

Análisis de la encuesta de satisfacción de Foster's Hollywood.

[14 septiembre, 2015](#)



Compártelo en tus redes, padawan.



¡Muy buenas padawan! Hace mucho que no escribo nada en el blog, perdona, ha sido un verano un tanto caótico. Estoy en una etapa de varios cambios en mi vida y tengo que ponerme al día y organizar un poco el trabajo.

Hoy te ha traído hasta aquí este nuevo post en el que voy a analizar la encuesta de satisfacción que podemos encontrar en la cadena de restaurantes [Foster's Hollywood](#) ya que me pareció una buena idea, y un buen ejemplo a seguir por los restaurantes y negocios en general. ¡Aparte de que me encantan las encuestas!

Sin más, vamos con el análisis de la encuesta de satisfacción.

Encuesta de satisfacción de Foster's Hollywood.

Antes de nada, quiero decir algo: ¡Me declaro fan incondicional de las encuestas de satisfacción! Es ver una encuesta y... una fuerza se apodera de mí y siento la necesidad de completarla jaja A veces pienso... ¿Soy al único que le pasa esto? Venga, puedes ser sincero conmigo, no te preocupes, quedará entre tú y yo 😊

Me parecen una excelente forma (siempre y cuando se hagan bien) de conocer a tus clientes, sus opiniones, sus críticas, sus inquietudes, etc. Así que te aconsejo usarlas, porque el beneficio que te puede reportar una encuesta de satisfacción es muy alta, créeme. ¡Y si no que se lo pregunten a los de Foster's Hollywood!

14-¿Qué medios de comunicación utilizas habitualmente?

Televsión
Prensa
Radio
Internet

Eres nuestro mejor crítico

¿En qué Foster's Hollywood y ciudad estás ahora?

1-Valora los siguientes aspectos de nuestro establecimiento:

MM = Muy Mala M = Mala R = Regular B = Buena MB = Muy Buena

Comida:

	MM	M	R	B	MB
Presentación					
Sabor					
Temperatura					
Cantidad					
Precio					
Calidad/Frescura					

Servicio:

	MM	M	R	B	MB
Rapidez					
Cordialidad					
Eficacia					

Ambiente:

	MM	M	R	B	MB
Valoración música					


	Muy Alta	Alta	Normal	Baja	Muy Baja
Volumen música					

Decoración/Mobiliario:

Agradable	
Recargada	
Divertida	
Simple	

Valoración General:

	MM	M	R	B	MB
Comida					
Servicio					
Ambiente					
Total visita					



Foster's
HOLLYWOOD
AMERICAN RESTAURANT SINCE 1971

www.fostershollywood.es

Gracias por tus comentarios y el tiempo que nos has dedicado. Puedes hacernos llegar más sugerencias a través de: www.fostershollywood.es

El equipo de Foster's Hollywood.

La encuesta de satisfacción, en líneas generales, está muy conseguida. Está muy a la mano de los clientes, los empleados la ofrecen amablemente, incluye unas preguntas muy concretas, fáciles de contestar, también se agradece que la hagas en el momento dentro del restaurante, ya que otras (¿te había dicho ya que me gusta hacer encuestas?) las tienes que hacer por internet y la experiencia no es la misma, ya que no tienes fresco el recuerdo y no lo estás viendo ni saboreando en ese momento.

Como punto negativo, o como desventaja frente a otros competidores, no ofrecen nada a cambio de realizar la encuesta de satisfacción, ya que otros te ofrecen pequeños descuentos si las haces. Supongo que esto se debe al ahorro de costes que supone hacerla por internet en vez de en papel.

Ahora, después de analizar los aspectos más generales, voy a analizar toda la encuesta pregunta a pregunta, son 14, para ver qué beneficios obtienen de la encuesta y como tú también puedes obtenerlos.

Primera parte. Preguntas sobre el restaurante.

En esta parte incluye las primeras 3 preguntas del cuestionario, las cuales van enfocadas a hacer preguntas sobre el restaurante, la comida, el servicio, el ambiente, etc. y su objetivo principal es conocer la calidad del restaurante y sus componentes.

1. Valora los siguientes aspectos de nuestro establecimiento.

El título de la encuesta de satisfacción es “Eres nuestro mejor crítico”, me parece un título acertado ya que está dando importancia al cliente, dicen que para ellos, nosotros somos los mejores, somos los que mejor podemos ayudarles. Pues adelante, echémosles una mano.

Para empezar la encuesta de satisfacción, preguntan en cuál Foster’s Hollywood estamos, esto es interno, es decir, para saber qué puntuación obtienen los diferentes Foster’s Hollywood que hay repartidos por toda España. ¿No te parece genial? Así saben cuáles lo hacen bien, para recompensarles y cuáles lo hacen mal, para ponerles las pilas.

Eres nuestro mejor crítico

¿En qué Foster's Hollywood y ciudad estás ahora?

1-Valora los siguientes aspectos de nuestro establecimiento:

MM = Muy Mala M = Mala R = Regular B = Buena MB = Muy Buena

Comida:

	MM	M	R	B	MB
Presentación					
Sabor					
Temperatura					
Cantidad					
Precio					
Calidad/Frescura					

Servicio:

	MM	M	R	B	MB
Rapidez					
Cordialidad					
Eficacia					

Ambiente:

	MM	M	R	B	MB
Valoración música					
Volumen música	Muy Alta	Alta	Normal	Baja	Muy Baja

Decoración/Mobiliario:

Agradable	
Recargada	
Divertida	
Simple	

Valoración General:

	MM	M	R	B	MB
Comida					
Servicio					
Ambiente					
Total visita					

La 1ª pregunta es del tipo “escala de Likert” que, según [Oriol Llauradó en netquest.com](http://OriolLlaurado.netquest.com), nos permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado. Es uno de los métodos más usados para realizar encuestas, está prácticamente en todas partes.

Teniendo en cuenta que es un restaurante, lo más lógico es preguntar por los factores de calidad de la comida, por eso en la encuesta de satisfacción preguntan por la presentación, sabor, temperatura, cantidad, precio y relación calidad precio.

El objetivo de esta pregunta está focalizada totalmente en conocer la calidad de sus productos. Así conocen qué aspectos son los más y menos valorados dentro de sus productos. Si lo más valorado fuese la cantidad, deberían de seguir con cantidades grandes de comida, y si la menos valorada es la presentación, quiere decir que tienen que mejorar en el diseño de los platos ya que, según los clientes, son “feos”.

[Conoce mejor a tus consumidores realizando una encuesta de satisfacción. #mkt #encuesta](#)

[Click To Tweet](#)

También preguntan por el servicio, de si ha sido bueno o no, en este caso se refiere a los camareros. En mi experiencia personal he de decir que fue excelente.

Se preocupan por el ambiente del local y la comodidad del cliente y para ellos usan de nuevo una escala Likert para la música, y una pregunta de tipo categorizada para que señales qué te ha parecido la decoración, si agradable, recargada, divertida o simple.

Finalmente, la pregunta 1 acaba haciendo hincapié en la calidad global del restaurante, para conocer qué opinión tiene el cliente del restaurante en general para conocer si le ha gustado más la comida, el servicio o el ambiente.

2. ¿Qué es lo que más te gusta de nuestro restaurante?

Esta es una pregunta de tipo abierta, difícil de codificar y valorar, ya que la persona puede poner cualquier cosa.

El restaurante necesita saber qué es lo que están haciendo bien, necesita saber qué es lo que más les gusta a sus clientes para poder potenciarlo y poder enfocar sus esfuerzos hacia aquellos aspectos que los clientes valoran más positivamente.

3. ¿Qué es lo que menos te gusta de nuestro restaurante?

Esta pregunta es igual que la anterior, también de tipo abierta, igual de difícil de codificar y valorar.

Igual que necesita saber qué hacen bien, casi más importante es conocer qué están haciendo mal por lo que lo preguntan de manera abierta para que cualquier persona ponga lo que desee. Necesita conocer qué aspectos son los que deben de mejorar para que el restaurante tenga más calidad de manera global.

Segunda parte. Preguntas centradas en el cliente.

En esta segunda parte, todas las preguntas están enfocadas en los clientes, quieren conocer el perfil de las personas que van a su establecimiento, para poder ofrecerles el mejor servicio posible.

Son preguntas para conocer los hábitos de consumo de sus clientes, sobre cuánto se han gastado, cuántas personas han ido, dónde van a ir luego, cuándo suelen ir, etc.

4. ¿Cuántas veces han venido en los últimos 3 meses a Foster's Hollywood?

Pregunta abierta y fácil de contestar. La idea es conocer si los clientes repiten o no yendo a sus restaurantes, cuanto más alto sea este número pues mucho mejor, quiere decir que el restaurante es bueno ya que la gente repite.

El “santo problema” que tiene este Foster's Hollywood es que está ubicado en pleno centro histórico de Málaga, entonces hay un volumen de turistas importante, por lo que normalmente no repite en ese Foster's Hollywood, y no hay manera de saber si va en su localidad o no.

5. ¿Cuántas personas han venido?

Pregunta abierta también para conocer de cuántas personas son los grupos que van al restaurante. Una muy buena pregunta para realizar luego estadísticas para conocer la media de comensales por grupo.

2-¿Qué es lo que más te gusta de nuestro restaurante?

3-¿Qué es lo que menos te gusta de nuestro restaurante?

AHORA, AYÚDANOS A CONOCERTE

4-¿Cuántas veces has venido en los últimos 3 meses a Foster's Hollywood?

veces

5-¿Cuántas personas han venido?

personas

6-¿Cuál ha sido el gasto por persona?

<input type="checkbox"/>	Menos de 15 euros
<input type="checkbox"/>	Entre 15 y 20 euros
<input type="checkbox"/>	Más de 20 euros

7-¿Cuándo sueles acudir a nuestro restaurante?

	Lunes a viernes	Fin de semana
Comida		
Cena		

8-¿Cómo nos has conocido?

<input type="checkbox"/>	Televisión
<input type="checkbox"/>	Prensa
<input type="checkbox"/>	Radio
<input type="checkbox"/>	Cine
<input type="checkbox"/>	Internet
<input type="text"/>	Otros:

6. ¿Cuál ha sido el gasto por persona?

Pregunta de tipo escala de Likert para conocer cuál es el gasto medio por persona de su restaurante. Aunque a través de medios tecnológicos pueden tener datos sobre cuánto dinero se ha gastado una mesa, no pueden saber qué se ha gastado exactamente una persona, ya que una persona puede pedir varias cosas. De esta manera se aseguran una media por persona.

7. ¿Cuándo sueles acudir a nuestro restaurante?

Pregunta de tipo escala de Likert también. Gracias a esta pregunta conocen si los clientes acuden más al almuerzo los fines de semana o la cena los días de entresemana por ejemplo. Yo fui un día entre semana para almorzar. Creo que es excesivo ir a cenar allí por la cantidad de comida que ponen, a no ser que luego vayas a correr una carrera y quemes todas las calorías que te acabas de tragar jaja

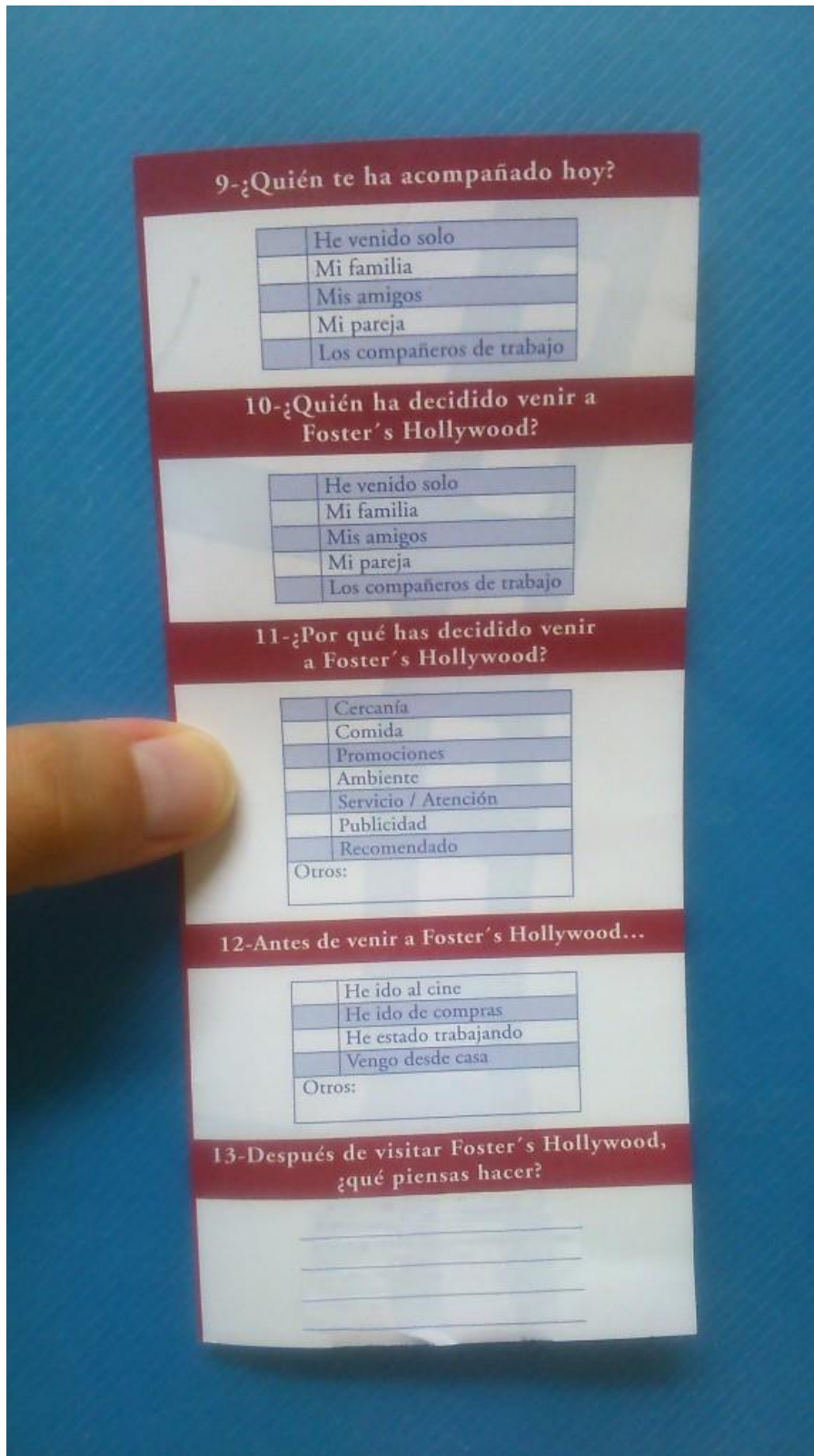
8. ¿Cómo nos has conocido?

Esta pregunta es una mezcla de tipo Likert y abierta al final. Gracias a esta pregunta del cuestionario de satisfacción, la marca conoce qué medios son los más efectivos y por los que los clientes los suelen conocer. Imagina que tú inviertes tu dinero en radio y prensa, pero resulta que los clientes te conocen por internet, ¿no sería más lógico invertir en internet y desinvertir en otros medios? Pues gracias a este tipo de preguntas se puede llegar a este tipo de conclusiones.

9. ¿Quién te ha acompañado hoy?

Pregunta de tipo Likert en la cual nos dan varias opciones. Si hemos ido solos, con familia, amigos, pareja o trabajo.

Esta pregunta es buena para conocer qué tipo de clientes acude a su restaurante. Dependiendo de las respuestas, el restaurante podría plantearse hacer alguna promoción para familias o parejas por ejemplo. Efectivo.



10. ¿Quién ha decidido venir a Foster's Hollywood?

Pregunta también de tipo Likert donde están preguntando por el decisor. En marketing hay varios perfiles de personas. Como nos explica [Germán Velásquez Vargas en su web.](#)

Se clasifican en:

- **Iniciador:** Es el que tiene la primera idea o la necesidad de realizar una compra.
- **Especificador:** Es el que determina qué comprar: características, modelos, especificaciones, sabores, olores, etc.
- **Decisor:** ¿Quién toma la decisión final de compra?
- **Influyente:** Es aquel que tiene el conocimiento y la ayuda en la determinación de las características, modelos, colores, etc.
- **Comprador:** Es la persona que hace la compra física.
- **Usuario:** ¿Quién va a usar el producto?

En la pregunta 10, quieren conocer el decisor, si son los amigos, la familia o los compañeros de trabajo. Es bueno saber esto ya que gracias a esta información, la empresa puede dirigirse a un perfil o a otro.

11. ¿Por qué has decidido venir a Foster's Hollywood?

Pregunta también de tipo Likert (como podéis ver están en todas partes). Aquí lo que la marca busca es conocer el motor de compra. Qué es lo que les atrae de la marca, cuál es la característica que más aprecian o valoran.

De esta manera pueden potenciar los motores de compra y evitar los frenos. Imagina que a tú crees que van a tu local por tus precios, pero haciendo una encuesta descubres que lo que más valoran es tu dedicación y trato personalizado, a lo mejor puedes subir algo el precio 😞

12. Antes de venir a Foster's Hollywood...

Esta pregunta, como la anterior es de tipo Likert, con una opción abierta al final de la misma. La marca hace esta pregunta con la intención de crear perfiles y segmentos de clientes. Dan las opciones de venir del cine, de la casa, de compras o del trabajo.

Es una pregunta interesante ya que dependiendo de las respuestas, la empresa puede asociarse a distintas marcas de la zona y ofrecer por ejemplos descuentos a los que traigan tickets de compra de tiendas o entradas de cine si realmente hay un grupo de usuarios detrás que respalde esta decisión.

13. Después de visitar Foster's Hollywood, ¿Qué piensas hacer?

Esta pregunta es de tipo abierto totalmente. Las personas son libres de poner a dónde van a ir cuando salgan de Foster's Hollywood.

Esta pregunta tiene relación con la anterior, ya que si se reconoce un grupo que después de comer va de compras o al cine, pueden ofrecer descuentos en el cine o en las tiendas asociadas.

14. ¿Qué medios de comunicación utilizas habitualmente?

Esta es la última pregunta de la encuesta de satisfacción (se me ha hecho cortísimo), es otra pregunta tipo Likert con varias opciones.

Con esta pregunta, la marca tiene la intención de realizar un “estudio de medios” ya que si todo el mundo usa internet, ¿para qué poner anuncios en radio? o si todo el mundo usara la prensa ¿para qué hacer anuncios en internet?

La idea aquí es ser lo más efectivos posible con la publicidad, anunciarse donde están los clientes, de nada sirve hacer un pedazo de campaña de publicidad en televisión, por ejemplo, si nadie va a ver la tele...

Esta es una pregunta muy buena si tenemos intención de hacer alguna campaña de comunicación.



La pregunta 14 era la última de la encuesta de satisfacción de Foster's Hollywood, y acaba con su logotipo, su página web y un mensaje de agradecimiento, me parece una buena manera de acabar con la encuesta.

Conclusiones.

De la encuesta de satisfacción se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- Es una manera muy acertada de conocer mejor a tus clientes.
- Conoces los puntos fuertes y débiles de tu empresa, desde el punto de vista del cliente.
- Sabes qué es lo que más le gusta y lo que menos de tu negocio, para poder llevar a cabo las reformas necesarias.
- Te da información suficiente para crear segmentos de clientes.
- Te permite realizar un perfil de cliente, o como está ahora de moda, una [“buyer persona”](#).

- Si vas a realizar una campaña de comunicación, sabes a qué medio dirigirte.
- Los costes de la encuesta de satisfacción son bajos en relación a la cantidad de buena información que se puede obtener.

[Los beneficios de las encuestas son muy superiores a su coste. #mkt](#)

[Click To Tweet](#)

¡No dudes ni por un segundo ponerte en contacto conmigo! Si tienes una duda sobre el artículo, quieres comentarme cualquier tipo de cosa o quieres proponerme algo, pincha en el botón de aquí abajo y escríbeme tu consulta. A mí también me gusta estar en contacto contigo. Venga, ánimo. 😊

Quiero ponermene en
contacto contigo

Ha sido un honor estar en tu cabeza y escribir este post para explicarte cómo realizar un mapa de público objetivo. **Te pido por favor que me dejes un comentario con tu opinión sobre el artículo y que lo compartas si crees que te ha parecido lo suficientemente interesante.**

¿Qué te ha parecido el artículo?

¿Has aprendido algo nuevo con el artículo?

¿Qué conclusión añadirías?

¿Estarías planteándote realizar una encuesta de satisfacción?

¡Cuéntamelo todo! ¡Hasta pronto padawan!

