

Questionários pesquisa de satisfação do cliente

Obtenha o feedback de que precisa para manter seus clientes satisfeitos. Desde a medição da satisfação dos clientes até a captura do seu Net Promoter® Score, questionários online ajudam sua empresa a entender que está fazendo certo, e o que precisa melhorar. Nossas poderosas ferramentas de análise tornam fácil converter dados em resultados práticos.

Como criar questionários de satisfação de clientes online

Já se perguntou o que seus clientes andam dizendo a respeito da sua empresa? Deseja [aprimorar a lealdade do cliente](#)? Comentários no Yelp ou no Google poderiam ajudá-lo? Em um mercado competitivo, onde as redes sociais colocaram a voz do cliente no centro das atenções, é fundamental saber exatamente o que se passa na cabeça se seus clientes. Os questionários online de satisfação de clientes irão lhe fornecer o feedback de que precisa para manter seus clientes satisfeitos e transformá-los em defensores da sua marca.

Como aprimorar seus negócios com questionários

Desde [feedback sobre produtos e serviços](#) até a captura do seu [Net Promoter® Score \(NPS\)](#), questionários de satisfação de clientes fornecem os insights de que precisa para tomar decisões mais bem fundamentadas. Na verdade, [nosso estudo](#) mostrou que as empresas que medem a satisfação do cliente têm uma probabilidade um terço maior de se descreverem como "bem-sucedidas" do que aquelas que não o fazem.

Um [questionário de consumidor](#) irá ajudá-lo a identificar as coisas que agradam e desagradam seus clientes, bem como as áreas existentes que podem ser melhoradas. Por exemplo, qual é a opinião do cliente comum sobre seus preços? Muito altos? Na quantia certa? Como sua equipe de [atendimento ao cliente](#) está se saindo, ou quão bem sua equipe de sucesso do cliente compreende as necessidades crescentes de seus clientes - e potenciais clientes? Existe algum ponto da experiência do cliente que desagrada seus clientes? É possível até mesmo consultar os clientes sobre o porquê de eles terem parado de fazer negócios com sua empresa, como poderia reconquistá-los e o que fazer para evitar perdas de clientes no futuro.

Capacite seus funcionários para cumprir metas com base nas necessidades do cliente. E, se está desenvolvendo um novo produto ou atualizando um produto já existente, os clientes podem fornecer um feedback valioso sobre design e funcionalidade. Muitas vezes, os clientes poderão apontar problemas que, em outra situação, teriam passado despercebidos.

Por onde começar

Que tipo de conteúdo deve ser incluído em seu questionário de satisfação de clientes e qual a melhor forma de apresentá-lo aos clientes? Isso tudo depende de seus objetivos, e do que exatamente está tentando descobrir ou melhorar. Veja algumas maneiras comuns que as empresas usam questionários de satisfação de clientes.

Desempenho de produto/serviço

Questione os clientes que não utilizam seus serviços há meses para identificar o que houve de errado e o que é possível fazer para reconquistá-los. Um questionário de feedback de clientes também pode ser uma excelente ferramenta para obter feedback externo sobre o desempenho dos funcionários e como a função de cada indivíduo está ligada à [satisfação do cliente](#).

Feedback de produtos

Crie um questionário online para ser enviado aos clientes que acabaram de fazer uma compra. Será que aquele novo e revolucionário tecido de barraca resistiu aos fenômenos da natureza conforme se propunha? Os resultados podem revelar informações valiosas sobre como melhorar as características do produto ou corrigir falhas de design.

Desenvolvimento de novos produtos

Identifique oportunidades para criação de novos produtos usando um questionário de satisfação de clientes para ver quais expectativas não são atendidas pelas alternativas existentes.

Lealdade do cliente

Questionários podem ajudá-lo a identificar seus clientes mais leais e influenciadores. Campeões da marca, usuários avançados, [leais da marca](#) e heróis da marca. Não importa a denominação que dá a eles, eles são a chave para saber exatamente o que a sua empresa está fazendo corretamente, o que deve continuar fazendo e o que deve começar a fazer. Mostrar aos clientes que está ouvindo suas vozes exige bastantes esforços.

Aprimore a experiência do cliente

Questionários de satisfação de clientes são uma excelente ferramenta para facilitar a comunicação frequente entre sua empresa e seus clientes. Eles podem funcionar como um lembrete de que sua empresa está por perto - e valoriza os negócios do cliente. Questione-os sobre como estão se saindo, quais sugestões teriam e considere a possibilidade de oferecer brindes ou recompensas para clientes leais que se dispuserem a responder seus questionários.

Pesquisa de mercado

Deseja desenvolver uma nova área de atendimento? Precisa ter certeza de que sua equipe de marketing está endereçando o nicho de consumidores correto? Conheça [mercados potenciais](#) enviando primeiro um questionário online para saber mais sobre aspectos demográficos, tais como idade, sexo, renda, preferências de lazer, etc.

Estabeleça metas de desempenho

Agora que possui todos esses excelentes dados práticos, é preciso garantir que o feedback seja implementado. Use questionários de feedback de clientes para entrar em contato novamente com os clientes e medir o seu progresso ao longo de períodos regulares de tempo. Aproveite o que aprendeu com esses dados valiosos para arrecadar receitas e melhorar a satisfação e a lealdade de clientes e funcionários. Compare os resultados ao longo do tempo para ver quanto melhorou.

Entenda o contexto dos resultados dos seus questionários

Questionários de clientes são uma grande ajuda para melhorar o seu produto, [site](#), equipe de atendimento ao cliente e mais. Mas o feedback coletado não revela tudo. É possível que pense estar fazendo o melhor, quando o assunto é [lealdade do cliente](#), mas seus concorrentes podem estar fazendo muito melhor e captando os seus clientes no processo.

Veja qual é a sua posição ao comparar seus resultados [com os referenciais de satisfação do cliente](#), de maneira que possa obter melhorias de acordo com as suas necessidades.

Relatórios de gerenciamento

Os dados dos questionários de satisfação de clientes também podem ajudar os gerentes a identificar as principais métricas e tendências que devem ser acompanhadas em todos os departamentos e cargos.

Mantenha seus funcionários engajados

Quando sua empresa oferece [um excelente atendimento ao cliente](#), fica muito mais fácil conquistar e manter clientes. Priorize o engajamento dos funcionários para [melhorar a satisfação dos clientes](#) e o seu [nível de atendimento ao cliente](#). Verificar periodicamente com seus funcionários o que os torna essenciais - e criar referenciais de desempenho - pode ajudar bastante no sentido de manter seus clientes satisfeitos.

Dicas para criar questionários de clientes eficientes

Vá em frente. Lute. Vença. Bem, talvez o mais apropriado seja algo como: pergunte, ouça e conquiste. Além de usar perguntas metodologicamente perfeitas nas principais áreas já mencionadas, recomendamos também que siga essas dicas para a criação de um excelente questionário de cliente:

- **Seja claro.** Digamos que esteja analisando a satisfação de clientes em relação à uma estadia de hotel. Não obrigue seus respondentes a adivinharem o que quer dizer com perguntas gerais sobre diferentes aspectos da estadia. Diga a eles qual deve ser o padrão. Pergunte se o serviço de quarto foi eficiente, se a piscina estava limpa, se o recepcionista foi simpático, se a cama era confortável e assim por diante.
- **Seja específico.** Não faça perguntas sobre conceitos ou ideias gerais. Pergunte sobre conceitos ou ideias específicos (isto é, ser "uma boa pessoa" é genérico; ser "educado com os garçons" é específico). Perguntas e respostas específicas facilitam a identificação das coisas que precisam melhorar.
- **Faça muitas perguntas.** Fazer várias perguntas específicas em vez de uma única pergunta genérica irá não apenas tornar suas perguntas mais fáceis de responder para seus respondentes, mas também irá tornar seus dados mais fáceis de analisar e implementar. O garçom que te atendeu informou sobre as sugestões do dia? Ele anotou seu pedido prontamente? Ele foi capaz de responder a todas suas perguntas? Ele foi capaz de coordenar a sincronia de seus pratos? Apenas tome cuidado para não fazer perguntas demais. Já vimos taxas de resposta de consumidores caírem quando responder o questionário tornou-se um fardo.

Não importa qual meta está buscando cumprir, será mais fácil alcançar o status de excelência se possuir um plano de ação por meio do qual irá aplicar estes novos conhecimentos. Recomendamos também que envie questionários regularmente - pelo menos uma ou duas vezes por ano - para ter uma noção mais realista sobre onde deve concentrar seus esforços de satisfação do cliente e como seguir adiante. Solicitar e

analisar feedback de maneira consistente é essencial para continuar a proporcionar resultados positivos.

NPS®, Net Promoter® e Net Promoter® Score são marcas registradas da Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company e Fred Reichheld.