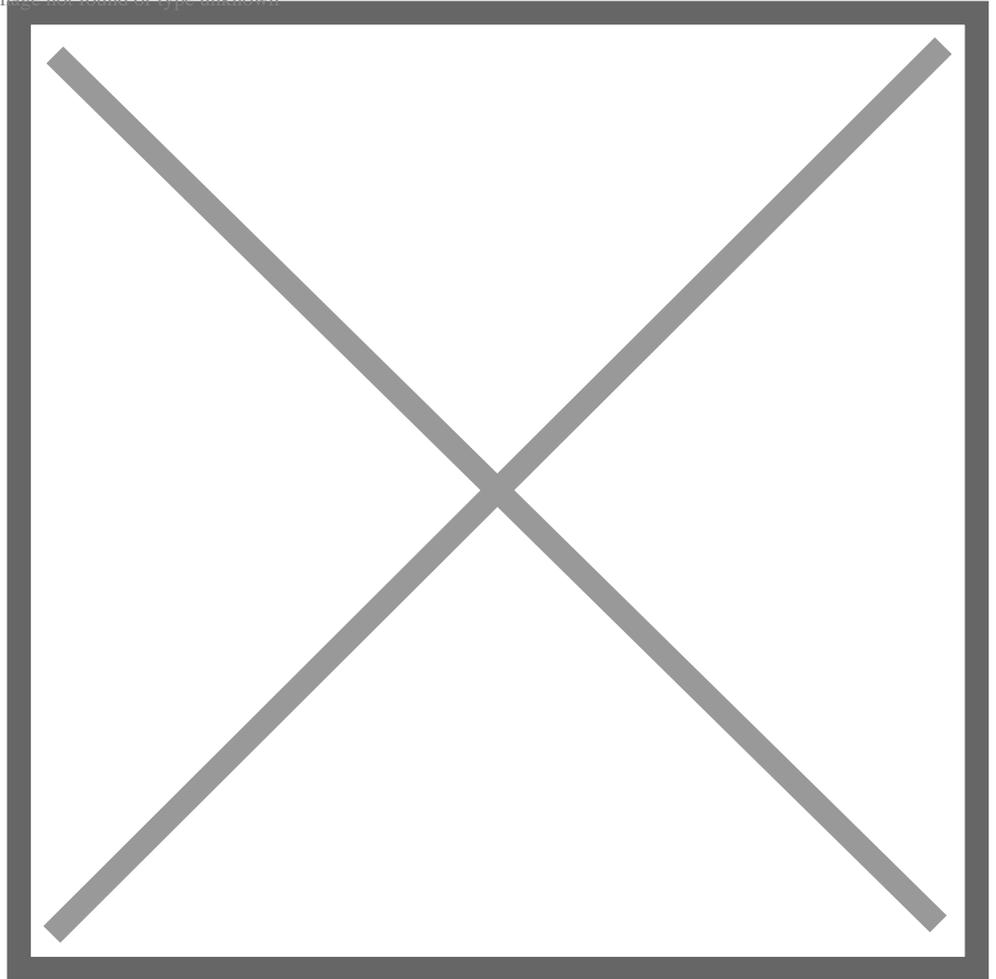


La cadena estrella de **Inditex** puso en marcha su tienda online en septiembre de 2010, lo que desató un gran revuelo entre los consumidores y animó a otras enseñas a lanzarse a la Red. La puesta en marcha de **Zara.com** ha marcado un antes y un después en el comercio electrónico de moda en España. Recientemente, el grupo fundado por **Amancio Ortega** ha completado el despliegue de las tiendas online de sus diferentes cadenas en el conjunto de la Unión Europea.

Modaes

En el canal físico, **Inditex** cuenta con más de 7.000 tiendas en 88 países de los cinco continentes. El grupo registró el pasado año una facturación de 20.900 millones de euros, lo que supuso un incremento del 15,4% en relación a 2014, y obtuvo un resultado neto de 2.875 millones de euros, un 15% más.

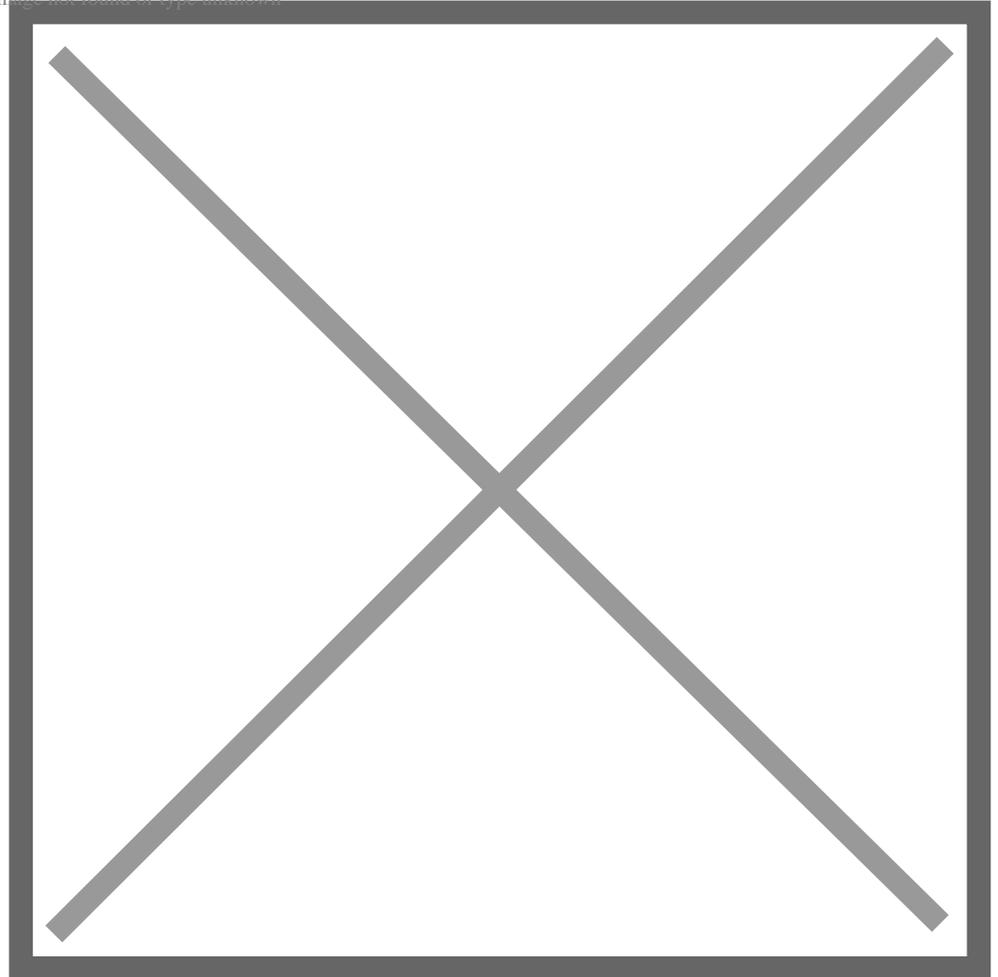
Image not found or type unknown



Antes de hacer la compra...

Modaes

Image not found or type unknown

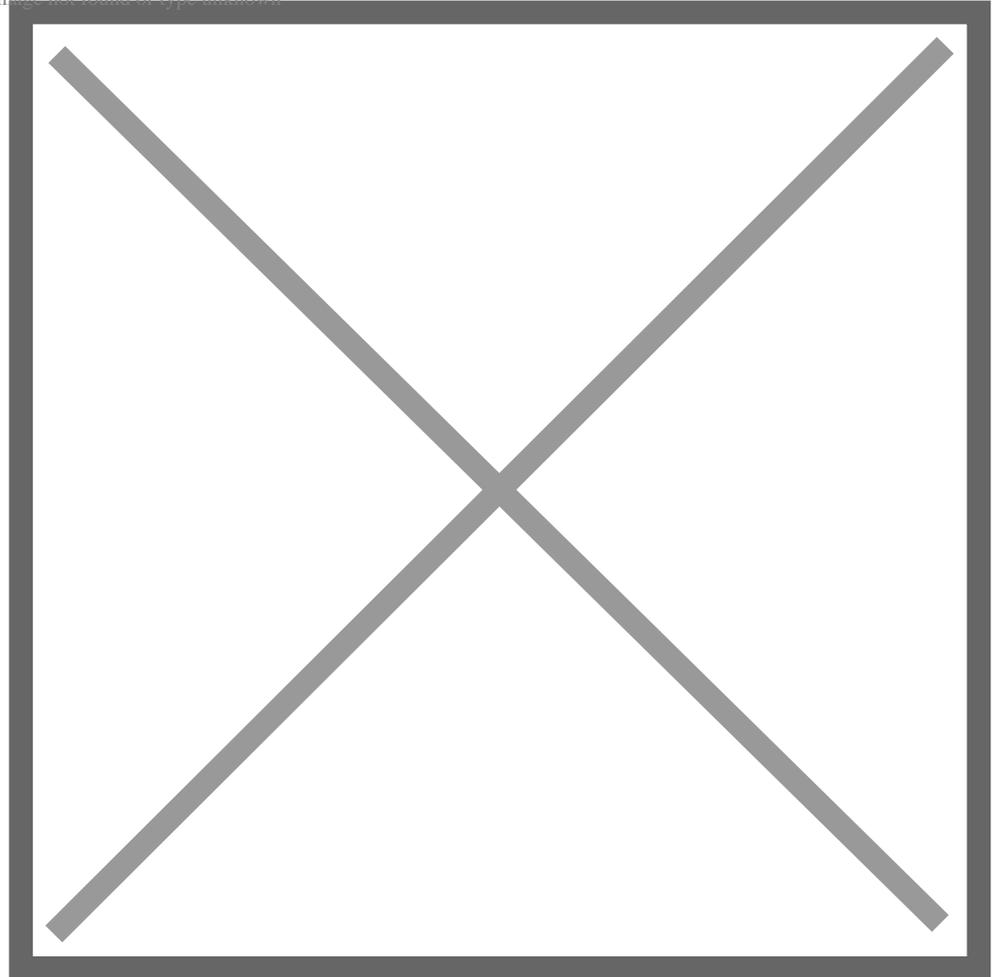


Zara dispone de una aplicación para móviles. El uso de la herramienta es fácil. Desde ella se pueden ver los productos y comprarlos, escanear códigos de barras, consultar los pedidos realizados e incluso descubrir las tiendas más cercanas a la posición real del usuario del *smartphone*. De una forma muy ágil, el usuario de la *app* puede introducir o cambiar los datos de pago y la dirección de envío, conocer los plazos de entrega o contactar directamente con la compañía.

Al hacer la compra...

Modaes

Image not found or type unknown



La plataforma online para ordenadores de sobremesa **Zara.com** es, como la aplicación, fácil de manejar. El comprador misterioso se dirige a la sección de hombre y escoge un producto de la última temporada. Se trata de una camisa de color verde y manga corta con un precio de 25,95 euros. En los pasos siguientes hasta confirmar la compra, el usuario encuentra la opción de recoger el pedido en una tienda física. Esta opción es gratuita.

Si el *mystery shopper* escogiera la entrega en otra dirección, seleccionando el envío estándar, este se efectuaría en los próximos dos o tres días hábiles con un recargo de 3,95 euros porque el pedido efectuado no supera los treinta euros. También existe el envío *express*, que tarda entre 24 horas y 48 horas, siempre en días laborables, con un

Modaes

sobrecoste de 5,95 euros.

Pero la elección del comprador pasa por recibir la camisa en un establecimiento físico, en este caso situado en una calle secundaria de Barcelona. Las *macrotiendas* de **Zara** en Paseo de Gracia o Portal de l'Àngel no entran en los planes del comprador, dispuesto a probar la omnicanalidad de la primera enseña de **Inditex** en el establecimiento de una calle secundaria de la capital catalana. El pedido llegará, tal y como escoge el usuario, a la tienda situada en el número 74 de la calle Gran de Gràcia, que el gigante gallego tiene bajo la enseña **Kiddy's Class**, de moda infantil. El pedido podrá ser entregado sin problema en este punto de venta, pese a no disponer de sección de moda masculina.

A los pocos segundos de finalizar la compra, el *mystery shopper* recibe un correo electrónico de **Zara.com**. “Te confirmamos que tu pedido ha sido recibido con los datos que te mostramos a continuación –detalla la plataforma–; te avisaremos vía email cuando el pedido salga de nuestro centro de distribución”. Todo correcto y en cuestión de pocos minutos.

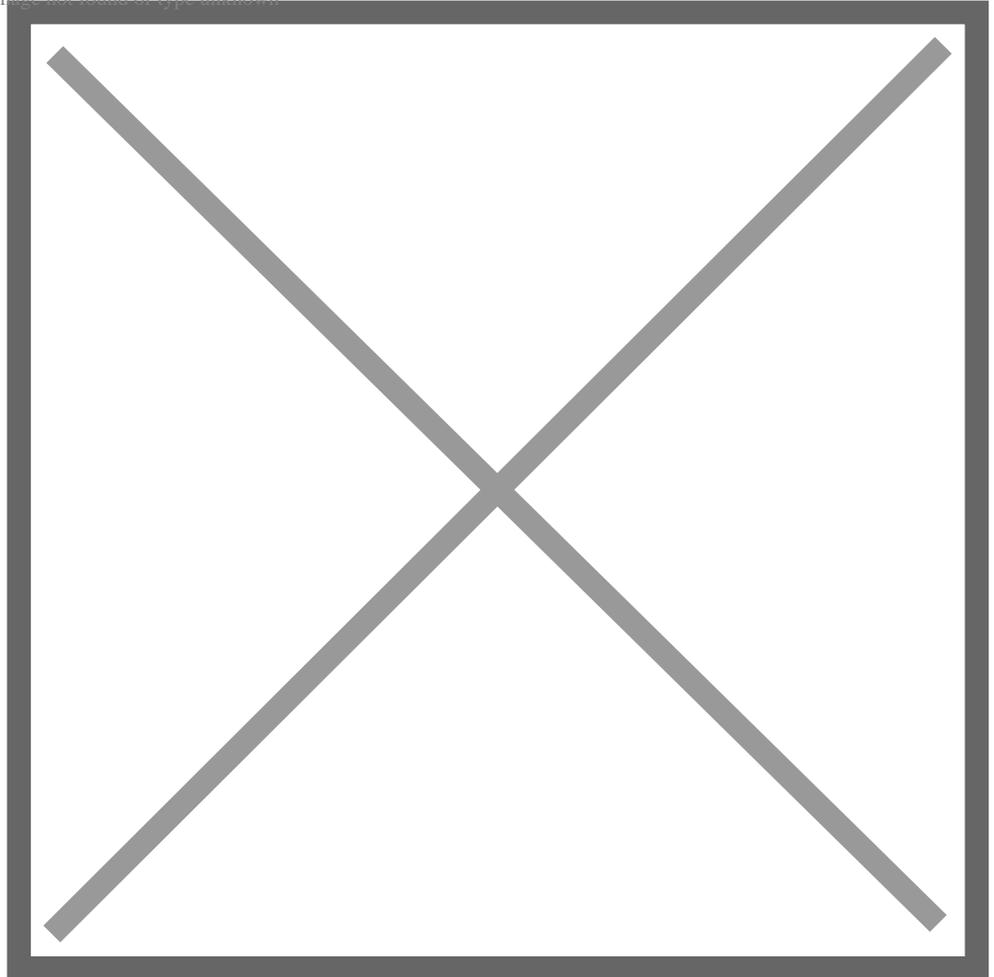
Al día siguiente, el comprador recibe un segundo correo electrónico que le informa de que la camisa está en camino y, al siguiente, **Zara.com** informa de que el pedido ha llegado ya a la tienda. “Te informamos que el plazo para la recogida es de quince días hábiles”, recuerda la plataforma.

Al llegar a la tienda **Kiddy's Class**, el comprador se dirige al mostrador. La dependienta que está en caja llama a una de sus compañeras, que se dirige al almacén y trae la camisa enseguida. Sin abrir el paquete, la dependienta de la caja hace unas comprobaciones en el ordenador y pide el DNI al comprador.

Al hacer la devolución...

Modaes

Image not found or type unknown



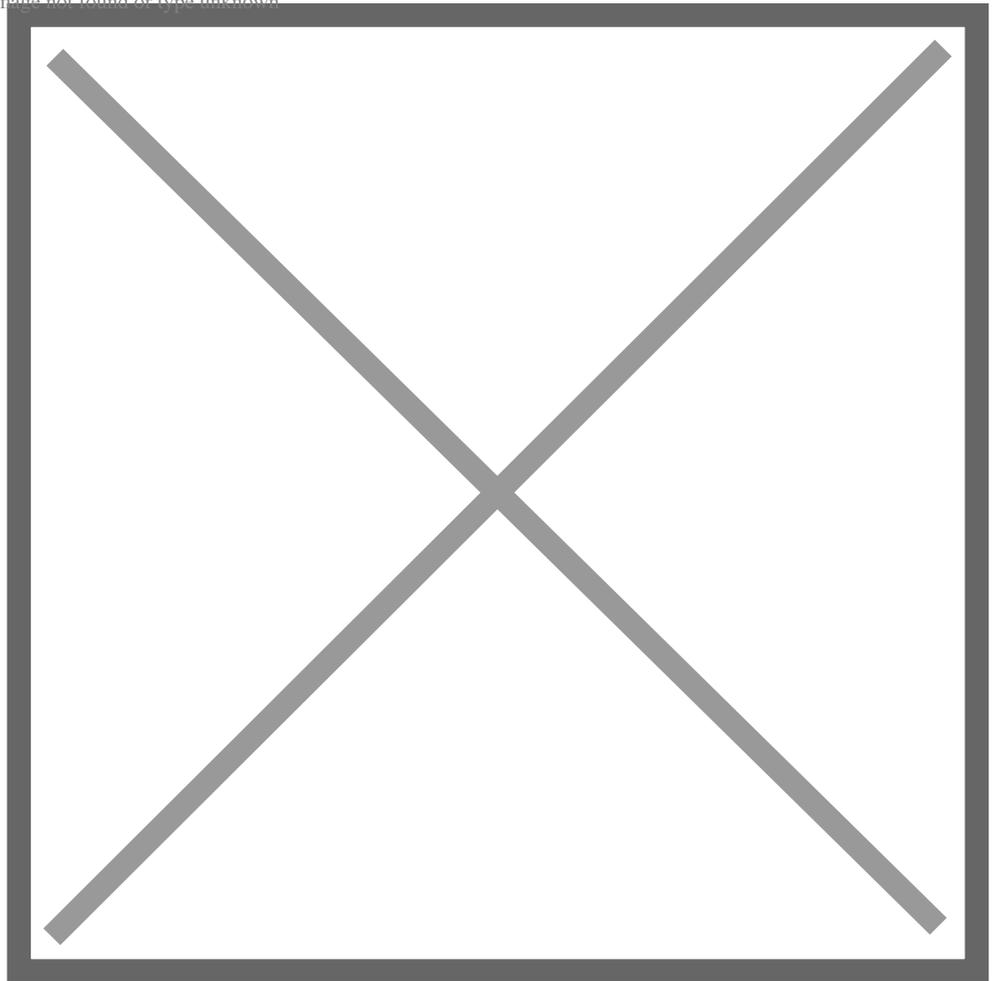
El comprador misterioso no está satisfecho con la compra realizada y decide devolver el producto. Aunque se trata de una compra realizada en la tienda online, la devolución del pedido se puede realizar en una tienda física sin ningún problema. El comprador online acude a un establecimiento de Barcelona con la caja, la camisa y el albarán. El proceso es cuestión de un par de minutos y, a diferencia de otros retailers españoles, **Zara** no pide la tarjeta de crédito usada para la compra en el momento de la devolución.

No se hace *cross selling* en ningún momento. La dependienta comprueba rápidamente el albarán y el estado de la prenda e indica al comprador que en breve **Zara** devolverá el importe de la compra a la tarjeta con la que esta fue efectuada. En los segundos

Modaes

posteriores, el *mystery shopper* recibe un correo electrónico en su *smartphone* que lee mientras sale de la tienda: “Te confirmamos que tu devolución ha sido aceptada. Recibirás el importe mediante la misma forma de pago utilizada en tu compra en un tiempo estimado de 10-14 días, dependiendo de tu entidad bancaria”.

Image not found or type unknown

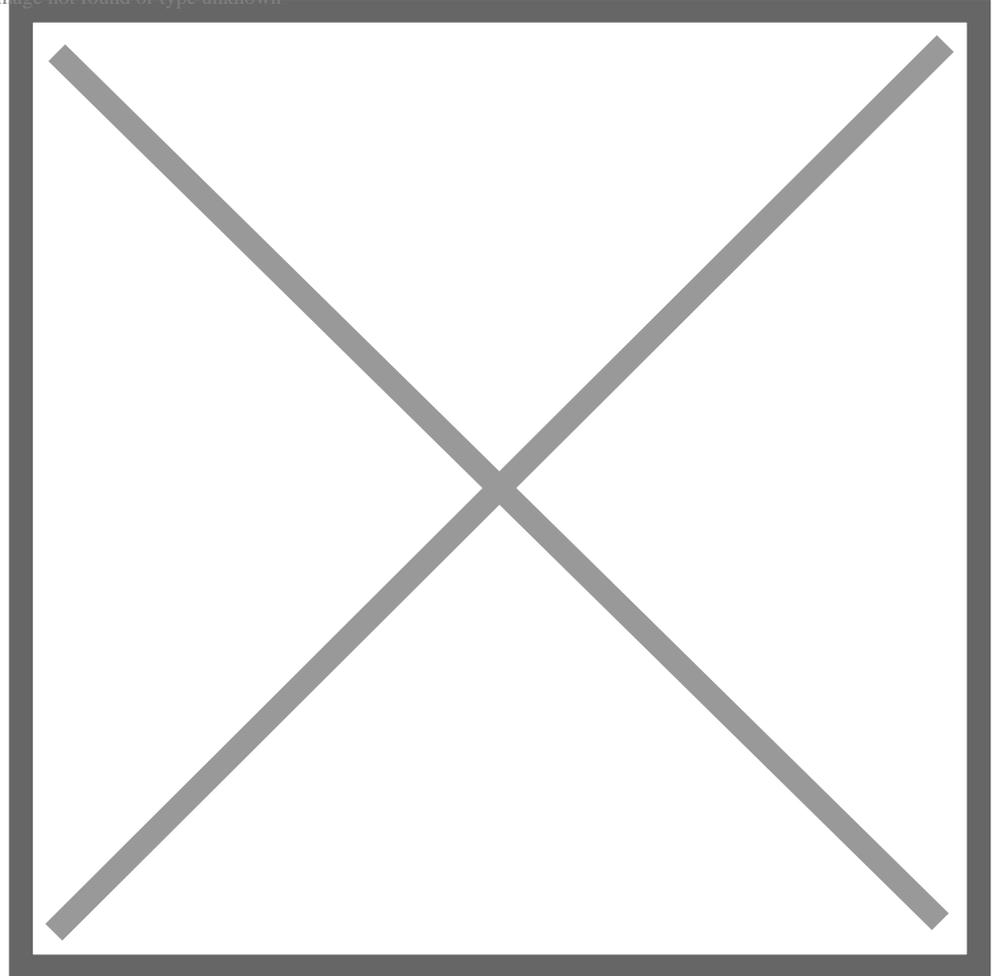


El comprador misterioso también quiere poner a prueba la omnicanalidad de Zara pidiendo en la tienda física un producto que sabe que no está disponible. Primero busca la tienda más adecuada.

Antes de ir a la tienda...

Modaes

Image not found or type unknown



Zara.com dispone de un buscador de tiendas. Además, cuando un usuario escoge un artículo en la plataforma puede saber en qué establecimientos físicos está disponible la prenda que le interesa, en la talla y el color elegidos. El *mystery shopper* escoge una camisa verde y, accediendo a la pestaña “disponibilidad en tienda”, comprueba que en Madrid sólo está disponible en las tiendas de las calles Goya y Orense. Sin embargo, no tiene la opción de reservar la prenda en el punto de venta físico, como si pasa con otras cadenas de **Inditex**.

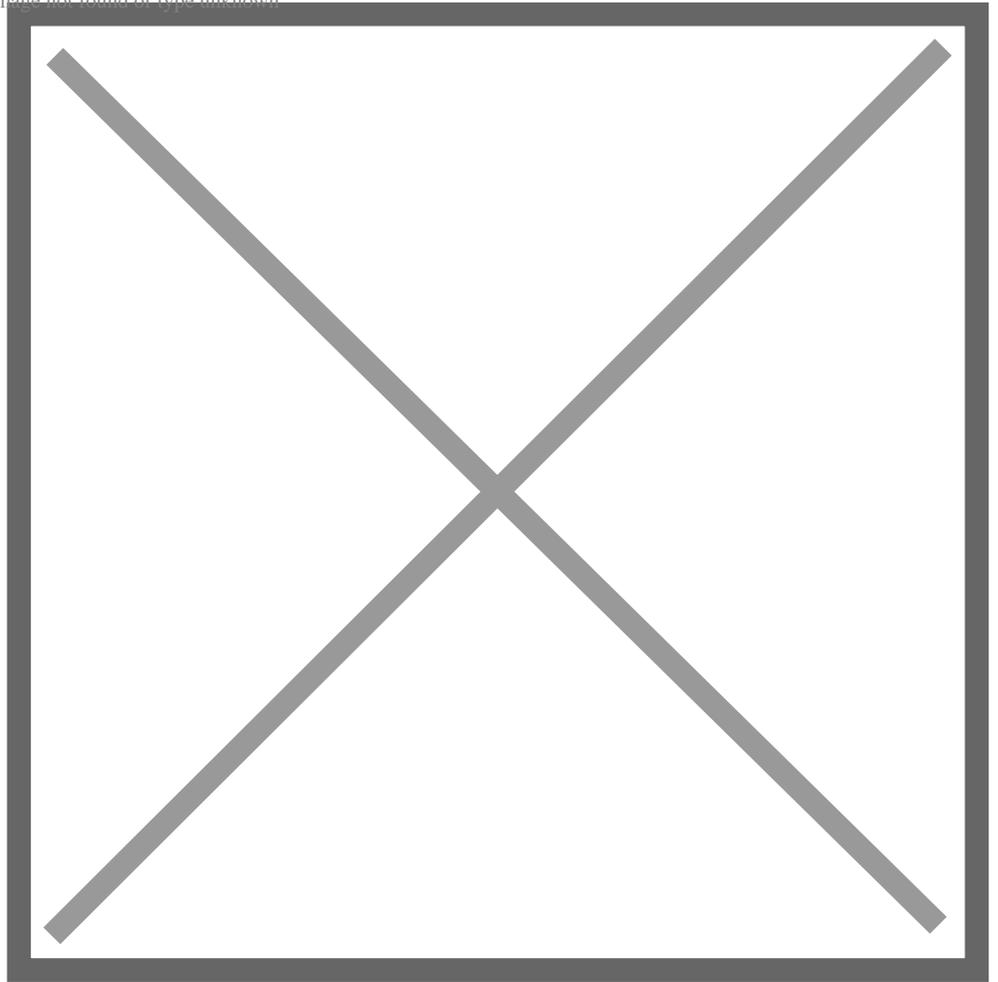
La talla que quiere no está disponible en el *flagship store* situado en el número 23 de la calle Serrano. El comprador se dirige a esta tienda para adquirir su prenda: una

Modaes

camisa verde estampada.

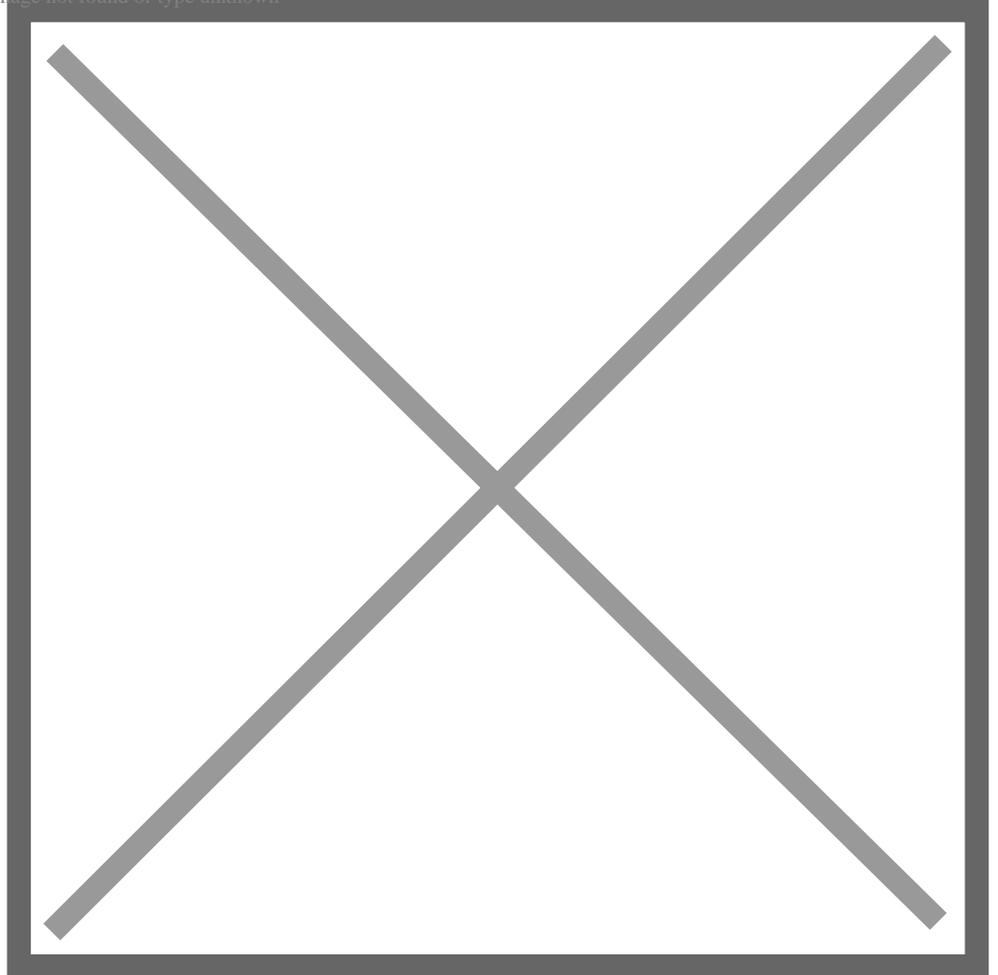
En la tienda...

Image not found or type unknown



Modaes

Image not found or type unknown



El establecimiento de **Zara** dispone de la prenda, pero no en la talla que el cliente desea, así que decide preguntarle a la dependienta si está disponible la talla S en el punto de venta. La dependienta mira entre los colgadores y, al ver que la talla no está, acude al almacén en su búsqueda no sin antes señalarle al consumidor prendas parecidas, que cuelgan de percheros cercanos. Una de ellas es el mismo modelo, pero en azul, la otra es de un color y estampado parecido, pero con distinto cuello.

Pero el *mystery shopper* ya ha elegido y está dispuesto a salir del establecimiento con la prenda que quiere y sin cambiar de idea. En cuestión de dos o tres minutos, la dependienta vuelve a la planta indicando la noticia: “no tenemos la talla en este **Zara**

Modaes

”. Es entonces cuando el consumidor le sugiere la posibilidad de comprarla online desde el mismo establecimiento.

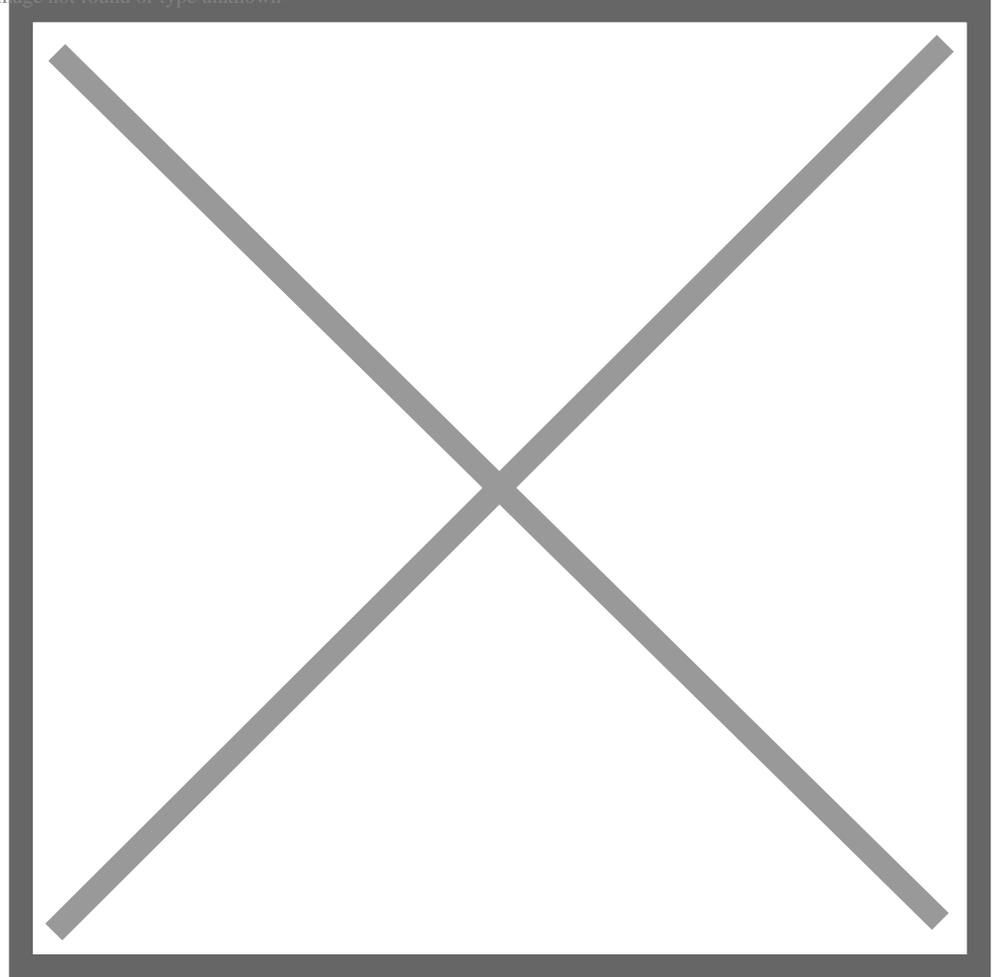
La dependienta le asegura que no hay ningún problema y los dos se dirigen al mostrador, donde ella saca un dispositivo electrónico para hacerlo. Realiza una serie de comprobaciones e inicia la compra junto al consumidor. Selecciona la prenda, el color y la talla y, a continuación, pide los datos de envío del cliente: nombre, correo electrónico, teléfono y dirección de envío. De los distintos tipos de envío, el ya casi cliente elige el estándar que, en este caso, tiene un recargo de 3,95 euros porque la camisa no supera los treinta euros.

Finalmente, le pide la tarjeta al comprador y la pasa por el dispositivo. La compra ha sido realizada y, aún con la trabajadora al lado, el *mystery shopper* recibe un SMS: “Tu pedido en **Zara.com** ha sido recibido. Te avisaremos cuando salga del centro de distribución”. Al día siguiente, un nuevo mensaje avisa al cliente de que el pedido ya ha sido enviado: “Lo recibirás en los plazos previstos según el método de envío seleccionado”, agrega.

Una vez recibido el producto...

Modaes

Image not found or type unknown



La camisa llega al domicilio del comprador en Barcelona dos días después de haberse efectuado la compra. Dentro del *packaging* está la camisa, el albarán y las instrucciones para una posible devolución. El retorno de un pedido se puede efectuar en la tienda física, pero el *mystery shopper* opta por cruzar de nuevo el proceso y escoge la devolución online.

Modaes

Se dirige a **Zara.com** dispuesto a solicitar este tipo de devolución. La plataforma le pide registrarse para poder gestionar el pedido ya realizado, un requerimiento que no fue necesario en ninguna de las dos compras que, por el momento, ha llevado a cabo. Por esta razón, el *mystery shopper* opta por llamar al teléfono de atención online de **Zara**, donde se lo gestionarán.

Para que un mensajero acuda a su domicilio en busca de la camisa, la operadora solicita primero de todo el número de pedido. Aprovecha para preguntarle el motivo de la devolución y le recuerda que esta puede realizarse, si lo desea, en una tienda física. Pero el *mystery shopper* está empeñado en culminar el proceso a su manera, por lo que la operadora registra la petición y le indica que, en los próximos días, un mensajero pasará a recoger su paquete.

Tres días laborables después de hacer la petición, nadie ha acudido todavía en busca de la camisa, por lo que llama de nuevo a atención al cliente online. Una nueva operadora le pide los datos del pedido para conocer por qué el mensajero todavía no ha venido a recoger el artículo. Esta operadora le asegura que mañana pasaran a por él pero, sin embargo, al día siguiente tampoco acude nadie.

Esta es la primera dificultad que el *mystery shopper* se encuentra, tras cruzar varios procesos de compra online y offline forzando la omnicanalidad de **Zara** en cada ocasión. De nuevo llama a atención al cliente, donde le comunican que el mensajero no encontró el domicilio debido a que la dirección está compuesta por un nombre muy largo y “en la etiqueta se corta”. *Gran Via de les Corts Catal...* La operadora le pide los datos de nuevo y le asegura que, al día siguiente, tendrá el mensajero en su domicilio.

Tras cuatro días laborables y tres llamadas telefónicas, **Inditex** llama al *mystery shopper* y le recuerda que puede devolver el pedido en cualquier tienda física del grupo. Sin embargo, el cliente insiste, con lo que la operadora le asegura que al día siguiente el mensajero llegará.

Al quinto día, un mensajero de Seur llama al comprador para asegurarse de que está en casa y, en pocos minutos, se planta al domicilio del comprador y recoge su camisa.

Modaes

Image not found or type unknown

