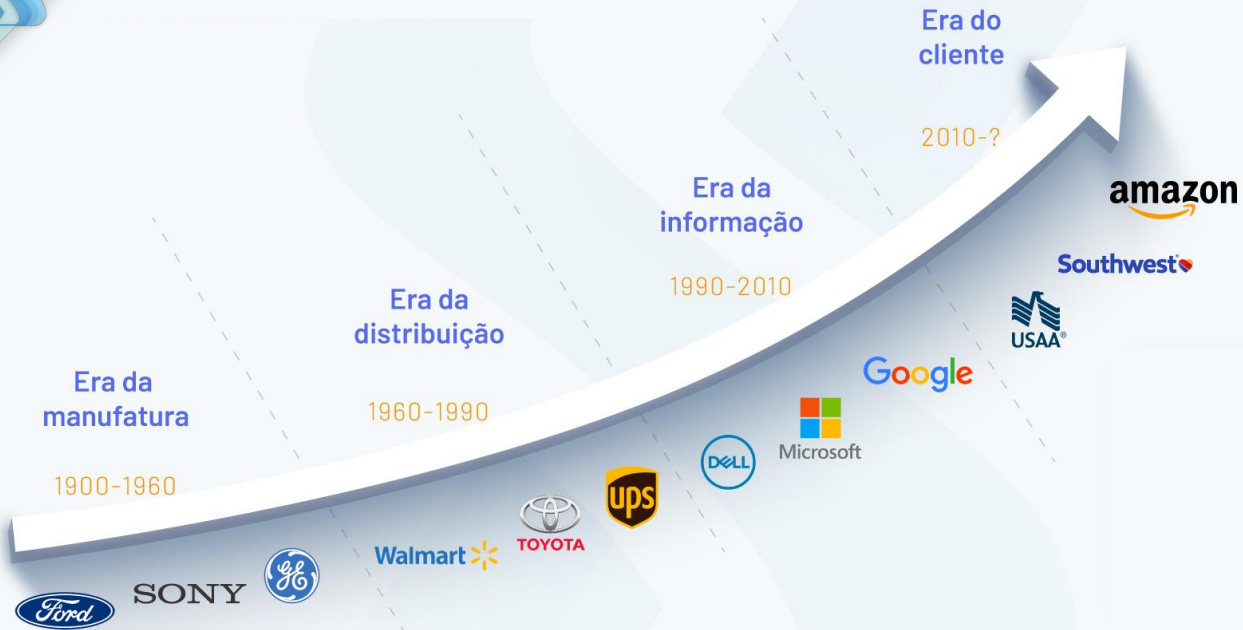




NPS e CX: A voz do cliente na nova era omnichannel



A ERA DO CLIENTE





POR QUE QUEREMOS CLIENTES FIÉIS?

- Maior frequência
- Compram produtos e serviços adicionais
- Indicam amigos e parentes
- Fazem críticas construtivas
- Custam menos para servir
- São menos sensíveis aos preços



O QUE É O NPS?

2001

Fórum com líderes de mercado



2003

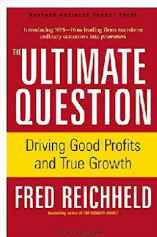
Publicação na Harvard Business Review

BY FRED REICHHELD

The One Number You Need to Grow

By Frederick W. Reichheld
From the December 2003 Issue

Harvard Business Review

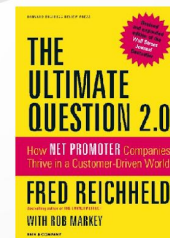


2006

Publicação do livro "The Ultimate Question"

2011

"The Ultimate Question 2.0"





POR QUE SURTIU O NPS?

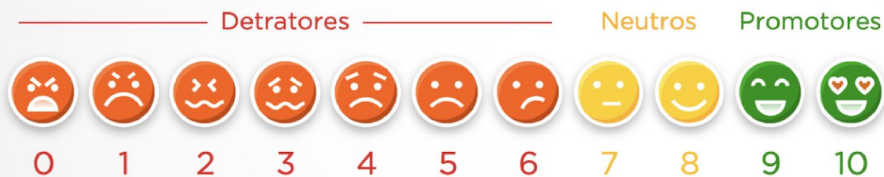
- Simplificar a coleta de pesquisa
- Aumentar a relevância estatística
- Habilitar a voz do cliente de forma recorrente
- Gerar métrica recorrente de satisfação



COMO CALCULAR O NPS?

A pergunta definitiva:

De 0 a 10, quanto você nos recomendaria para um amigo ou parente?



Como calcular?

NPS = % Promotores - % Detratores

EXEMPLO

| Quantidade de avaliações | | % |
|--------------------------|------------|-------|
| 96 | Promotores | 80% |
| 15 | Neutros | 12,5% |
| 9 | Detratores | 7,5% |

NPS = Promotor - Detrator

NPS = 80 - 7,5

NPS = 72,5



ONDE USAR?

NPS

Touchpoint
Entrou na loja



- Tempo para ser atendido
- Variedade de produto
- Ambiente e organização
- etc.

Touchpoint
Pagamento



- Tempo de espera na fila do caixa
- % de clientes com cadastro
- etc.

CSAT

Touchpoint
Montagem



- Tempo de agendamento
- % de serviços dentro do prazo
- etc.

Touchpoint
Uso do produto



- % de devoluções
- Número de reviews no site
- etc.

CES

Touchpoint
SAC



- Tempo Médio de Atendimento
- Tempo Médio de Espera
- First Call Resolution
- etc.



Justificar os investimentos em CX/ Satisfação dos clientes





Life Time Value

o valor de um cliente

LTV =

Ticket
Médio

x

Frequência
de compra

x

Tempo de
permanência

x

Margem de
Contribuição

LTV =

R\$15

x

(2x52)

x

3

x

0.21

LTV =

R\$982,80



CAC

Custo de Aquisição de Cliente

Exemplos de composição do CAC para a cafeteria

- Publicidade online
- Publicidade offline
- Patrocínios
- etc...


$$\frac{LTV}{CAC}$$

Varejo americano em 2018

- Média: 0.66
- Boas empresas: 4
- Top of mind: 6

Benchmark no SaaS:

- Ruim: Menor que 3
- Bom: Entre 3 e 6
- Excelente: Maior que 6

EXPONEA

 **rockcontent**



Software para Gestão de Experiências

Alex Pereira

(12) 99124-7088

alex@solucx.com.br

CENTRO EMPRESARIAL AQUARIUS

R. Dr. Orlando Feirabend Filho, 230, Torre B, Sala 1006

Pq. Res. Aquarius, São José dos Campos - SP

www.solucx.com.br