



# ALCAMPO

<https://www.alimentacion.alcampo.es>

Supermercado online y offline de ámbito nacional

*“Diseño obsoleto y con una fuerte orientación interna”*

UX Observatorio  
ON Nacional de UX  
Analizado en Noviembre de 2015

CX: ★★☆☆

Grupo de rezagados en  
Experiencia de Cliente

7,01

AA  
1.0

## Índice

Introducción

Test Sirius

Ranking

Diagnóstico en menos de 10 palabras

Aspectos de mayor relevancia

Experiencia de usuario

Fortalezas y puntos de valor

Debilidades y puntos de mejora

Experiencia de cliente

Carta a Caprabo



UX Observatorio  
ON Nacional de UX

# Introducción

La versión web de Alcampo presenta un diseño y una estética anticuados aunque se trate de una cadena líder de supermercados.

A pesar de contar con un catálogo de productos muy amplio, la arquitectura de la información resulta incomprensible tanto en la estructura y clasificación como en la nomenclatura de los artículos.

Además, la web de Alcampo cuenta con un sistema de búsqueda sin filtros, un registro complicado, un uso de fotografías demasiado pequeñas y que, en muchos casos, no aportan información relevante.

Por otro lado, al no observarse ningún tipo de cuidado ni preocupación por el cliente, este sitio web termina ofreciendo una experiencia poco intuitiva y complicada.



Página de inicio de Alcampo.



# Ranking 8<sup>o</sup> de 10

## Ranking

Tras el análisis heurístico realizado, este supermercado queda situado en la 8ª posición de entre los 10 supermercados analizados, con una puntuación media de 7,01.

## Aspectos de mayor relevancia

En general las puntuaciones están por debajo de la media, y especialmente en aspectos clave de la interfase de usuario, tales como:

- El rotulado.
- Los elementos multimedia.
- La búsqueda.

Otras opciones:

- Diseño obsoleto/anticuado y con una fuerte orientación interna.
- Uso de un lenguaje y estructuración internos.
- Ayuda.

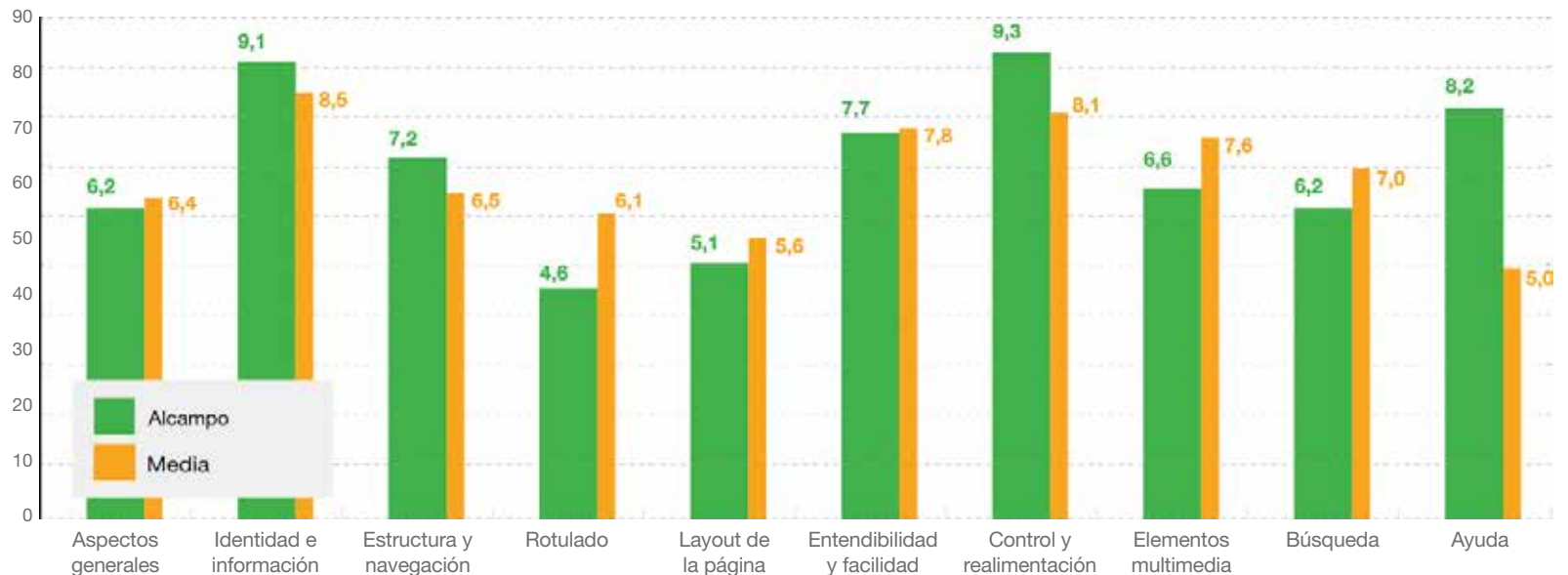
## Diagnóstico

en menos de 10 palabras

“Diseño obsoleto y con una fuerte orientación interna”

Puntuación Test Sirius: **7,01**  
Puntuación Media Test Sirius: **6,87**

## Resultado test Sirius







## Fortalezas / Puntos de valor

- Aunque la estética no es demasiado actual, resulta coherente a lo largo de toda la web.
- Destaca por un catálogo muy extenso de productos en comparación con otros supermercados online.



Figura 1.



Figura 2.



Figura 3.



## Debilidades / Puntos de mejora

- El mayor aspecto a mejorar en el supermercado web de Alcampo es la estructuración del catálogo de productos y su vocabulario.
  - La forma de clasificar los artículos, los términos y rotulado que utilizan para agrupar sus productos (por ejemplo “ultramarinos salado”), parece venir de una estructura propia, interna, y no responde a la forma actual en la que un cliente buscaría un producto.
- Diseño con orientación interna y con prácticas ya superadas.
- La función de búsqueda carece de filtros, el criterio con el que muestra los resultados no resulta comprensible, y no se ofrecen posibilidades de ordenar por ningún tipo de criterio. En ocasiones no funciona bien (error en mostrar resultado). (Figura 1).
- En líneas generales la mayoría de los aspectos de estética y visualización son mejorables.
- En el uso de las imágenes, en muchos casos son demasiado pequeñas y con frecuencia no añaden valor, como por ejemplo cuando se usan dentro del rótulo de las opciones de menú del catálogo, especialmente en las de segundo nivel. (Figura 2).
- Requiere la introducción de información innecesaria. No se encuentra la forma de entrar en la web del supermercado sin introducir el distrito postal o bien escoger un punto de recogida. Esto sucede aún cuando el usuario está dado de alta, o cuando por cualquier razón tiene que volver a la página de inicio.
- El registro es muy complicado y parece responder a diseños de hace tiempo (se solicita introducir la dirección de correo 2 veces, la contraseña puede ser de 5 caracteres sin ningún requisito, en el mensaje de confirmación de alta aparece la contraseña introducida, etc.) (Figura 3).

## Calificación general CX: “En el grupo de rezagados”

<b>NPS</b>	<b>Net Promoter Score</b>	¿Recomendarías comprar en la web de este supermercado?	6
<b>CES</b>	<b>Customer Easy Score</b>	¿Es fácil comprar en esta web de supermercado (según tus expectativas) ?	4
<b>CA</b>	<b>Customer Advocacy</b>	¿Este supermercado vela sólo por sus intereses o se preocupa por los tuyos?	4

### Net Promoter Score (NPS): 6

*¿Recomendarías comprar en la web de este supermercado?*

Recomendaría comprar en Alcampo online por su extenso catálogo no por la calidad de su Web

- La web resulta poco amigable por su lenguaje tan particular y tan lejano de un cliente, así como por errores pequeños que no se arreglan o por solicitar información innecesaria.
- Da sensación de poca flexibilidad, del mismo modo que parece que no hay ninguna persona detrás de la web que se preocupe por el cliente. La única interacción personal ha sido la del repartidor. Costes de envío de 9.90€, sin ninguna posibilidad de reducirlos por volumen de compra o franja horaria.

### Customer Easy Score (CES): 4

*¿Es fácil comprar en esta web de supermercado (según tus expectativas)?*

No es intuitivo ni rápido comprar en Alcampo Online.

- Los problemas aludidos sobre la estructura y nomenclatura del catálogo, búsqueda sin filtros ni capacidad de ordenar resultados, fotos y tipografías pequeñas, hace que la primera compra no sea intuitiva.
- Por otro lado, la publicidad para venta cruzada desorienta al usuario. Cuando se selecciona “alimentación y hogar”, la publicidad de televisores o material escolar en la primera página, lleva al usuario a pensar que se ha equivocado de opción.

### Customer Advocacy (CA): 4

*¿Este supermercado vela solo por sus intereses o se preocupa por los tuyos?*

- Se trata de un aspecto absolutamente subjetivo pero tampoco se observa ninguna señal de preocupación. Transmite un cierto descuido el cual parece denotar una falta de interés por el cliente final.
- De nuevo, su estrategia de publicidad transmite que los intereses del comercio están por encima de los del cliente: aunque se seleccione el apartado de alimentación, sale publicidad relacionada con la campaña escolar o del “Black friday” de electrónica, dependiendo del momento.

# Carta al Supermercado

## Carta a Alcampo

Las expectativas que genera una marca como Alcampo no se satisfacen con el actual sitio web.

Si quieren mantener su liderazgo en el entorno online, la web actual necesita un rediseño en profundidad, con un mayor cuidado en los detalles, en la estética, y con unas funcionalidades avanzadas que hagan la compra más sencilla para los clientes por este canal.

**UXON**  
Observatorio  
Nacional de UX

