

# Quanto mais velho melhor?

Carlos Caldeira

A evolução do Mystery Shopping

# Quanto mais velho melhor?

Carlos Caldeira

## A evolução do Mystery Shopping

Nossa, ainda se faz Mystery Shopping (MS)? Não é incomum ouvir isso nas apresentações do portfólio de soluções de Customer Experience (CX) da Ipsos. De fato, o MS é um dos mais antigos produtos oferecidos pelas empresas de pesquisa de mercado, e agora pelas empresas de advisory em Customer Experience como a Ipsos. As primeiras documentações sobre MS datam da década de 1940. Entretanto, é interessante notar que a indústria do MS está ativa, crescendo e se reinventando. Estimativas colocam o mercado global de MS em torno de 2 Bilhões de Euros por ano!

Outra falácia comum é achar que o MS foi substituído por pesquisas de satisfação e NPS (net promoter score). Nada mais longe da verdade. Em primeiro lugar, a evolução da importância da experiência do consumidor alavancou sobremaneira a importância de MS. Além disso, a evolução tecnológica permitiu que o MS se sofisticasse, e muito.

O advento dos dispositivos móveis e das plataformas tecnológicas permite consulta em tempo real, melhor gestão dos shoppers, controle das visitas através da geolocalização e melhores insights através de questionários nos aplicativos e complemento da informação através de foto e vídeo.

Uma nova modalidade que vem surgindo com muita força é a das chamadas micro transações, onde se aproveita a geolocalização do shopper para sugerir pequenas missões.

Um exemplo clássico é a checagem de preços em postos de gasolina, por exemplo. Um segundo ponto é entender que o MS é o complemento perfeito para um amplo programa de CX, e não um substituto para a pesquisas de satisfação.

O MS se volta principalmente à medição da consistência da experiência, quer entre pontos de vendas, quer entre canais. O MS traz luz para as promessas “não cumpridas” ou para pequenos procedimentos, que se executados, tem o potencial de aumentar drasticamente o potencial de vendas.



Carlos Caldeira

A Ipsos se coloca na posição de líder deste mercado: líder em clientes, líder em gestão de programas e líder em tecnologia:

## 1 Líder em Clientes



A Ipsos é um dos três maiores players do mercado mundial, com mais de 1000 clientes, em setores tais como Serviços Financeiros, Automotivo, Telecom, Varejo, Distribuição de Combustíveis, Setor de saúde, entre outros. Fazemos mais de 1 milhão de visitas anuais e já fizemos avaliações em mais de 100 países. Participamos daquele que é considerado o maior programa do mundo, o do USPS (United States Postal Services).

## 2 Líder em Tecnologia

Nossa plataforma é considerada uma das melhores da indústria, oferecendo resultados em tempo real, acessos customizados para toda a organização, “device agnostic” (mesma informação no PC e no dispositivo móvel) e acompanhamento das melhorias.



Visão da plataforma da Ipsos utilizada para MS (iShopfor Ipsos)

Carlos Caldeira

## 3 Líder em Gestão de Programas

Através de nossa experiência e do compartilhamento das melhores práticas, desenvolvemos metodologia própria para extrair o melhor em cada programa de MS. Ela se baseia em três Pilares: MELHOR DESIGN (o que avaliar, onde e quando avaliar), MELHOR EXECUÇÃO (tecnologia e gestão do painel são chave) e MELHOR IMPACTO (através de insights em tempo real, workshops de melhoria e apoio para a implementação).



Melhor execução através de recomendações práticas e implementáveis

# Quanto mais velho melhor?

Abril 2018

---

**Carlos Caldeira** é Managing Director na Ipsos Loyalty Brasil

A **Ipsos Loyalty** é a líder global em pesquisas de *Customer Experience*, satisfação e lealdade com mais de 1.000 profissionais dedicados em mais de 40 países ao redor do mundo. Nossas soluções criativas ajudam na criação de relacionamentos duradouros que levam a melhores resultados para nossos clientes. Isso fez com que nós nos tornássemos consultores de confiança para os principais setores globalmente, quando se trata de coletar, medir, analisar, modelar e gerenciar relacionamentos com clientes e funcionários.

Entre em contato com a gente!

**Lia Bonadio**

lia.bonadio@ipsos.com

**Cecilia Schwemler**

cecilia.schwemler@ipsos.com

**Carlos Caldeira**

carlos.caldeira@ipsos.com

**GAME CHANGERS**

<< Game Changers >> é a assinatura Ipsos. Na Ipsos nós somos apaixonados por entender a fundo as pessoas, os mercados, as marcas e a sociedade. Facilitamos a trajetória nesse mundo de mudanças tão rápidas e inspiramos nossos clientes a tomarem decisões mais assertivas. Entregamos segurança, simplicidade, supavelocidade e substância. Somos **Game Changers**.

[www.ipsos.com/pt-br](http://www.ipsos.com/pt-br)  
[www.facebook.com/ipsosbrasil](https://www.facebook.com/ipsosbrasil)

GAME CHANGERS

