

A IMAGEM É FUNDAMENTAL



QUAL A IMPORTÂNCIA DA MARCA PARA O SUCESSO DE UM NEGÓCIO?

▶▶ Leia na página 4

Pesquisa para medir o gosto do cliente e a rentabilidade do negócio

O atendimento é a alma de qualquer negócio.

Muitas das vezes para entender como os clientes se sentem em relação à empresa é necessário ouvi-los para encontrar pontos que podem ser melhorados, e assim, continuar garantindo uma boa experiência que atenda às reais necessidades de cada consumidor.

Prática antiga, mas não obsoleta, as pesquisas de satisfação são o melhor meio para identificar com mais precisão as falhas do negócio, o que vem dando certo e implementar ações que possam resolver os problemas citados com mais agilidade. Esse serviço acaba se tornando o melhor canal direto entre o consumidor e a empresa.

Anderson Lucila, COO da SmartComm - franquia que busca aproximar empresas e clientes com soluções inteligentes em comunicação – explica que esse tipo de serviço é essencial para entender como o cliente enxerga a empresa em todos os processos, seja ele infraestrutura, localização, atendimento, entre muitos outros aspectos.

“Tudo o que estiver relacionado ao produto/serviço, será avaliado pelo cliente, com isso, as decisões de investimento e melhorias serão definidas com muito mais assertividade. A partir das pesquisas de satisfação é possível identificar de que maneira ela é lembrada por um determinado público-alvo e ainda, como ela se posiciona no mercado”, diz.

Lucila explica que a pesquisa de satisfação da SmartComm é criada através de um script elaborado pelo cliente com a ajuda do franqueado, onde são definidas as perguntas que serão feitas e como devem ser as respostas. Após a conclusão, o script é passado pelo franqueado para a área de desenvolvimento da franquia para que seja confeccionado e disponibilizado na plataforma do cliente.



Uma vez na plataforma, o cliente pode disparar para a quantidade de pessoas que achar necessário. A pesquisa pode ser acompanhada em tempo real e após três dias de campanha já é possível analisar os dados via relatório em forma de gráfico. Os métodos usados são:

NPS – Sigla para Net Promoter Score, metodologia que se baseia em uma pergunta quantitativa simples, exemplo: “Em uma escala de zero a dez, qual é a probabilidade de recomendar esta companhia a um amigo ou familiar?”. Além dessa questão, há uma outra, qualitativa, para que o cliente justifique a nota dada, caso esta esteja entre 0 e 3.

Questionário de satisfação - Baseia-se em um questionário, geralmente de 5 a 10 perguntas breves e diretas. É possível optar por questões de múltipla escolha e classificação numérica, no final é interessante incluir uma pergunta aberta, com o intuito de coletar o máximo de informações possíveis. A pesquisa de satisfação pode ser feita por meio do SMS, WhatsApp e chatbot, e segundo a franquia, em média há o retorno de cerca de 40% das mensagens enviadas.

De olho na experiência do cliente -

Esse tipo de serviço proporciona inúmeras vantagens. Para o funcionário da empresa é possível identificar e resolver conflitos; aumento da produtividade; melhoria da comunicação interna; maior eficiência nos feedbacks e na tomada de decisão; avaliação da satisfação do funcionário, e retenção de talentos.

Já para os clientes é capaz de entender a experiência dele durante sua jornada; conhecer seu público; aperfeiçoar produtos/serviços e impulsionar a aceitação; melhorar e qualificar o atendimento prestado, e adotar estratégias mais inteligentes e impactantes. O empresário enfatiza que esse tipo de serviço é muito adotado por empresas dos segmentos de saúde, concessionárias, imobiliárias/ construtoras, entre outras.

“O pós-venda é o momento mais oportuno para avaliação. As equipes devem estar preparadas para o feedback e saber analisar quando é hora de mudanças internas. Para otimizar o atendimento e fidelizar o cliente, toda empresa deve adotar esse tipo de estratégia para construir uma imagem mais positiva entre cliente e marca”, finaliza Lucila. - Fonte e outras informações: (www.smartcomm.digital).

Negócios em Pauta

Foto: Portal do Entregador iFood/reprodução



Drone opera em voos comerciais de até três km

O iFood, em parceria com a Speedbird Aero, poderá realizar entregas de delivery com o uso de RPA (Aeronave Remotamente Pilotada). A autorização para uso diário comercial recebida pela Anac é inédita e a primeira das Américas. Há dois anos, o projeto foi realizado de forma pioneira em período de testes de viabilidade em diferentes regiões e contextos. Esse período comprovou a possibilidade de operar drones com o propósito de entregas e, com isso, obter essa Autorização que habilita a RPA no modelo DLV-1 NEO, fabricada pela Speedbird Aero, a operar comercialmente em rotas BVLOS (Beyond Visual Line of Sight, em inglês), ou seja, além da linha de visada visual do piloto. A conquista é considerada um marco na aviação do país, e também para o segmento do delivery, pois torna uma realidade o transporte de alimentos e outros produtos de maneira regular e escalável. ▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

AI/Programa de Mentoria Mulheres na Alimentação e Agronegócio



Inscrições abertas para programa de mentoria exclusivo para mulheres do agro

@Estão abertas as vagas para o Programa de Mentoria Mulheres na Alimentação e Agronegócio, apoiado pela Alltech. Com prazo de inscrições até 31 de janeiro, a iniciativa visa estimular o intercâmbio de ideias e o desenvolvimento profissional, criando uma rede de networking entre as participantes. As interessadas podem selecionar, no ato do cadastro, suas preferências, como: idioma, área de atuação no agronegócio e região. O projeto é resultado da parceria entre a Alltech e a pesquisa Women in Food & Agriculture (WFA), que está convertendo ideias em ações e conectando mulheres que atuam no setor agroalimentício com mentoras capazes de impulsionar suas carreiras. Afinal, a presença feminina no campo é uma realidade crescente e, se trabalhada, pode chegar à igualdade em relação aos homens. No Brasil, por exemplo, conforme estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV), as mulheres já ocupam 34% dos cargos de gestão do agronegócio (<https://www.wfasummit.com/wfa-mentorship-program>). ▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Ineficiência tributária chega a R\$ 370 bilhões por ano

Um trilhão e meio de reais por ano. Esse é o valor estimado que as empresas gastam com dificuldades estruturais, burocráticas e econômicas para se manterem ativas e em compliance no Brasil, segundo dados do Ministério da Economia. Realidade essa que posiciona o Brasil em 184º lugar no ranking de 190 países mais complexos e onerosos do mundo, e na 124ª colocação quando o assunto é facilidade em fazer negócios. Com 92 tributos, impostos e taxas em vigor no país neste momento, em 30 anos a fatia representada pela carga tributária bruta dos governos federal, estaduais e municipais no PIB brasileiro registrou um progressivo crescimento. ▶▶

Funcionários estão dispostos a adotar um ambiente de trabalho no metaverso

Enquanto empresas estão começando a encontrar seu ritmo com o trabalho remoto, o local de trabalho começou a evoluir novamente com o surgimento do metaverso. Uma nova pesquisa da Lenovo1 revela que quase metade dos funcionários (44%) estão dispostos a trabalhar no metaverso e acreditam que ele pode oferecer benefícios como produtividade para o local de trabalho. ▶▶

Transformação Digital: um olhar através da comunicação

O exercício de entender o outro é não uma tarefa fácil, mas essencial. Por vezes pode parecer impossível, já que crescemos sem perceber a importância desse processo, mas a prática leva ao despertar. Entender o que o próximo quer de nós não tem relação apenas com uma das partes, mas significa evoluir em conjunto. Podemos começar com três conceitos importantes: a alteridade, a empatia e a escuta ativa. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Política

A era dos ressentimentos

Por Gaudêncio Torquato



▶▶ Leia na página 6