



NPS SPONTANEOUS:

Experiência traz resultados,
não o contrário.

Introdução

RESPONDA RÁPIDO:

VOCÊ SABE O QUE SEUS CLIENTES FALAM SOBRE VOCÊ?

Saber esta resposta é primordial para quem se preocupa com **Customer Experience**. E para isso, é importante acompanhar a jornada de compras e realizar mensurações constantes sobre o nível de engajamento de todos.

Você sabia que uma das métricas mais conhecidas para essa finalidade é a **NPS** (Net Promoter Score)? Ela classifica os clientes em detratores, neutros e promotores, identificando o nível de satisfação nas relações entre clientes e marcas.

O **NPS Spontaneous**, é a **evolução** desse índice.

Ele é uma métrica ainda mais agregadora, por que considera a espontaneidade do consumidor no momento da avaliação.

Isso faz com que os resultados sejam ainda mais **reais**.

Neste E-book, você vai entender o que é exatamente NPS Spontaneous, como medi-lo e ainda o que ele pode fazer pela sua empresa.

Boa leitura!

NPS: O QUE É ISSO?

Antes de começar, você sabe como funciona o NPS comum? A gente te explica: O NPS é o responsável por avaliar a experiência do consumidor no uso de um produto ou serviço. Provavelmente você já deve ter ouvido aquela famosa pergunta:

“De 0 a 10, o quanto você recomendaria essa empresa a um conhecido?”

Então, é com ela que conseguimos identificar o nível de satisfação do cliente. Através da classificação dos usuários a cada nota atribuída.

De forma simples a classificação funciona assim:

Detratores (notas de 0 a 6): eles têm percepção negativa com a empresa. Podem postar reclamações e influenciar outros consumidores;

Neutros (notas 7 e 8): não estão muito satisfeitos, mas não chegam a se aborrecer.

Mas atenção! Têm grandes chances de se tornarem detratores, caso algo ruim aconteça;

Promotores (notas 9 e 10): são leais, ajudam a promover e se sentem felizes em consumir da marca.



VAMOS ÀS CONTAS?

Na hora de encontrar o índice NPS para uma marca, fazemos o seguinte cálculo:

NPS = % promotores - % detratores

OU

**NPS = (no de promotores/no total de respostas) -
(no de detratores no total de respostas) x 100.**

Agora, imagine que determinado questionário foi enviado a 2.000 pessoas, mas apenas metade respondeu, ou seja 1.000 respostas.

Destas:

700 deram as notas 9 e 10;

100 deram as notas 7 e 8;

200 deram as notas 0 a 6.

Assim:

NPS = (700/1000) - (200/1000) x 100 = 50.

Nessa situação a marca está com a média NPS 50. Ainda dá para melhorar, e muito. Para entender de resultado, temos que conhecer a **zona de classificação**.

Zona Crítica = NPS -100 a 0

Zona de Aperfeiçoamento = NPS 1 a 50

Zona de Qualidade = NPS 51 a 75

Zona de Excelência = NPS 76 a 100

NPS SPONTANEOUS: A REVOLUÇÃO DOS DADOS

Agora que você já entendeu como funciona o NPS, podemos falar sobre o **NPS Spontaneous** e suas principais características. Vamos lá?

Assim como o NPS comum, o NPS Spontaneous tem como foco medir o nível de satisfação do consumidor. Mas aí vem a grande diferença: em vez de focar na pergunta, ele avalia por meio de **dados não estruturados**.

Como assim? Fácil!

Ele considera o modo **como as pessoas interagem com as marcas na internet**.

ATRAVÉS DE:

Redes sociais;
Threads de e-mail;
Sites com foco em receber reclamações sobre as empresas;
Fale conosco;
Comentários em sites pessoais.

Para ele, as reações e qualquer outra forma de comunicação devem ser levadas em conta, por que são resultados de sentimentos mais verdadeiros.

COMO É FEITA A ANÁLISE?

Com a ajuda de **Big Data e Inteligência Artificial**, que garantem um exame mais sólido das informações.

A ferramenta atribui **notas de 0 a 10** na percepção de cada consumidor, analisando todas as interações, por meio dos **algoritmos**. Se um único usuário interagir em mais de um canal, isso também é identificado.

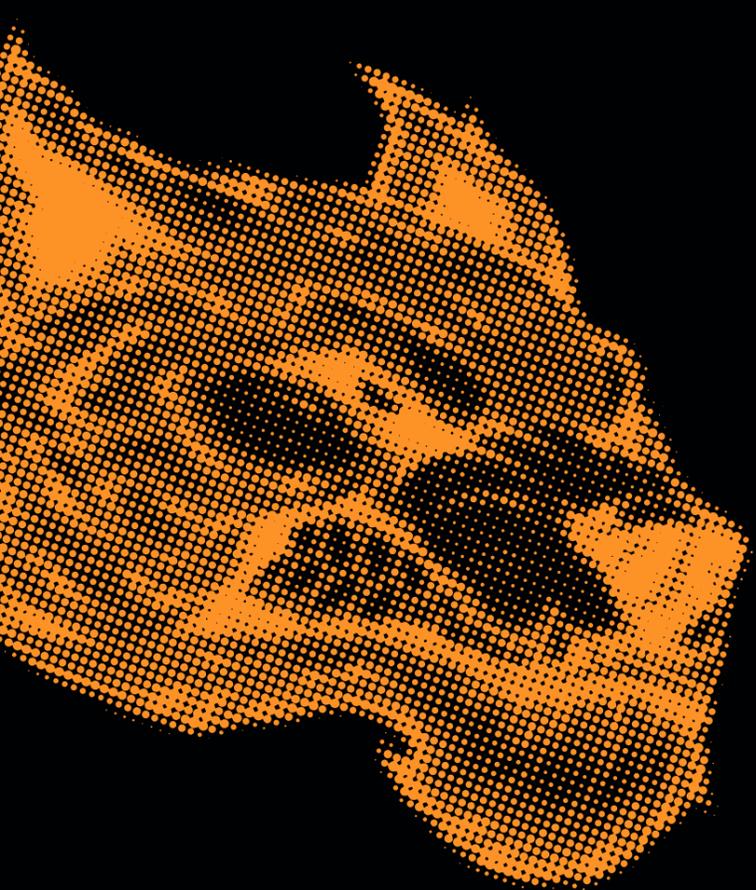
Outro detalhe legal: o NPS Spontaneous consegue reunir dados que facilitam a identificação dos motivos de satisfação ou insatisfação de cada usuário.

E com isso a marca é capaz de entender melhor quais são seus **pontos fracos**, identificar o que **está dando certo** e **melhorar ainda mais a gestão de CX**.



A MYRA É PIONEIRA.

Confira algumas
vantagens do
NPS Spontaneous:



DINÂMICA INTELIGENTE

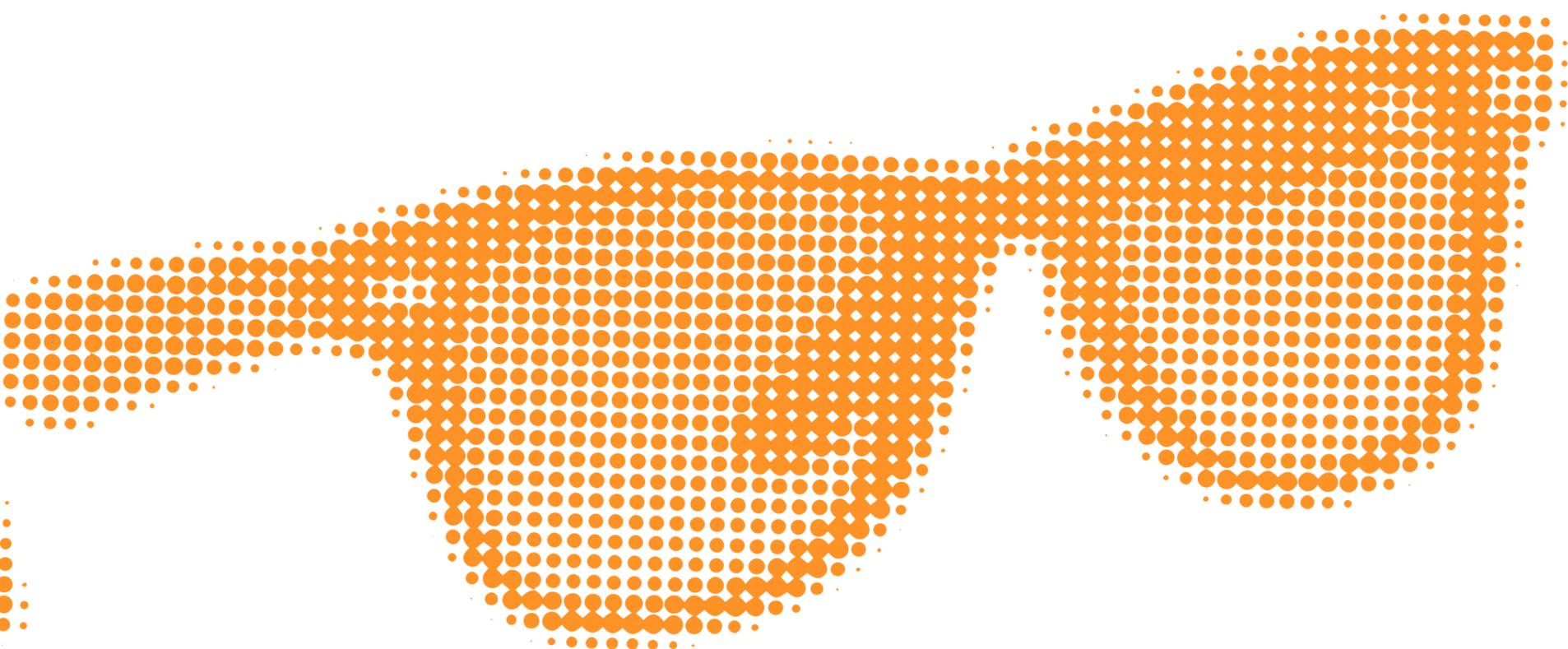
Com o NPS comum, o cliente pode se sentir intimidado em dar uma resposta negativa e, com isso, não dizer verdadeiramente o que pensa. Isso é comum acontecer quando as perguntas são realizadas pessoalmente e por telefone.

Outra situação que influencia negativamente, é a pessoa ter receio que sua opinião seja identificada. E isso pode fazer com que ela dê uma nota alta, mesmo sentindo o contrário.

Também existem casos em que a avaliação é realizada dias após o atendimento. Esse delay pode impactar na nota, já que facilita o esquecimento da experiência.

E tem mais: **o engajamento influencia muito na percepção da marca.**

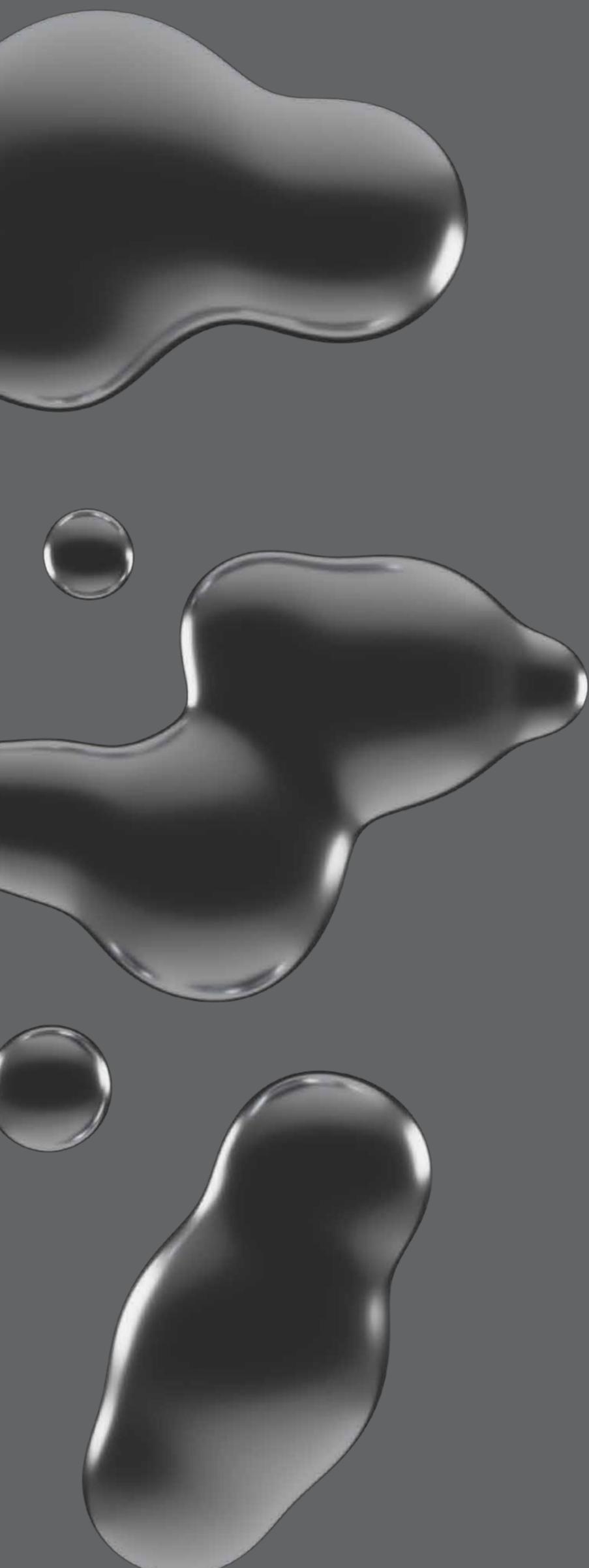
O NPS Spontaneous acaba com todos esses problemas. Ele deixa o resultado mais real, e garante 80% de assertividade sem conhecimento prévio da marca, uma vez que analisa todas as **reações espontâneas** de cada usuário.



ENTREGA DE INSIGHTS

É preciso mergulhar fundo, e nesse cenário, ter uma **nota real é uma grande vantagem**. Só assim geramos insights mais ricos, que nos permitem olhar além, ao analisar as reações e percepções do consumidor.

Tenha uma percepção completa do seu negócio. Com as notas positivas, você compreende o que deve continuar. Com as negativas, o que deve mudar. É a união da inteligência artificial com a inteligência humana.



OTIMIZAÇÃO DE ATENDIMENTO

Dispensa a abordagem direta ao consumidor e não depende que ele atribua uma nota. Isso é feito com ajuda de **inteligência artificial**, entendendo o grande **big data** que esses consumidores geram, o que permite entregar algo real.

Jornada digital não precisa ser um bicho de sete cabeças.

O NPS Spontaneous identifica quem são os principais influenciadores, o que fazem e o que falam sobre a marca. Assim, com os questionários eliminados, a avaliação fica mais autêntica.

Na Myra temos uma equipe especializada para que essa consultoria seja feita de forma estratégica. Estamos sempre prontos para ajudar nossos clientes a melhorar a experiência.

Aqui é ganha –ganha.

PROCESSAMENTO RÁPIDO E SIMULTÂNEO

Enquanto no NPS comum precisamos aguardar um tempo até todos avaliarem, com o NPS Spontaneous o processo é muito mais rápido. As tecnologias de automação classificam e mensuram um **grande volume de dados de maneira veloz.**

Quer ver só?

Imagine que uma empresa está investindo em ações de entretenimento na época da pandemia da Covid-19. Durante a monitoria identificamos um padrão de ansiedade com relação a aglomerações no decorrer do evento. Imediatamente conseguimos reforçar em nossa comunicação as medidas de segurança adotadas para evitar essa situação, como distanciamento ou agendamento de experiências.



Em qualquer caso, a estratégia deve ser muito bem planejada e cada passo precisa ser dado com muito cuidado para evitar uma crise. E para isso, é fundamental saber o que os clientes estão falando e quais são as suas principais dores. Só assim a marca conseguirá ter um diagnóstico para oferecer a melhor jornada para os seus clientes.

Afinal, um cliente que tem uma reclamação resolvida de forma rápida e eficiente, oferece mais chances de voltar a fazer negócio com a empresa e elogiá-la para outros consumidores.

Agora, se ele se sente abandonado pela empresa, as chances da percepção negativa se espalhar e gerar uma crise também crescem.

O indicador ajuda a avaliar essa percepção em todas as ações da empresa. Entender isso rapidamente é fundamental, por que **permite mudar a estratégia**, caso seja necessário, **na hora e no momento certo**.

Em um mercado tão competitivo, ter acesso a esses privilégios é a regra do jogo.

FACILIDADE PARA O AUMENTO DE FIDELIDADE

Saber quem são os consumidores que, verdadeiramente, estão satisfeitos com a sua marca ajuda a traçar um planejamento estratégico para que eles continuem engajados e se tornem leais. **Os resultados gerados a partir do NPS Spontaneous ajudam nessa missão.**

É importante identificar quais ações trazem resultados. E com isso saber como continuar agindo. Os dados gerados pelo software permitem conhecer melhor a **persona, seus desejos e suas dores**. Assim, fica mais fácil ter insights para fazer promoções, ofertas ou lançamento de novos produtos e serviços.



SAIA NA FRENTE COM A ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

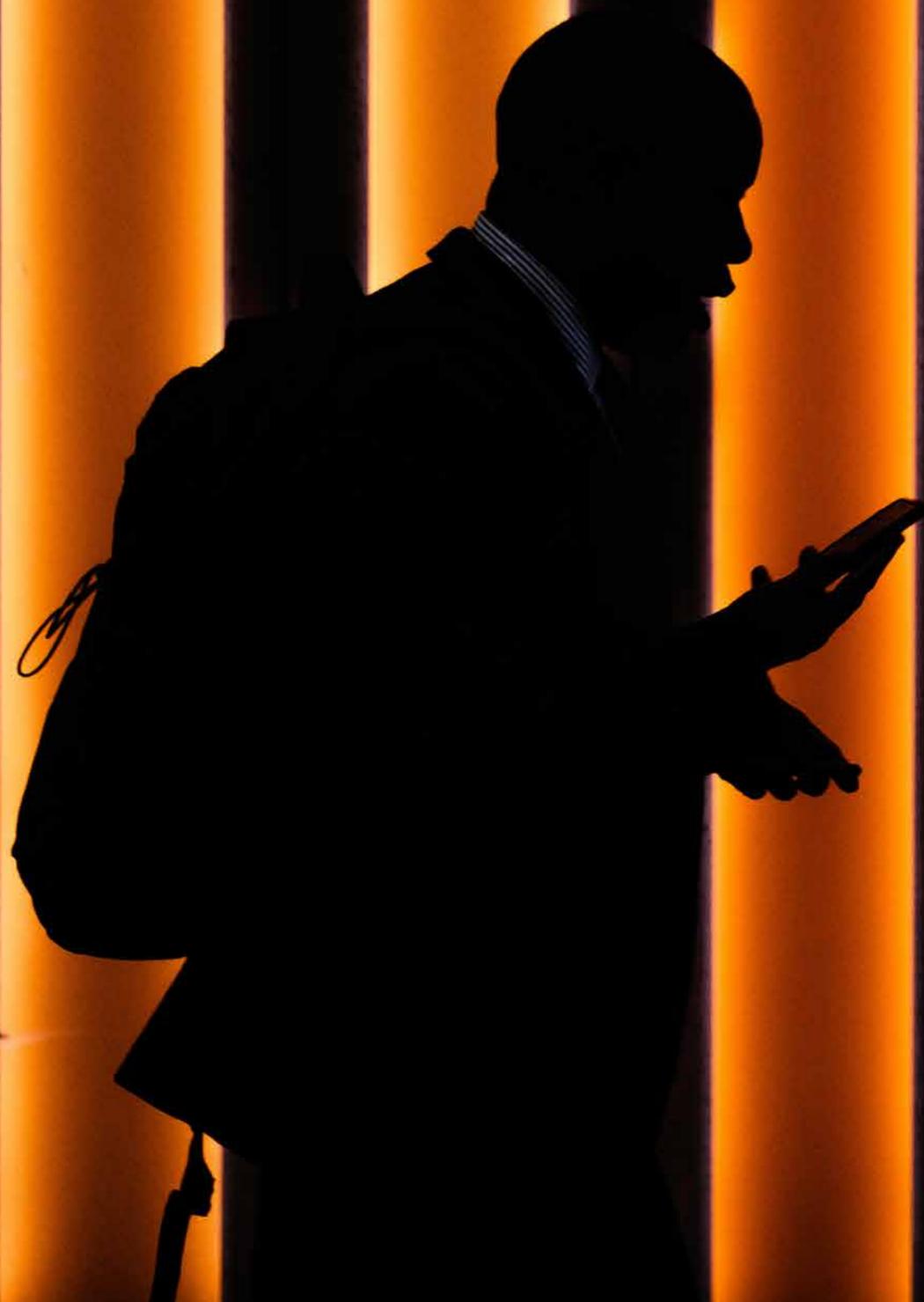
A gente alerta o que a concorrência anda fazendo. Com o NPS Spontaneous você tem acesso aos números dos seus **principais concorrentes** e quais são os **maiores motivos de insatisfação**.

Assim, você consegue estipular metas de melhorias e investir em estratégias de diferenciação.

COMPATÍVEL COM VÁRIOS SEGMENTOS

Telecomunicação, Varejo, Seguros, Saúde,
Farmacêutico, Tecnologia? Não importa.
O NPS Spontaneous é **compatível com
empresas de vários tamanhos e segmentos.**

Descubra o que ele pode fazer pela sua empresa.





Resultados!
E agora,
o que eu faço?

MÃO NA MASSA!

**Chegou a hora de classificar seus clientes.
Quem são eles?**

Detratores, neutros e promotores.

Para cada um, um caminho diferente:

Promotores:

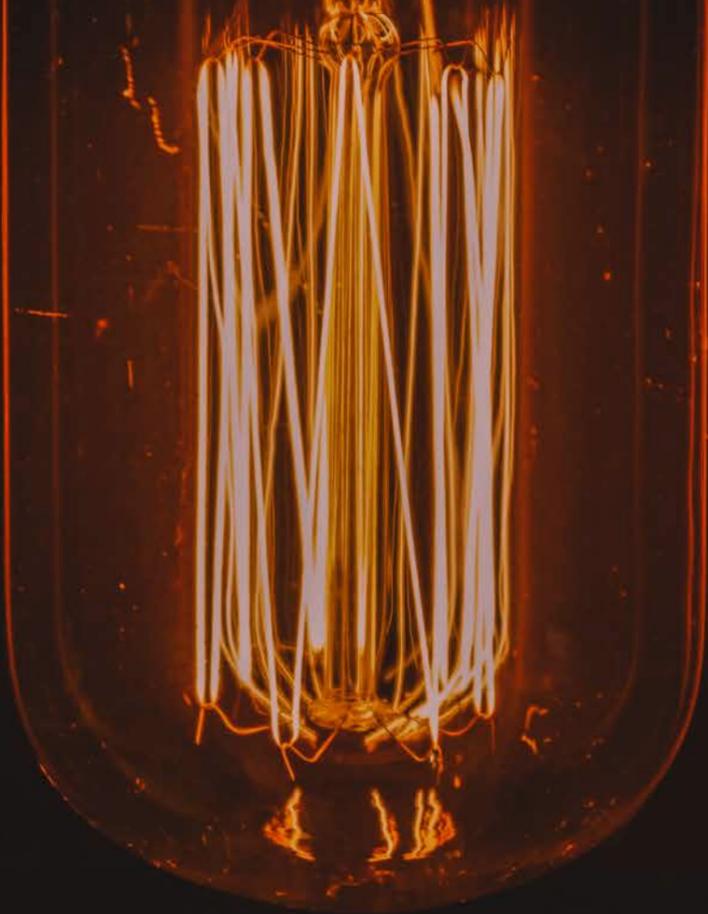
A ideia é manter esse **cliente fiel e engajado**. E quem não gosta de um mimo? Que tal mandar um ingresso para o cinema, uma carta dizendo como é bom tê-lo na empresa?

Neutro:

Para quem está no meio do caminho, é importante ter cuidado. **Surpreender o cliente** de forma positiva evita que ele vire um detrator.

Detrator:

Atenção! Turbulência a vista. Ou não. Lidar com detratores pode ser um grande desafio. Mas aqui o foco deve ser o **resgate**.



SE LIGA NESSAS DICAS:

Identifique as **5 reclamações** mais recorrentes entre eles.

Crie estratégias específicas para modificar a percepção de cada uma delas.

Tenha em mente que, algumas vezes, elas podem envolver **treinamento dos colaboradores da empresa, mudança de cultura ou investimento em novas tecnologias.**

NÓS FAZEMOS A REVOLUÇÃO ACONTECER.

Recentemente, iniciamos o processo do NPS Spontaneous em uma empresa do mercado de telecomunicações e vamos contar um pouco como estamos fazendo isso.

Primeiro, começamos com o nosso **squad**:

Mapeamos a causa raiz com diagnóstico voltado para negócio e comportamento do cliente;

Elaboramos a jornada dos influenciadores digitais da marca e seus comentários positivos e negativos sobre a empresa;

Desenvolvemos um plano de ação considerando a cadeia de valor da marca e com foco em aumentar a quantidade de promotores;

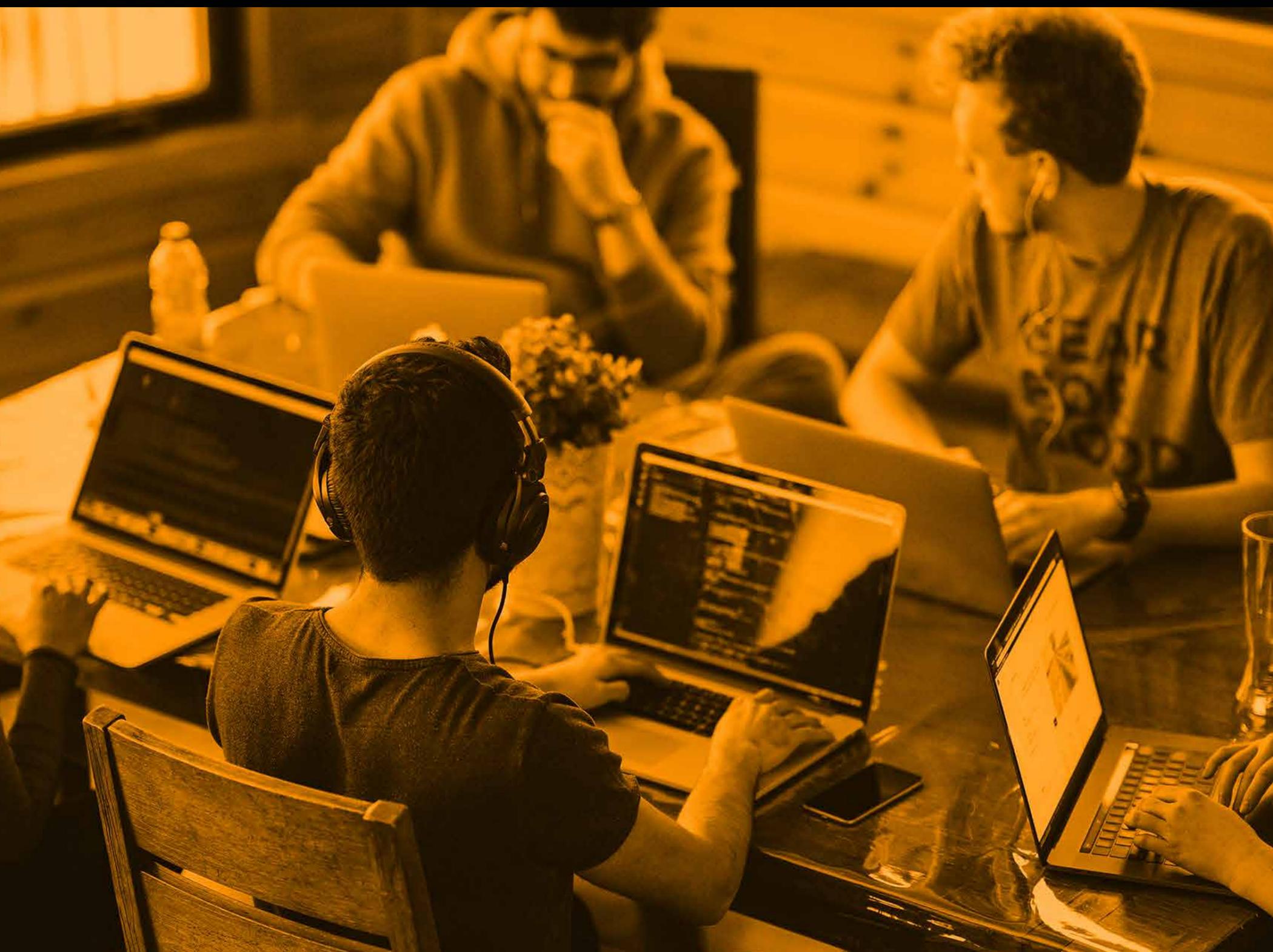
Gerenciamos esse plano por meio do monitoramento com a equipe de colaboradores do cliente;

Acompanhamos os resultados de forma constante para garantir os impactos positivos.

Todo esse processo é feito em conjunto com a equipe do cliente para gerar resultados esperados. Não adianta ter um plano em mãos, mas **não saber a melhor forma de colocá-lo em prática. Aqui é menos blá e mais vai lá e faz!**

Após a análise incentivamos ações de:

**Comunicação;
Treinamento;
Revisão de processos e políticas;
Atuação preventiva;
Direcionamento para produtos.**



NOSSO NEGÓCIO É EVOLUIR NEGÓCIOS.



Trabalhamos com um modelo de negócio estratégico e aplicamos a filosofia de Customer Success. Nossa metodologia é feita em conjunto com você.

Orientamos sobre o uso da ferramenta, criamos squads para seus resultados e direcionamos as ações.

Conclusão

BEM-VINDO A ERA DO CLIENTE.

Ter atenção à experiência do consumidor já é importante e será cada vez mais essencial no futuro. E quem não se preocupar em oferecer uma boa experiência está fadado a **perder espaço para a concorrência.**

Agora que você já conhece todas as vantagens do NPS Spontaneous, que tal ter percepções mais positivas dos clientes e se manter cada vez mais **relevante no mercado?**

A sua empresa merece o melhor direcionamento e apoio para acelerar resultados. Estamos prontos para te ajudar.

Vem com a gente?

Acompanhe a Myra nas redes sociais:

 @myrabr

 @myraoficial

www.myrabr.com

**LIVE TO
LEARN.**