

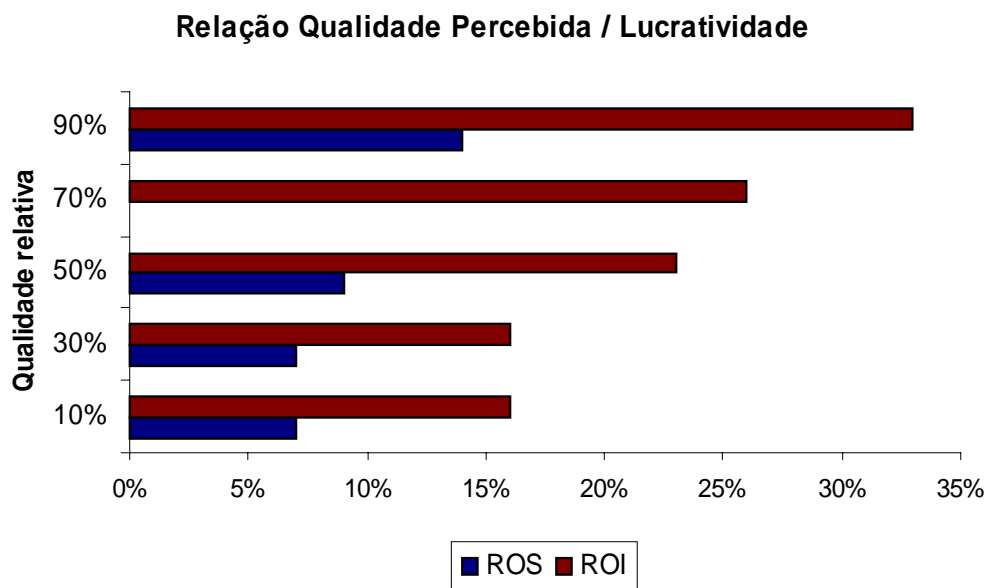
## Pesquisa da Satisfação do Cliente - Abril 2004 -

### Por que contratar o serviço?

O principal objetivo desse serviço é assessorar o desempenho de empresas por meio de uma pesquisa quantitativa e qualitativa da satisfação do seus clientes.

O estudo permite avaliar o nível de satisfação atual dos clientes em relação ao serviço prestado pelo cliente - operadoras, fornecedoras de equipamento (vendedores), revendedores, entre outras - e fazer um *benchmarking* com as melhores práticas do mercado. Após uma análise minuciosa dos dados, a Itelogy ajuda seus clientes a traçar iniciativas estratégicas e operacionais para diminuir o 'gap' entre o estado atual de satisfação do cliente com o objetivo da empresa.

De acordo com o modelo *Impact of Market Strategy* (PIMS) há uma forte correlação (positiva) entre lucratividade e qualidade dos produtos/serviços percebida pelos consumidores. O gráfico abaixo mostra claramente a correlação entre qualidade percebida e o retorno sobre as vendas (ROS) e retorno sobre investimentos (ROI). Como podemos observar, tanto ROS como ROI aumentam a medida em que os consumidores atribuem maior qualidade relativa aos produtos ou serviços da empresa.



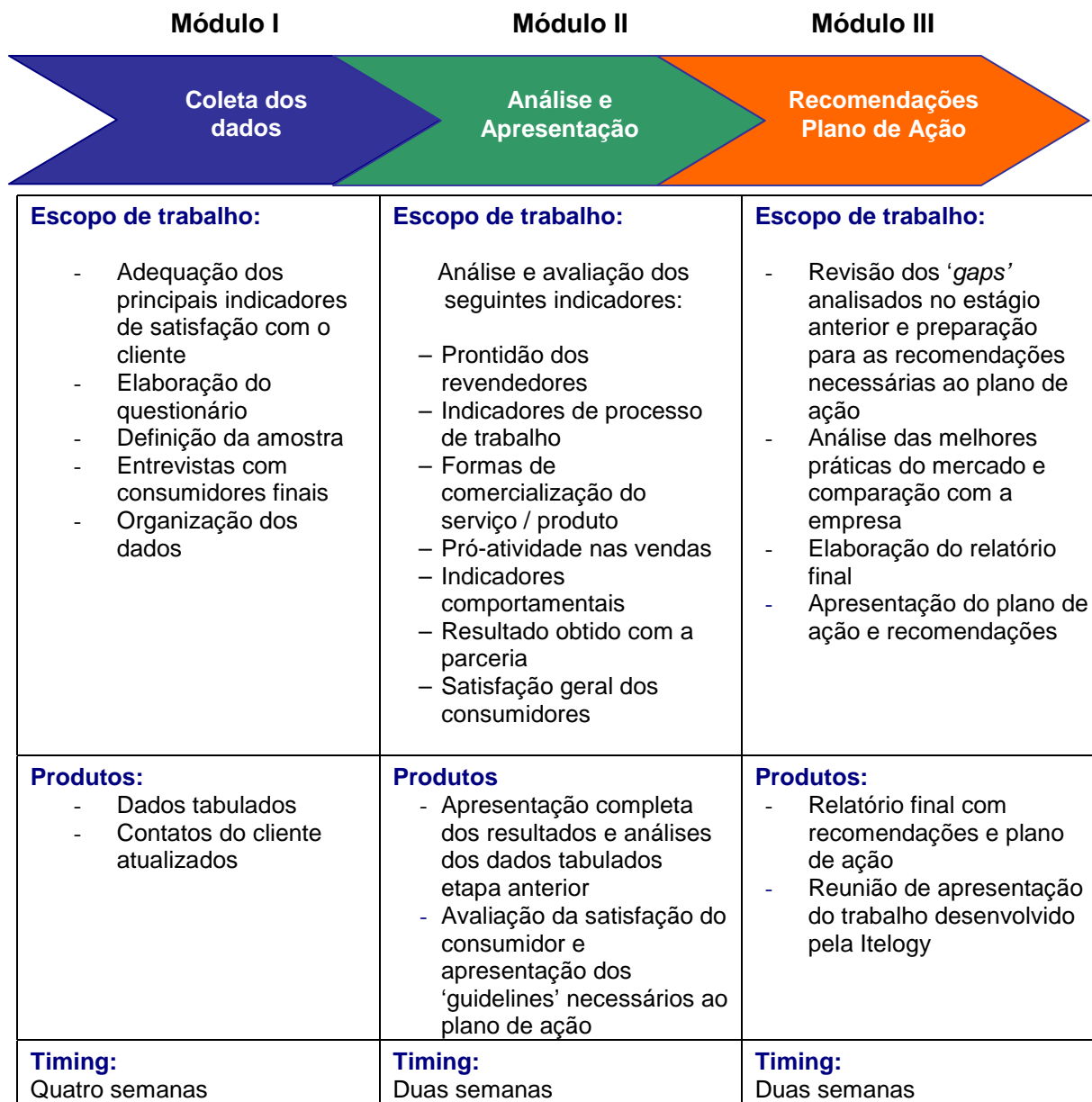
Fonte: PIMS Principles

Este 'briefing' apresenta uma breve descrição do serviço, assim como os principais tipos de análise que serão apresentadas ao cliente pela Itelogy.



## Modo de trabalho (Escopo de Trabalho)

Nosso trabalho é composto de três fases distintas, realizada ao longo de apenas oito semanas:



## Exemplos dos Principais Indicadores Analisados

Prontidão
Disponibilidade de atendimento
Facilidade de acesso a pessoa chave no processo de venda, prestação do serviço ou revenda
Frequência de contato com o cliente final
Senso de urgência na solução de problemas ou necessidades dos clientes
Processo de Trabalho
Entendimento do processo de trabalho do consumidor
Adaptabilidade ao processo de trabalho do consumidor
Transferência de conhecimento para o consumidor
Clareza e agilidade dos procedimentos operacionais
Velocidade de entrega das soluções (rapidez de trabalho)
Atitude e qualidade da venda dos produtos ou prestação dos serviços
Formas de Comercialização do Produto
Esclarecimento de dúvidas em relação ao serviço / produto oferecido
Conhecimento dos assuntos relacionados ao produto / serviço oferecido
Busca do oferecimento do produto / serviço mais adequado ao cliente
Pró-atividade
Comunicação de novidades técnicas e comerciais
Pró-atividade de ofertas
Follow-up (ligações ou contatos)
Follow-up ao andamento dos serviços / projetos
Aspectos Comportamentais
Boa vontade e interesse em atender
Educação e Cordialidade
Ética
Agilidade
Conhecimento comercial
Visão Estratégica do negócio
Avaliação Geral da Parceira / Resultado Obtido
Contribuição / Valor agregado ao cliente
Apresentação de soluções de valor
Relação custo-benefício dos serviços prestados
Qualidade das recomendações das soluções ou produtos adquiridos
Satisfação com as soluções adotadas ou produtos adquiridos
Avaliação Geral da Satisfação do Consumidor
Qualidade geral do <i>stakeholder</i> pelo atendimento e/ou serviço prestado
Qualidade como representante, vendedor ou fornecedor da empresa x
Relação custo-benefício dos contratos de serviços (em caso de revenda)





## Exemplos das Análises Realizadas

---

O universo a ser analisado varia de acordo com o perfil da empresa contratante. Dessa forma, podem ser determinados para a análise diferentes 'players' dentro de cada cadeia de valor. Exemplos incluem: revendedores de softwares (para empresas de softwares), fornecedores de equipamentos (para empresas de hardware), os próprios consumidores finais (no caso de operadoras), entre outros, de acordo com a contratante. Análises incluem:

- ✓ Média simples final de qualidade para o universo de 'players' determinado;
- ✓ Spread de médias simples de qualidade para o universo de vendedores, revendedores ou fornecedores;
- ✓ Classificação dos melhores e dos piores desempenhos;
- ✓ Identificação dos 'players' e/ou indicadores que estão abaixo da média mínima desejada pela empresa;
- ✓ Identificação, dentro do universo analisado, dos revendedores, áreas da empresa ou fornecedores que necessitam aumentar a frequência de contato com os consumidores finais;
- ✓ Identificação, dentro do universo analisado, dos revendedores, áreas da empresa ou fornecedores que necessitam aumentar as atualizações técnicas e comerciais com os consumidores finais;
- ✓ Mapeamento do índice de satisfação do consumidor por região geográfica;
- ✓ Análise do desempenho da empresa ou de outro membro do universo definido por região geográfica (média de satisfação geral);
- ✓ Identificação dos tipos de serviços oferecidos;
- ✓ Percentual de clientes entrevistados que pretendem manter relação com a empresa ou com seus 'players';
- ✓ Média geral de cada indicador listado pela empresa;
- ✓ Análise dos pontos fortes e fracos de cada 'player' e/ou da própria empresa, benchmarking entre os 'players' e definições das melhores práticas do mercado;
- ✓ Identificação dos principais 'gaps'
- ✓ Recomendações e planos de ação (iniciativas estratégicas) para a empresa-cliente

Todos os indicadores, assim como o tipo de análise a ser realizado pela Itelogy são discutidos anteriormente com nossos clientes, sendo adaptados de acordo com suas necessidades, expectativas e tipos de serviço ou produto oferecidos.

Ao final das análises quantitativas e qualitativas, a Itelogy compila as informações e produz uma apresentação final no qual serão apresentadas as informações do estudo, 'insights' estratégicos e as nossas recomendações a respeito de como melhorar cada um dos índices.

