

## CLOROX CHILE

### EN EL HOGAR

---

#### a) Ejes de Observación

- Preparación para el proceso de compra (qué cosas haces para prepararse para ir al supermercado)
- Si hace lista, observar como anota.
- Si mira ofertas antes, observar donde las mira.

#### b) Ejes de Indagación

##### Presentación de la entrevistada y del entrevistador-a

---

- Nombre
- Edad
- A qué se dedica

##### Su mundo

---

- ¿Con quienes vive?
- ¿Cuáles son sus principales actividades semanales? ¿Cómo es un día típico en la semana desde que se levanta hasta que se acuesta? ¿Con quién pasa la mayor parte del día? Además del trabajo ¿qué otras cosas hace? ¿Y con quién?
- ¿Qué cosas/ valores son importantes para usted? ¿Y en relación con otras personas?
- ¿Cómo se describiría?
- ¿A dónde le gusta ir de compras? (shoppings, perfumerías, etc.) ¿A qué negocios le gusta ir? ¿A comprar qué? ¿Qué compras disfrutas y cuáles no? ¿Por qué?
- ¿Se acuerda de alguna publicidad (TV, radio, gráfica) de cualquier producto que le haya gustado mucho o llamado la atención? ¿Cuál/es? ¿Por qué? ¿Compró lo que ofrecían? ¿Por qué?

## Planificación del tipo de compra y elección del pdv

---

- ¿Cuándo decidió que tenía que ir hoy al supermercado? ¿Por qué? (indagar en las cosas que va a comprar- como las lista y la pertinencia en elección del lugar) ¿Como llamaría al tipo de compra que va a realizar hoy?
- ¿Cuál es la diferencia de este tipo de compra en relación a otras compras que ud. u otra persona de la casa realiza?
- ¿Cómo define el día y la hora para realizar este tipo de compras?
- ¿Cada cuánto hace sus compras? ¿Cuáles son todos los PDV que elige para hacer sus compras? ¿Por qué? ¿Va acompañada?
- ¿Siempre va a XXX supermercado para este tipo de compra? ¿Cuáles son las razones y beneficios que le hacen elegir este supermercado? (indagar en las razones de elección del lugar, Indagar cercanía, afinidad/vínculo, surtido, experiencia de compra, imagen de precio, disfrute, tiempo)
- ¿Cuáles cree que son las razones por las que no va a otro super a comprar?
- Volviendo a la compra de hoy, ¿Cuánto tiempo cree que le va a llevar hacer toda la compra que planea? ¿Por qué? ¿Sabe aproximadamente la cantidad de cosas que va a comprar? ¿Y cuánto dinero cree que va a gastar?
- ¿Le gusta ir al supermercado? ¿Le resulta eficiente hacer las compras de esta manera? ¿Por qué? ¿Tiene un recorrido planeado de antemano? ¿Cuál?
- ¿Qué otros tipos de compra realiza?
- Y para esos otros tipos de compra ¿Elige el mismo punto de venta u otros? ¿Por qué?

## Preparativos

- ¿Usted hace lista? ¿Qué y cómo anota en la lista? ¿Cómo hace la lista? ¿Siempre hace la misma lista? ¿Pone todo lo que va a comprar o va agregando en el supermercado? ( ver como anota los aditivos para “lavar”- considerar LISTA MENTAL también)

- ¿Qué **productos para lavar** va a comprar hoy en XXX supermercado? ¿Compra en otros lugares? ¿Qué, Dónde y Por qué? ¿Qué significa para ud. comprarlas allí? (indagar precio, disfrute, etc.) ¿Cómo decide ir a comprarlos? (cada vez que se acaba alguno, cuando faltan muchos, antes de que se acaben, con regularidad fija, etc)
- ¿Consultó ofertas, promociones y /publicaciones? ¿Dónde? ¿En que se fija?

## EN EL SUPERMERCADO- Acompañando el recorrido

---

### a) Eje de observación

- Recorrido de compra (estructura del recorrido de compra, indagar específicamente estímulos del PDV antes y después de llegar al sector de laundry)

-Observar: ¿Tomo fólder? Si no, ¿por qué? Si sí, ¿porqué? ¿Qué hace con él? ¿Lo lee? ¿Lo guarda? ¿Lo utiliza/lee durante el recorrido? ¿Cómo lo utiliza en el recorrido?

-Descripción del recorrido por el PDV

-Uso de la lista (cómo)

-Interacción con Promociones- Promotoras en el PDV

-Actitud **frente a la Góndola de laundry** (Tener en cuenta Previsión / impulsión frente a la categoría, Decisión / no decisión, factores de la góndola que influyeron en la ubicación de los productos, factores de la góndola que influyeron en la elección final de las marcas elegidas)

-Forma de elección de los productos (fragancia, precio, tamaño etc.)

-Tiempo en góndola (registrar actitudes, emociones etc.)

-Que hace si se olvida de comprar algo.

-En el caso de que haya comprado porque estaba en **oferta/promoción**

Comprender impacto, comprensión, ¿qué lleva a la acción?

- ¿Qué tipo de oferta compró?
- ¿En qué consistía? ¿Por qué le llamó la atención?

-Nuevos productos de LA

- ¿Registra la **existencia de nuevos productos** en la góndola? ¿Cuáles?
- ¿Cómo influye este registro en su viaje de compras? ¿Compra? ¿Prueba?

-Los **productos de LA en el carro**

Indagar/observar cada uno de los productos comprados

- ¿Qué lugar ocupan?
- ¿Se ubican en un lugar especial?
- ¿Se tiene algún cuidado especial?

- ¿Se los separa/junta con algún otro producto?

## b) Eje de Indagación

### Antes de entrar

- **Marcar el Horario de entrada al super**

-¿Cuáles son sus expectativas en la compra de hoy? ¿Por qué? (indagar experiencia de compra, disfrute, gasto estimado)

### En el sector de Laundry

- Nuevos productos de LA  
¿Registra la **existencia de nuevos productos** en la góndola? ¿Cuáles?  
¿Cómo influye este registro en su viaje de compras? ¿Compra? ¿Prueba?
- ¿Qué cosas compró? ¿Por qué? (indagar si estaban o no en la lista)
- ¿En qué momento del recorrido decide visitar la sección? ¿De qué depende? ¿Siempre es en el mismo momento?
- ¿Qué le gusta de la góndola? ¿Qué cosas no le gustan? ¿Le parece bien como están dispuestos los productos? ¿Cambiaría algo si pudiera? ¿Los cambiaría de lugar? ¿Al lado de donde?
- ¿La variedad le parece suficiente para hacer su compra ideal? ¿Por qué? ¿Le parece que algo está faltando? ¿Cómo definiría su nivel de satisfacción respecto a la cantidad de marcas, formatos o tipos de envases y fragancias? ¿Alguna vez compró la marca del supermercado? ¿Cuándo? ¿Por qué motivo?
- De los aditivos de Laundry: Indagar como le llama a los “aditivos de laundry” ¿Cómo se entera de los nuevos productos (publicidad, recomendación, en el supermercado)? ¿Qué hace cuando conoce algo nuevo?
- En el caso de **comprar promoción**:  
¿Por qué le pareció conveniente? ¿Cuál es el beneficio?
- **Para no comprar**:  
¿Qué buscaba? ¿Qué ocurrió que finalmente no compró?  
¿Qué debería haber pasado para que ud. Comprara?  
¿Qué falta? Mire de nuevo.

- Después de la compra de LA
- ¿Qué sección sigue? ¿Por qué?
- ¿De qué depende?

### **En la caja**

- ¿Siente que **pudo comprar todo lo que quiso**? ¿Está conforme? ¿Por qué? Pasos a seguir.
- ¿Qué fue lo que más le gustó y/o disgustó en su compra? ¿Por qué?
- Si recuerda **que olvidó algo... cuáles son los pasos a seguir?**
- **¿Cuánto gastó?** ¿Era lo que tenía pensado gastar?

## EN EL HOGAR – Volviendo para pensar sobre la compra

---

### a) Ejes de Observación

-Lugar y Proceso de guardado de los productos en general y los productos de LAUNDRY comprados.

-Identificar los productos que ya tiene de Laundry.

### b) Ejes de Indagación

#### Sobre la compra

---

-¿La compra salió como la planeó? ¿Por qué? ¿Qué diferencias hubo en relación a lo planificado?

-¿Y en relación a otras compras que ha hecho: indagar disfrute, tiempo usado, eficiencia, si pudo completar todo lo que quería comprar?

#### Hábitos en el cuidado de la ropa y productos usados

---

- ¿Cómo son sus rutinas de cuidado de la ropa? ¿Qué hace, cómo lo hace, cuánto tiempo le dedica, cada cuanto lo hace, todos los días, etc.? ¿Qué productos usa?
- ¿Cuánto tiempo hace que usa aditivos (ocupar *la palabra* con la que ella define la categoría)?
- ¿Qué grado de importancia siente que tiene la ropa dentro del cuidado y de la apariencia?
- ¿Cuáles son los principales problemas que vive en el cuidado de la ropa?
- ¿Cómo sería para ud. una ropa linda, bien cuidada? ¿Qué tiene que tener?
- Entonces, pasemos a marcas y productos para laundry, ¿cuáles usa, cuáles le gustan y por qué?
- ¿De los productos que compró, siempre compra los mismos, por qué y si compra otros, cuáles? ¿Cómo llegó a conocer y elegir esos productos?

- ¿Cada cuanto usa cada uno de los productos? (polvo, jabón, cloro para ropa, quitmanchas, blanqueadores,)
- ¿En qué momento del lavado usa el “producto” (aditivo de lavado que ella compra)? ¿De qué manera lo usa? ¿Cuánto usa?
- ¿Qué le lleva a elegir o comprar estos productos y marcas? (el perfume, el pack, precio, beneficio, ingrediente, publicidad) *CRUZAR CON LO OBSERVADO*
- ¿Qué tan satisfecha está con los productos que usa? ¿Qué le está faltando?
- ¿Estos productos los usa sólo ud. o los comparte con alguien más de la familia?
- ¿Le parece que existen problemas específicos de la ropa? ¿Cuáles? ¿Y cómo se tratan o mejoran?
- ¿Recuerda alguno de esos consejos inolvidables que le dieron para lavar o sacar alguna mancha?
- ¿Le pasa que hay ropa que no logra dejar del todo lo limpia que pretende? ¿Qué hace con ella? ¿Tendría alguna para mostrarme?
- ¿Qué marcas para el cuidado de la ropa le parece que podrían desarrollar productos específicos para sus problemas? ¿Por qué?

## **AGRADECER Y FINALIZAR**





