



PRESS CLIPPING SHOP'N CHEK SMILING REPORT

martes 27 de septiembre de 2016



Atención al cliente: Argentina pierde terreno en el ranking mundial

Guatemala, Costa Rica y Colombia lideran en América Latina

La atención al cliente es un factor clave a la hora de montar un negocio y, a diferencia de lo que muchos creen, se está volviendo un punto flojo entre los minoristas locales.

“En general, los argentinos tenemos una auto percepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador”, explica Myriam Monetti, CEO de Shop'n Chek y Miembro de la Mystery Shopping Academy, quien dio a conocer los resultados del ranking mundial 'Smiling Report' 2016.

Según los indicadores de atención al cliente, Argentina hoy ocupa el puesto número 22, ubicándose muy por debajo de varios países Latinoamericanos y de algunos europeos.

Los líderes de la región en calidad de atención y saludo cordial son Guatemala, que ocupa el primer lugar. Costa Rica está en el 5º y Colombia en el 9º. Brasil, en el lugar 44, está incluso mucho más atrás que la Argentina.

Sin embargo, una noticia alentadora es que Argentina viene registrando una mejora en la performance en los últimos años en lo que refiere a 'Servicios adicionales y venta sugerida'.

“Esto se explica por la habilidad y capacidad de los argentinos para hacerle frente a las ventas especialmente en momentos de retracción de la Economía”, explica Monetti.

En venta sugerida y ofrecimiento de adicionales, Argentina ocupa la posición 20, dejando atrás a grandes players como Alemania y el Reino Unido, que ocupan los puestos 26º y 27º respectivamente, demostrando que son más tímidos a la hora de vender.

El Smiling Report es un informe que compila datos sobre el servicio de atención al cliente que brindan empresas de sectores de diferentes industrias. El relevamiento, que se realiza de modo anual desde 2004, se nutre de distintas evaluaciones que llevan a cabo empresas proveedoras de Mystery Shopping de Asia, Europa, América del Norte y América del Sur.

El reporte se basó en más de 1,1 millón de preguntas provenientes de 61 países que respondieron un cuestionario sobre la atención que recibieron como clientes durante 2015.

Atención al cliente: Argentina pierde terreno en el ranking mundial

Guatemala, Costa Rica y Colombia lideran en América Latina

negocios@diariobae.com

La atención al cliente es un factor clave a la hora de montar un negocio y, a diferencia de lo que muchos creen, se está volviendo un punto flojo entre los minoristas locales.

"En general, los argentinos tenemos una auto percepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador", explica Myriam Monetti, CEO de Shop'n Chek y Miembro de la Mystery Shopping Academy, quien dio a conocer los resultados del ranking mundial 'Smiling Report' 2016.

Según los indicadores de atención al cliente, Argentina hoy ocupa el puesto número 22, ubicándose muy por debajo de varios países Latinoamericanos y de algunos europeos.

Los líderes de la región en calidad de atención y saludo cordial son Guatemala, que ocupa el primer lugar. Costa Rica está en el 5º y Colombia en el 9º. Brasil, en el lugar 44, está incluso mucho más atrás que la Argentina.

Sin embargo, una noticia alentadora es que Argentina viene registrando una mejora en la performance en los últimos años en lo que refiere a 'Servicios adicionales y venta sugerida'.



Los argentinos están bien posicionados a la hora de ofrecer servicios adicionales

"Esto se explica por la habilidad y capacidad de los argentinos para hacerle frente a las ventas especialmente en momentos de retracción de la Economía", explica Monetti.

En venta sugerida y ofrecimiento de adicionales, Argentina ocupa la posición 20, dejando atrás a grandes players como Alemania y el Reino Unido, que ocupan los puestos 26º y 27º respectivamente, demostrando

Brasil también ha tenido una gran caída en el rubro de servicios al cliente

que son más tímidos a la hora de vender.

El Smiling Report es un informe que compila datos sobre el servicio de atención al cliente que brindan empresas de sectores de diferentes industrias. El

relevamiento, que se realiza de modo anual desde 2004, se nutre de distintas evaluaciones que llevan a cabo empresas proveedoras de Mystery Shopping de Asia, Europa, América del Norte y América del Sur.

El reporte se basó en más de 1,1 millón de preguntas provenientes de 61 países que respondieron un cuestionario sobre la atención que recibieron como clientes durante 2015.

<http://www.diariobae.com/article/details/98406/atencion-al-cliente-argentina-pierde-terreno-en-el-ranking-mundial>

<http://bit.ly/2ddgl1h>



martes 27 de septiembre de 2016

Apertura.com

La Argentina, mal ubicada en "atención al cliente"

Entrar a un local a preguntar sobre un producto y salir con la sensación de que, más que contestarle, le ladraron. Y la Argentina no es la excepción.

"En general los Argentinos tenemos una auto percepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador. Algo similar ocurre con Brasil que ocupa el puesto 44° en el ranking mundial, aún bastante más lejos que nosotros", explicó Myriam Monetti".

Según un informe, el país se encuentra en el puesto 22 en la categoría "Saludo cordial y calidad de atención", muy por debajo de otros estados de la región. Por ejemplo, en América latina, Guatemala lidera, ostentando el primer puesto. Costa Rica, el quinto y Colombia, el nueve, según el ránking elaborado la agencia de mystery shopping Shop'n Chek Argentina.

"En general los Argentinos tenemos una auto percepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador. Algo similar ocurre con Brasil que ocupa el puesto 44° en el ranking mundial, aún bastante más lejos que nosotros", explicó Myriam Monetti, CEO de Shop'n Chek y Miembro de la Mystery Shopping Academy.

Sin embargo, no son todas malas noticias. En lo que se refiere a "venta sugerida", es decir, escuchar el consejo del vendedor a la hora de comprar, la Argentina viene creciendo. Allí, el país ocupa la posición 20, dejando atrás a grandes players como Alemania y el Reino Unido, que ocupan los puestos 26° y 27° respectivamente, demostrando que son más tímidos a la hora de vender.



Negocios

La Argentina, mal ubicada en "atención al cliente"

26 de Septiembre 2016



Entrar a un local a preguntar sobre un producto y salir con la sensación de que, más que contestarle, le ladraron. Y la Argentina no es la excepción.



Según un informe, el país se encuentra en el puesto 22 en la categoría "Saludo cordial y calidad de atención", muy por debajo de otros estados de la región.



<http://www.apertura.com/negocios/La-Argentina-mal-ubicada-en-atencion-al-cliente-20160926-0007.html>

<http://bit.ly/2e5BSLJ>



miércoles 28 de septiembre de 2016

ámbito financiero

Mystery Shopping, recurso cada vez más usado para mejorar la atención al cliente

Si bien el término "Mystery Shopping" se acuñó en los años 40 para describir el proceso de evaluación de la calidad de servicio, la industria ganó popularidad mundialmente en los años 70 y 80. Luego en los 90, con el advenimiento de internet se popularizó significativamente. En nuestro país el auge se dio después de 2000 y desde entonces cada vez son más las empresas que utilizan la herramienta, que consiste en un servicio profesional con shoppers entrenados para hacer las evaluaciones, con una plataforma que monitorea los desempeños de esos shoppers y hasta sus gustos y preferencias.

La Argentina todavía tiene mucho que aprender respecto de la experiencia del cliente, y la atención de éste. El país ocupa el puesto número 22 en un ranking mundial incluido en el llamado "Smiling Report 2016", elaborado por Shop'nChek. La lista muestra una ubicación pobre de la Argentina respecto de otros países latinoamericanos y europeos, pero una mejora en su performance de los últimos años en lo que refiere a "Servicios adicionales y venta sugerida". "Esto se explica por la habilidad y capacidad de los argentinos para hacerle frente a las ventas especialmente en momentos de retracción de la economía", comenta Myriam Monetti, CEO de Shop'nChek y Miembro de la Mystery Shopping Academy. Según la especialista, "en general los argentinos tenemos una autopercepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador". "Los líderes de la región son Guatemala, Costa Rica y Colombia y se encuentran al nivel de los países europeos que son los que históricamente se ubican primeros".

En el Smiling Report las preguntas giran en torno a la sonrisa, el saludo y las ventas sugestivas efectuadas por los empleados durante la compra/venta de un producto o servicio. "Ante cada vez más oferta y multiplicidad de productos, la clave en la actualidad es diferenciarse ofreciendo una experiencia que haga que el cliente quiera volver a repetirla. Esta experiencia se mide en todos los puntos de contacto que tiene el cliente con una empresa, por eso existen el Mysterycalling (por teléfono), y el E-mystery (por web/on line) que miden las experiencias fuera de lo que es el canal tradicional del retail", agrega Monetti. "Las empresas exitosas en brindar el mejor servicio al cliente miran de cerca las experiencias que generan sus empleados y se preguntan si lograron que el cliente pensara en repetir su experiencia de compra en ese lugar", añade.

"Hay industrias que por el valor del bien a auditar se manejan solo con indagación, sin compra (en el caso de automóviles o propiedades); en el caso de retailers de comidas siempre es con compra/ consumo. En la industria de la moda se utilizan ambas modalidades. Pero los shoppers siempre siguen directivas específicas que están relacionadas con las particularidades y requerimientos de la empresa que contrata el servicio", analiza Monetti. "Mediante el reporte de resultados en tiempo real on-line lo que se pretende es reflejar la opinión del cliente lo más cercano al momento en que se realizó la auditoría", concluye.

MYSTERY SHOPPING, RECURSO CADA VEZ MÁS USADO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE



Si bien el término "Mystery Shopping" se acuñó en los años 40 para describir el proceso de evaluación de la calidad de servicio, la industria ganó popularidad mundialmente en los años 70 y 80. Luego en los 90, con el advenimiento de internet se popularizó significativamente. En nuestro país el auge se dio después de 2000 y desde entonces cada vez son más las empresas que utilizan la herramienta, que consiste en un servicio profesional con shoppers entrenados para hacer las evaluaciones, con una plataforma que monitorea los desempeños de esos shoppers y hasta sus gustos y preferencias.

La Argentina todavía tiene mucho que aprender respecto de la experiencia del cliente, y la atención de éste. El país ocupa el puesto número 22 en un ranking mundial incluido en el llamado "Smiling Report 2016", elaborado por Shop'n'chek. La lista muestra una ubicación pobre de la Argentina respecto de otros países latinoamericanos y europeos, pero una mejora en su performance de los últimos años en lo que refiere

a "Servicios adicionales y venta sugerida". Esto se explica por la habilidad y capacidad de los argentinos para hacerle frente a las ventas especialmente en momentos de retracción de la economía", comenta Myriam Monetti, CEO de Shop'n'chek y Miembro de la Mystery Shopping Academy. Según la especialista, "en general los argentinos tenemos una auto percepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador". "Los líderes de la región son Guatemala, Costa Rica y Colombia y se encuentran al nivel de los países europeos que son los que históricamente se ubican primeros".

En el Smiling Report las preguntas giran en torno a la sonrisa, el saludo y las ventas sugeridas efectuadas por los empleados durante la compra/venta de un producto o servicio. "Ante cada vez más oferta y multiplicidad de productos, la clave en la actualidad es diferenciar se ofreciendo una experiencia que haga que el cliente quiera volver a repetirla. Esta experiencia se mide en todos los puntos de contacto que tiene el cliente con una empresa,

por eso existen el Mysterycalling (por teléfono), y el E-mystery (por web) que miden las experiencias fuera de lo que es el canal tradicional del retail", agrega Monetti. "Las empresas exitosas en brindar el mejor servicio al cliente miran de cerca las experiencias que generan sus empleados y se preguntan si lograron que el cliente piense en repetir su experiencia de compra en ese lugar", añade.

"Hay industrias que por el valor del bien a auditar se manejan solo con indagación, sin compra (en el caso de automóviles o propiedades); en el caso de retailers de comidas siempre es con compra/consumo. En la industria de la moda se utilizan ambas modalidades. Pero los shoppers siempre siguen directivas específicas que están relacionadas con las particularidades y requerimientos de la empresa que contrata el servicio", analiza Monetti. "Mediante el reporte de resultados en tiempo real on-line lo que se pretende es reflejar la opinión del cliente lo más cercano al momento en que se realizó la auditoría", concluye.

<http://www.ambito.com/856653-mystery-shopping-recurso-cada-vez-mas-usado-para-mejorar-la-atencion-al-cliente>

<http://bit.ly/2dvqKa7>



Smiling Report 2016: Argentina atiende mal a sus clientes

Smiling Report 2016: Argentina atiende mal a sus clientes



El país ocupa el puesto número 22 en el Ranking mundial

Según el ranking mundial 'Smiling Report' 2016 - presentado por Shop'n Chek Argentina - que mide indicadores de atención al cliente, nuestro país ocupa el puesto número 22 en 'Saludo cordial' ubicándose muy por debajo de varios países Latinoamericanos y de algunos Europeos que lideran el ranking.

Según la especialista Myriam Monetti, CEO de Shop'n Chek y Miembro de la Mystery Shopping Academy, esto se debe a que 'En general los Argentinos tenemos una auto percepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador. Algo similar ocurre con Brasil que ocupa el puesto 44° en el ranking mundial, aún bastante más lejos de Argentina' y aclara 'Los líderes de la región en calidad de atención y saludo cordial son Guatemala que ocupa el 1° lugar, Costa Rica el 5° y Colombia el 9°, y se encuentran al nivel de los países Europeos que son los que históricamente se ubican primeros en el ranking'.

El país ocupa el puesto número 22 en el Ranking mundial

Según el ranking mundial 'Smiling Report' 2016 - presentado por Shop'n Chek Argentina - que mide indicadores de atención al cliente, nuestro país ocupa el puesto número 22 en 'Saludo cordial' ubicándose muy por debajo de varios países Latinoamericanos y de algunos Europeos que lideran el ranking.

Según la especialista Myriam Monetti, CEO de Shop'n Chek y Miembro de la Mystery Shopping Academy, esto se debe a que 'En general los Argentinos tenemos una auto percepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador. Algo similar ocurre con Brasil que ocupa el puesto 44° en el ranking mundial, aún bastante más lejos de Argentina' y aclara 'Los líderes de la región en calidad de atención y saludo cordial son Guatemala que ocupa el 1° lugar, Costa Rica el 5° y Colombia el 9°, y se encuentran al nivel de los países Europeos que son los que históricamente se ubican primeros en el ranking'.

<http://www.dossiernet.com.ar/articulo/smiling-report-2016-argentina-atiende-mal-a-sus-clientes/9539>

<http://bit.ly/2cUQTzT>

martes 27 de septiembre de 2016

Atención al cliente: la Argentina está perdiendo terreno en el ranking mundial

Guatemala, Costa Rica y Colombia lideran en América latina. El reporte se basó en más de 1,1 millón de preguntas provenientes de 61 países

Atención al cliente: la Argentina está perdiendo terreno en el ranking mundial

27-09-2016 Guatemala, Costa Rica y Colombia lideran en América latina. El reporte se basó en más de 1,1 millón de preguntas provenientes de 61 países



The image shows a screenshot of a website article. On the left, there are two orange boxes with white text. The top one says 'NOTA DESTACADA' and the bottom one says 'SUSCRIBITE'. To the right, there is a photograph of a woman smiling and holding a credit card, with another woman looking at it. In the background, a man is talking on a phone. The text in the article is partially visible and repeats the headline.

La atención al cliente es un factor clave a la hora de montar un negocio y se está volviendo un punto flojo entre los minoristas locales.

“En general, los argentinos tenemos una autopercepción de ser amables y cordiales pero eso no siempre se refleja detrás del mostrador”, explica Myriam Monetti, CEO de Shop’n Chek y Miembro de la Mystery Shopping Academy, quien dio a conocer los resultados del ranking mundial ‘Smiling Report’ 2016.

Según los indicadores de atención al cliente, Argentina hoy ocupa el puesto número 22, ubicándose muy por debajo de varios países latinoamericanos y de algunos europeos. Los líderes de la región en calidad de atención y saludo cordial son Guatemala, que ocupa el primer lugar. Costa Rica está en el 5° y Colombia en el 9°. Brasil, en el lugar 44, está incluso mucho más atrás que la Argentina.

Sin embargo, una noticia alentadora es que Argentina viene registrando una mejora en la performance en los últimos años en lo que refiere a ‘Servicios adicionales y venta sugerida’. “Esto se explica por la habilidad y capacidad de los argentinos para hacerle frente a las ventas especialmente en momentos de retracción de la Economía”, explica Monetti. En venta sugerida y ofrecimiento de adicionales, Argentina ocupa la posición 20, dejando atrás a grandes players como Alemania y el Reino Unido, que ocupan los puestos 26° y 27° respectivamente, demostrando que son más tímidos a la hora de vender.



El Smiling Report es un informe que compila datos sobre el servicio de atención al cliente que brindan empresas de sectores de diferentes industrias.

El relevamiento, que se realiza de modo anual desde 2004, se nutre de distintas evaluaciones que llevan a cabo empresas proveedoras de Mystery Shopping de Asia, Europa, América del Norte y América del Sur.

El reporte se basó en más de 1,1 millón de preguntas provenientes de 61 países que respondieron un cuestionario sobre la atención que recibieron como clientes durante 2015.

<http://www.iprofesional.com/notas/239236-Atencion-al-cliente-la-Argentina-est-perdiendo-terreno-en-el-ranking-mundial>

<http://bit.ly/2d615ny>