



# NAGEH Clientes



# Alguns Conceitos



# NAGEH CLIENTES



## @ Critérios de Excelência - Critério Clientes

Estruturado em dois temas principais:

- Imagem e Conhecimento de Mercado
- Relacionamento com Clientes



# NAGEH CLIENTES



## @ Imagem e Conhecimento de Mercado

Aborda a forma como a organização implementa as expectativas dos clientes alvo, para tornar produtos e marcas conhecidas, bem como a imagem favorável para conquistar clientes e mercados.



# NAGEH CLIENTES



## @ Relacionamento com Clientes

Aborda como a organização implementa processos gerenciais que contribuem diretamente para a satisfação dos clientes e, quando aplicável, também os canais de relacionamento estabelecidos via parceiros, como distribuidores, revendedores, sua fidelização aos produtos e marcas.



# NAGEH CLIENTES



- Alguns exemplos de método de Calculo Padrão para Fins de Comparação
  - Taxa de Participação no Mercado
  - Taxa de Imagem Positiva
  - Taxa de Conhecimento da Marca
  - Taxa de Fidelidade de Clientes
  - Taxa de Lealdade de Clientes
  - Taxa de Insatisfação
  - Taxa de Satisfação
  - Índice de Manifestações do Cliente
  - Índice de Prazo Médio para Atendimento
  - Taxas Diversas



# NAGEH CLIENTES



## @ Taxa de Participação no Mercado

Percentual de vendas totais no setor de atuação

Obs: algumas organizações relatam dificuldades na determinação precisa do tamanho total do mercado.



# NAGEH CLIENTES



## @ Taxa de Imagem Positiva

Percentual de entrevistados que tem imagem positiva da organização





# NAGEH CLIENTES



@ Taxa de Conhecimento da Marca

Percentual de entrevistados que lembram da marca em primeiro lugar (Top of Mind)



# NAGEH CLIENTES



## @ Taxa de Fidelidade de Clientes

Percentual da base de clientes que permanecem a mais de três anos

Outras formas de medir - quantidade de transações por cliente, percentual de clientes exclusivos, percentual de clientes que retornam (desde que não seja por causa de problemas) em um determinado período.



# NAGEH CLIENTES



## @ Taxa de Lealdade de Clientes

Quantidade de clientes promotores subtraídos da quantidade de clientes detratores dividindo pela quantidade de clientes pesquisados com a pesquisa NPS.

Artigo de Harvard Business Review (2009) autor Frederick F. Reichheld propõe indicador NPS (Net Promotor Score) que se refere basicamente a uma pesquisa de uma única pergunta: Você indicaria nossa empresa a um amigo seu?



# NAGEH CLIENTES



## @ Taxa de Insatisfação

- Percentual de clientes de apontaram um ou mais fatores graves de insatisfação;
- Número de fatores graves de insatisfação;
- Quantidade de devoluções (não se aplica)

Nesse caso houve dificuldade para se obter comparações, devido ao aspecto subjetivo do Critério eventualmente utilizado para definir o que era um fator grave de insatisfação.



# NAGEH CLIENTES



## @ Taxa de Satisfação

- Percentual de clientes de clientes que se declaram muito ou totalmente satisfeitos



# NAGEH CLIENTES



## @ Taxa de Satisfação

- Percentual de clientes de clientes que se declaram muito ou totalmente satisfeitos



# NAGEH CLIENTES



## @ Taxas Diversas

- Números de inserções espontâneas e positivas na mídia / número de total de inserções;
- Número de cliques no site / pelo número de visitantes;
- Número de informes ao cliente / total de clientes



# NAGEH CLIENTES



## @ Propostas

- Divisão dos grupos de estudos por indicadores - objetivo: base conceitual x produção grupo;
- Organização da agenda para próxima reunião, qual grupo fará a apresentação;
- Agenda - próxima reunião 04/mar/2015





# NAGEH CLIENTES



## @ Bibliografia

Indicadores de Desempenho - Estruturação do Sistema de Indicadores Organizacionais - 3ª edição / Fundação Nacional da Qualidade. - São Paulo: Fundação Nacional da Qualidade, 2012.



Obrigada!

Andrea Nascimento

[nageh.clientes@apm.org.br](mailto:nageh.clientes@apm.org.br)