

Checklist de auditoría de tienda

18 verificaciones en 6 áreas de la tienda, con cómo se ve una foto buena y una foto mala en cada una.

Tienda:

Fecha:

Hecha por:

Campaña o estándar:

Cómo usar este checklist

1. Borra las verificaciones que no necesites y agrega las tuyas. Una lista corta sí se completa.
2. Define los puntos de cada verificación. Los puntos sugeridos son solo un ejemplo.
3. En la tienda, toma las fotos que pide cada verificación. Después marca cada una con Sí (cumple) o No (no cumple).
4. Deja en blanco la verificación que no pudiste revisar. Las verificaciones en blanco no cuentan para la puntuación.
5. Puntuación = puntos obtenidos / puntos disponibles de las verificaciones que respondiste.

Reglas para las fotos

1. Un área por foto. Aléjate hasta que toda el área quede en el encuadre.
2. Si tienes una foto de referencia, repite su ángulo y su distancia.
3. Toma la foto de frente, con la cámara derecha.
4. Enciende las luces y las pantallas de la tienda. Evita el flash sobre vidrio y letreros brillantes.
5. Si hay que leer texto (precios, fechas, ofertas), toma un acercamiento y además una foto amplia que muestre dónde está.
6. Deja fuera del encuadre a clientes y personal, o al menos sus caras.
7. Sube la foto tal como la tomaste, sin recortes, ediciones ni filtros.

A. Fachada y vitrina

#	Verificación y foto a tomar	Foto buena	Foto mala	Pts	Sí / No
A1	La vitrina muestra la campaña vigente y no queda nada de campañas anteriores. Foto: Desde afuera y de frente: toda la vitrina, con sus bordes.	Tomada desde afuera. Toda la vitrina está en el encuadre, los gráficos de la campaña se leen y no hay reflejos fuertes.	Tomada a través del vidrio desde adentro, o solo una parte de la vitrina, así que no se sabe si sigue material viejo.	3	☐ Sí ☐ No
A2	El letrero y la entrada de la tienda están limpios, iluminados y sin daños. Foto: Desde el otro lado de la entrada: letrero y puerta en la misma foto.	Se ve todo el letrero, las luces están encendidas y la entrada se ve de arriba abajo.	El letrero sale cortado en la orilla, o es una foto de noche donde el reflejo del flash tapa el letrero.	2	☐ Sí ☐ No
A3	La entrada está despejada. No hay cajas, carritos ni muebles que bloqueen el paso. Foto: Desde la puerta hacia adentro, a la altura de los ojos.	Se ve todo el pasillo desde la puerta hasta la primera exhibición.	Un acercamiento al piso o a la puerta, así que no se ve qué hay en el pasillo.	1	☐ Sí ☐ No

B. Exhibiciones de campaña y promociones

#	Verificación y foto a tomar	Foto buena	Foto mala	Pts	Sí / No
B1	La exhibición principal de la campaña está armada como en la foto de referencia. Foto: Toda la exhibición, desde el mismo ángulo que la foto de referencia.	Mismo ángulo y distancia que la referencia. Se ve toda la exhibición de arriba abajo, con los productos de frente.	Otro ángulo o una vista parcial, así que quien revisa no puede compararla con la referencia.	3	☐ Sí ☐ No
B2	Los letreros de promoción y de precio muestran la oferta y las fechas vigentes. Foto: Un acercamiento donde se lea el texto y una foto amplia que muestre dónde está el letrero.	El texto se ve nítido y se lee, tomado de frente y sin reflejo en el portaletrero.	Texto borroso o en ángulo, o un reflejo en el portaletrero de plástico que tapa el precio.	2	☐ Sí ☐ No
B3	La exhibición está llena. Sin huecos, ganchos vacíos ni espacios vacíos en el estante. Foto: Toda la exhibición, en horario de apertura.	Tomada en horario de apertura con toda la exhibición en el encuadre, así que cualquier hueco se verá.	Recortada justo alrededor de la parte llena, así que los huecos fuera del encuadre no se ven.	2	☐ Sí ☐ No

C. Estantes, muros y colocación de producto

#	Verificación y foto a tomar	Foto buena	Foto mala	Pts	Sí / No
C1	Los productos están en el lugar y el orden acordados (por categoría, marca, color o talla, según tu estándar). Foto: Una foto por sección de muro o módulo de estante, de frente, del estante de arriba al de abajo.	Un módulo completo por foto, derecho, con el estante de arriba y el de abajo a la vista. Los productos se distinguen al hacer zoom.	Varios módulos en una foto lejana, o el estante de arriba o el de abajo cortado.	3	☐ Sí ☐ No
C2	Los productos están acomodados, doblados o colgados según el estándar: de frente, ordenados, nada en el piso. Foto: Las mismas fotos de cada módulo. Agrega una más cercana si el detalle es pequeño.	Lo bastante cerca para ver dobleces, ganchos y el frente de los productos.	Tan lejos que se ven los colores, pero no cómo están presentados los productos.	2	☐ Sí ☐ No
C3	Cada producto tiene etiqueta de precio o cenefa, y las etiquetas coinciden con los productos de arriba. Foto: Un acercamiento a lo largo del borde de un estante.	Una fila de etiquetas se lee en una sola foto, con los productos de arriba a la vista.	Tomada desde muy lejos, o con el reflejo del flash sobre la tira de etiquetas.	2	☐ Sí ☐ No
C4	No hay productos dañados, sucios o fuera de lugar en exhibición. Foto: Usa las fotos de los módulos. Agrega un acercamiento de cada problema que encuentres.	El producto con problema está enfocado y se ve en qué parte del estante está.	Solo un acercamiento al producto, sin forma de saber en qué exhibición estaba.	1	☐ Sí ☐ No

D. Comunicación en tienda y material POP

#	Verificación y foto a tomar	Foto buena	Foto mala	Pts	Sí / No
D1	Cada pieza de material POP requerida (pósters, colgantes, cenefas, displays de piso) está puesta y en su lugar definido. Foto: Una foto amplia que muestre la pieza y lo que tiene alrededor.	La pieza y su entorno están en el encuadre, así que quien revisa puede confirmar la ubicación.	Un acercamiento cerrado al póster, así que no se sabe dónde está colgado.	3	☐ Sí ☐ No
D2	No hay material vencido, dañado o no aprobado (campanas anteriores, letreros a mano que tu estándar no permite). Foto: Fotos amplias de cada área que tiene material de comunicación.	Se ve toda el área, así que el material viejo se notaría.	Fotos solo del material nuevo, que esconden lo que sigue puesto.	2	☐ Sí ☐ No
D3	Las pantallas digitales están encendidas y muestran contenido vigente. Foto: Toda la pantalla, de frente.	La pantalla está encendida, el contenido se lee y no hay reflejos.	Una pantalla oscura o a medio cambiar porque la foto capturó una transición. Toma otra foto unos segundos después.	1	☐ Sí ☐ No

E. Zona de cajas

#	Verificación y foto a tomar	Foto buena	Foto mala	Pts	Sí / No
E1	La zona de cajas está limpia y despejada, y los productos de impulso o de promoción requeridos están en su lugar. Foto: Desde el lado del cliente: todo el mostrador.	Todo el mostrador como lo ve un cliente, con lo que hay encima y alrededor.	Tomada desde detrás del mostrador, así que muestra el lado del personal.	2	☐ Sí ☐ No
E2	El material de mostrador requerido (tarjeta de campaña, letreros de pago o de lealtad) está presente. Foto: Lo bastante cerca para leerlo, además de la foto amplia del mostrador.	El material se lee y se ve claro su lugar en el mostrador.	El material queda escondido detrás de la terminal de pago o fuera del encuadre.	1	☐ Sí ☐ No

F. Condición de la tienda

#	Verificación y foto a tomar	Foto buena	Foto mala	Pts	Sí / No
F1	Pisos, muebles y probadores están limpios. Foto: Dos fotos generales: una desde el frente de la tienda y otra desde el fondo.	Dos fotos amplias con las luces encendidas y los pasillos visibles de punta a punta.	Una sola foto oscura, o fotos que solo muestran una esquina.	2	☐ Sí ☐ No
F2	Todas las luces funcionan, sobre todo las de las exhibiciones. Foto: Usa las fotos generales. Agrega una foto de cada luz apagada.	La luz apagada se ve junto con la exhibición que debería iluminar.	Una foto solo del techo, así que no se sabe qué exhibición está afectada.	1	☐ Sí ☐ No
F3	Los pasillos están libres de cajas de mercancía y escaleras en horario de apertura. Foto: Usa las fotos generales.	Tomada en horario de apertura, a la altura de los ojos de un cliente.	Tomada antes de abrir, cuando es normal que haya cajas en el piso.	1	☐ Sí ☐ No

Los puntos sugeridos son un ejemplo. Define los tuyos. Total sugerido: 34.

Puntos disponibles (verificaciones respondidas) _____

Puntos obtenidos _____

Puntuación _____ %

Cómo correr este checklist en Retailens

En Retailens, cada área se vuelve un touchpoint. Con la puntuación activada, cada verificación se vuelve un criterio de puntuación con puntos. Los equipos de tienda suben las fotos desde el teléfono o la computadora. Quien revisa marca cada criterio como Cumple o No cumple. Cumple suma los puntos; No cumple suma 0.

Una persona pone la calificación oficial con un corazón. Cada cliente también puede activar la opción de precalificar con IA, touchpoint por touchpoint, que revisa las fotos contra tu foto de referencia y los requisitos escritos antes de que una persona las vea. Cada cliente también puede activar la evidencia en video, para que las tiendas agreguen un clip corto junto a sus fotos.

Cada tienda recibe un informe en PDF cuando termina su revisión. Cuando la puntuación está activada en tu cuenta, los administradores pueden descargar un informe de puntuación en Excel por campaña para tu región de puntuación.

Reservar una demo: retailens.com/es