

REPORTE MENSUAL ANÁLISIS CONSOLIDADO DE MYSTERY SHOPPER NATURA

ENERO 2022



REPORTE MENSUAL

ANÁLISIS CONSOLIDADO DE MYSTERY SHOPPER NATURA

A. ANTECEDENTES: CONTEXTO

Se identifica de manera científica el perfil de las líderes más destacadas de Natura, dichas competencias y características fueron priorizadas en la búsqueda y selección de los 6 participantes que forman parte en el proceso de Mystery Shopper.

En la Primera Etapa de inserción como Consultores Natura: se identifica que, a pesar de que los procedimientos se encuentran establecidos para los diferentes procesos, los mismos no se cumplen, por lo cual los participantes no tuvieron "Llamada de bienvenida", ni tampoco las capacitaciones correspondientes al ingreso "Reunión de Oportunidad". De igual forma, el material informativo entregado por los líderes no ha sido estandarizado, lo que profundiza la diferencia en el desarrollo y evolución de cada uno de los participantes.

El proceso del "pedido" ha sido identificado como "proceso crítico", por su complejidad y por la falta de capacitación sobre las condiciones del pedido, uso de la plataforma, sumado a la relación de apoyo de cada uno de los líderes; lo que produce dudas, desánimo, frustración y con ello se identifica que en esta parte del proceso existe alta consideración de deserción por parte de los participantes. Sin embargo; cuando los consultores logran pasar esta etapa y realizar los pedidos de forma independiente y familiarizarse con la Plataforma, se sienten con mayor autonomía y tranquilidad para cumplir con sus pedidos cada ciclo.

Como una conclusión importante en la última reunión, se encontró la afirmación de: "sin capacitación no hay crecimiento", el conocimiento es la fuente de seguridad, de la búsqueda de nuevas metas y crecimiento y el no tener claridad de cómo lograrlos y la falta de capacitación sobre los procesos, hace que a pesar de tener el potencial prefieran quedarse solo con las actividades de venta y pedido, no buscar hacer su red de equipo para crecer. Por lo que el equipo de Consultores MindMetriks toma las siguientes acciones:

1. Solicitar a los participantes ingresar y certificarse en la "Ruta Bronce", como una forma de llenar vacíos, que se familiaricen con la plataforma y que obtengan conocimientos que les permita afianzar su compromiso y seguridad
2. Recordarles la importancia de que cada uno arme su red, motivándolos a realizar una lista de prospectos y organizar reuniones con los mismos.
3. Brindar apoyo adicional a los consultores que requieran con el fin de que se sientan acompañados en el proceso de armar su red.



B. PRINCIPALES HALLAZGOS

- Al solicitar a los participantes que se certifiquen en la Ruta Bronce se pudo verificar que ninguno tenía conocimiento de la existencia de NaturAprende, los Líderes no les comunicaron sobre esta instancia. También, se pudo observar que los participantes tuvieron dificultades para ubicar la sección de NaturAprende en la plataforma. Como una solución, se optó por enviar una imagen con las indicaciones precisas para encontrar el ítem.
- La certificación de la Ruta Bronce ayudó a los participantes a afianzar los conocimientos sobre técnicas de venta, comunicación efectiva, cómo tener mayores prospectos. Además de disminuir sus miedos y sentirse orgullosos de lo que hasta ahora vienen logrando en Natura.
Se recomienda:
 1. Establecer las capacitaciones de NaturAprende como parte de los procedimientos que deben implementar los Líderes en el ingreso de un nuevo consultor Natura.
 2. Dar mayor relevancia a NaturAprende dentro de la plataforma y fortalecer la comunicación en el correo de bienvenida sobre esta herramienta.
- Los participantes han contactado varias personas para armar su red utilizando diferentes técnicas de enganche, a pesar de que sus primeros intentos no fueron exitosos. Esta etapa constituye parte importante del proceso de crecimiento y aprendizaje de los participantes, ya que a pesar de generarse un alto nivel de frustración, esta experiencia les ha permitido profundizar en los claims de Natura, identificando la información que deben reforzar, conociendo las principales dudas de los prospectos, y también las fases críticas dentro de las reuniones con prospectos.
- Se pudo verificar que existe información distinta por parte de los líderes en cuanto a los documentos y procesos para ingresar a las personas en su red, llegando a complejizar y confundir a los consultores. Se sugiere homologar la información y capacitar sobre la instancia dentro de la Plataforma que les permite realizar este proceso de forma independiente.
- El grupo de WhatsApp facilita el manejo de información y gestión de la red, haciendo que las personas se sientan acompañadas en el proceso. Además se valora que se tenga una comunicación rápida para resolver sus dudas y acceso a información de interés general (incentivos, promociones, convenciones, etc.).
- En cuanto a la recepción del pedido, se encuentra que únicamente Araceli Mata le ha llegado incompleto. Ella se comunicó al call center, a inicios de Diciembre, donde le dijeron que le iban a hacer entrega de los productos faltantes (una crema de maracuyá y la mochila del kit de emprendimiento). Sin embargo, aún no le han llegado los productos.

C. RETOS DE LOS PARTICIPANTES EN ESTA ETAPA

- Que puedan conformar su red y crecer al nivel CNE1, basados en un mayor conocimiento de los procesos por parte de los participantes y con más confianza en ellos mismos.
- Además, que tengan una comunicación más efectiva con sus clientes y prospectos, y con ello:
 1. Incrementen sus ventas
 2. Transmitan de mejor manera la información acerca del modelo de negocio Natura, para lograr atraer más prospectos.

D. ANEXOS

- Testimonio de Arantza Manrique donde se reflejan las diferentes indicaciones que brindan los líderes para ingresar personas a la red.



natura