

RAD 1404 – Pesquisa de Marketing

Semana 7

Parte 2

Matriz de Amarração

Caso de
Pesquisa de Satisfação de Clientes

Prof. Dirceu Tornavoi de Carvalho

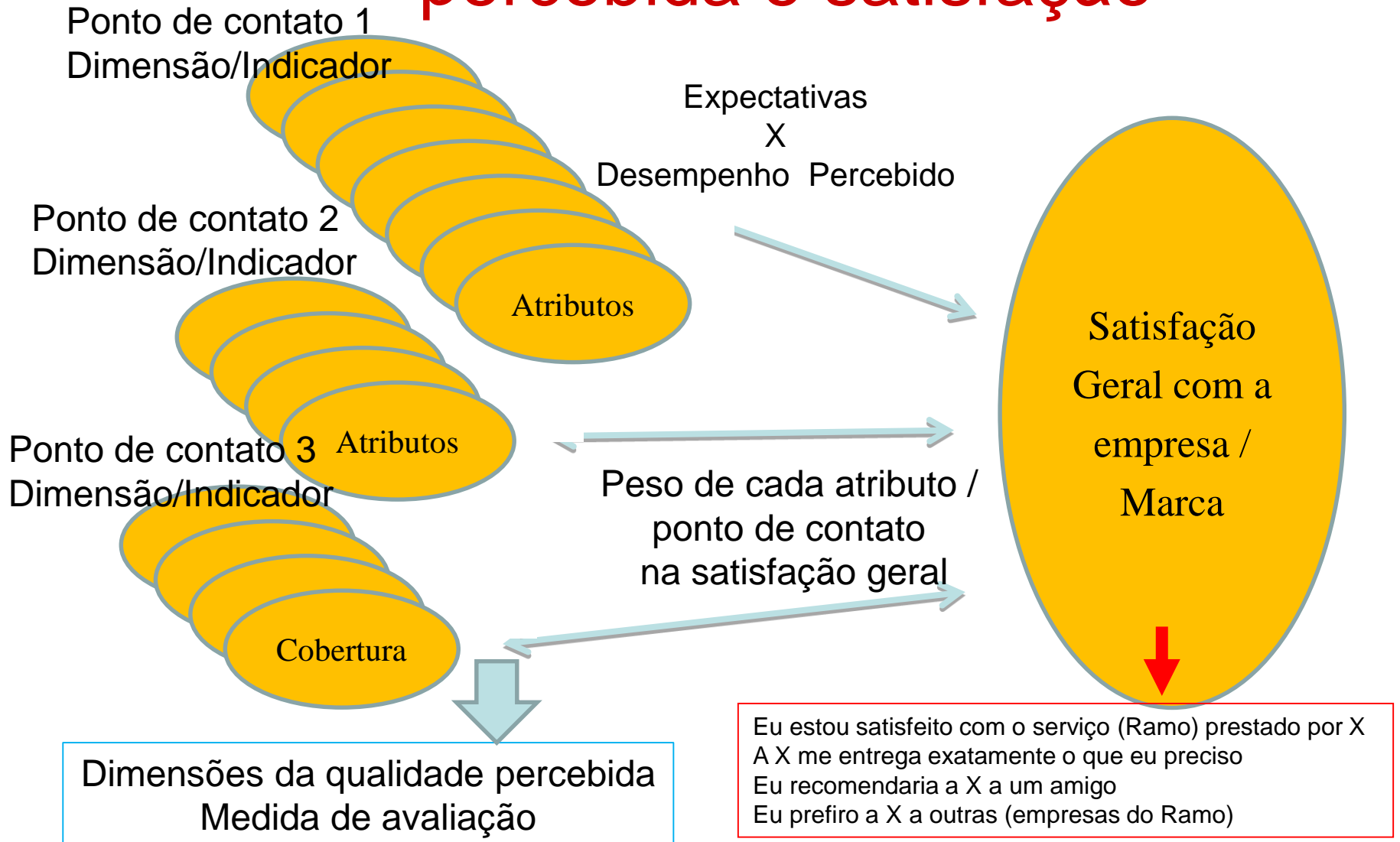
Matriz de amarração

Modelo de Pesquisa	Objetivos da Pesquisa	Questões da Pesquisa	Levantamento/Análise de Dados
Identificação das fontes e bases de dados para previsão de demanda	<ul style="list-style-type: none"> - Constituir uma base de dados sobre <i>marketing</i> e exercício de previsão de vendas 	<ul style="list-style-type: none"> • Base e fonte de dados utilizadas na previsão de demanda 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesquisa qualitativa (entrevista em profundidade) 2. Análise de conteúdo (identificação de similaridades e peculiaridades por organização)
Compreensão da estrutura de previsão de vendas em termos de forma e conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> - Reconhecer conteúdo e forma da previsão de vendas praticada na cadeia automotiva nacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Procedimento, conteúdo e formato de apresentação da previsão de demanda 	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">Definição dos processos de previsão de vendas</div> <div style="width: 45%;">Levantamento das variáveis consideradas na previsão de demanda</div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> - Levantar as variáveis utilizadas e os processos de previsão de demanda e horizontes temporais 	<ul style="list-style-type: none"> • Variáveis relevantes e/ou utilizadas na elaboração da previsão de demanda 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesquisa qualitativa (entrevista em profundidade) 2. Pesquisa qualitativa (levantamento)
Avaliação de mecanismos, análise de desempenho e aperfeiçoamentos dos processos de previsão de demanda e vendas	<ul style="list-style-type: none"> - Explorar as condições e possibilidades de avaliação e aperfeiçoamento dos atuais modelos 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de modelos e/ou ferramentas de suporte, avaliação e aperfeiçoamentos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesquisa qualitativa (entrevista em profundidade) 2. Análise de conteúdo (identificação de similaridades e peculiaridades)
Elaboração / Proposta de modelo de previsão de demanda e vendas	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver modelo de previsão de demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de referência para a elaboração e a validação da previsão de vendas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análise de regressão 2. Equações estruturais

Comentários sobre matriz de amarração

- A primeira coluna que, no artigo, ora é chamado de modelo de pesquisa e ora de Análise de mercado, é redundante e mais confunde do que ajuda.
- Essa primeira é praticamente idêntica aos objetivos
- O que é importante na matriz é amarrar: **Objetivos com hipótese/questões de pesquisa com a forma de coleta e análise dos dados**

Modelo para medir qualidade percebida e satisfação



Formas de medida: escalas métricas, disconfirmação e likert

Passos iniciais qualitativos de uma pesquisa de qualidade percebida

1) Identificar os Pontos de contato do cliente com a empresa por meio dos quais recebe serviços



2) Identificar os atributos de qualidade percebida em cada ponto de contato

O que você repara nesse ponto de contato pra dizer que é satisfatório, que tem qualidade??

Caso - Empresa de gestão de frotas



Pesquisa de Satisfação 2014

Relatório dos Resultados

Dezembro de 2014

Objetivos da pesquisa

The logo for 'Let's' is located in the top right corner. It consists of the word 'Let's' in a white, sans-serif font, with a small orange vertical bar above the apostrophe. The text is set against a dark, rounded rectangular background.

- **Objetivo Geral**

- O objetivo geral do projeto aqui proposto é fazer nova aferição dos indicadores de qualidade percebida e da satisfação dos clientes da **Let's**, utilizando o mesmo modelo estabelecido em pesquisas anteriores.

- **Objetivos específicos**

- Mensurar a satisfação dos públicos clientes com os diversos atributos identificados no modelo de qualidade percebida e sua satisfação geral com a **Let's**;
- Organizar os resultados sob forma de indicadores comparáveis aos utilizados em aferições anteriores para fins de análise evolutiva, gerenciais e de certificação ISO.
- Obter o resultado da pesquisa por empresa cliente de uma lista a ser fornecida pela **Let's**;

Síntese dos indicadores 2014 em comparação a 2013

Público-Alvo

Indicador do Usuário

Número de
drivers

Valor Indicador
2014

Valor Indicador
2013

Adequação ao usuário
Relacionamento
Serviços de assistência

2
3
7

51
60
53

57
63
55

Indicador do Gestor

Número de
drivers

Valor Indicador
2014

Valor Indicador
2013

Negociação e entregas
Suporte a ocorrências
Eficiência na Informação
Relacionamento

4
5
4
4

54
56
56
58

57
54
57
62

Indicador

Número de
itens

Valor Indicador
2014

Valor Indicador
2013

Satisfação geral
Satisfação usuário
Satisfação gestor

4
4
4

72
71
78/76

74
73
84/77

INDICADORES USUÁRIOS

The logo for 'Let's' is displayed in white text on a black speech bubble background.

- Adequação ao usuário (não mostrado)
- Relacionamento
- Serviços de assistência

Nota: o número de “Não sei” foi relevante nos seguintes itens:

- A eficiência da Let's em providenciar carro reserva enquanto o meu está em manutenção (30%)
- A qualidade dos carros reserva da Let's (29%)
- O empenho da Let's em conhecer as operações da empresa para as quais preciso do carro é (20%)

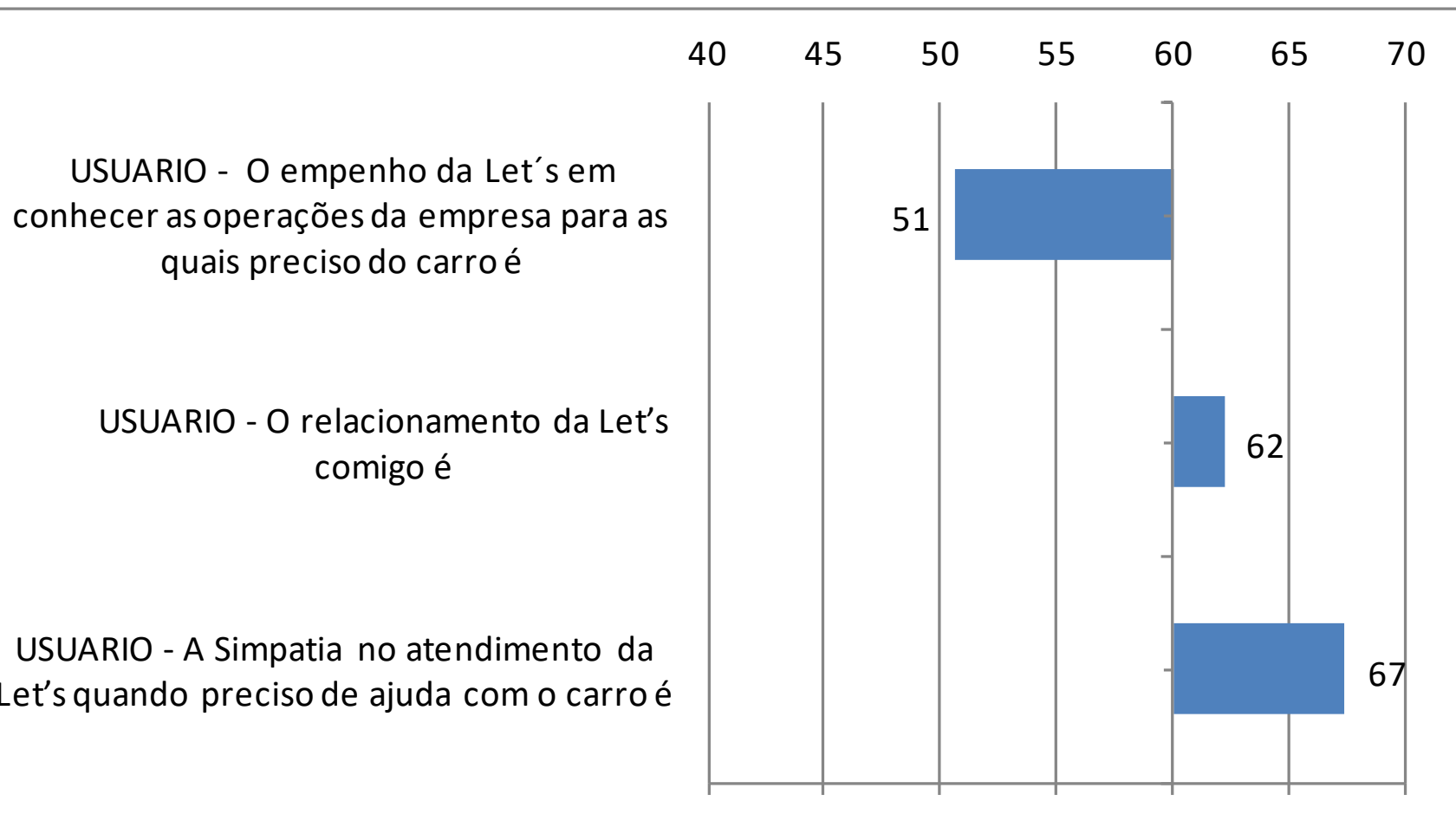
No restante dos itens esse percentual é da ordem de 10% para os usuários

Valores pouco menores que em 2013

Indicador Relacionamento: Composição (drivers) do indicador

Questões	Confiabilidade		
	2014	2013	2012
A simpatia no atendimento da Let's quando preciso de ajuda com o carro é			
O relacionamento da Let's comigo é	83%	70%	80%
O empenho da Let's em conhecer as operações da empresa para as quais preciso do carro é			

Indicador: Relacionamento



Queda em relação a 2013,
mas em era 58 em 2010 e 11

**Valor do
indicador 2014**
60

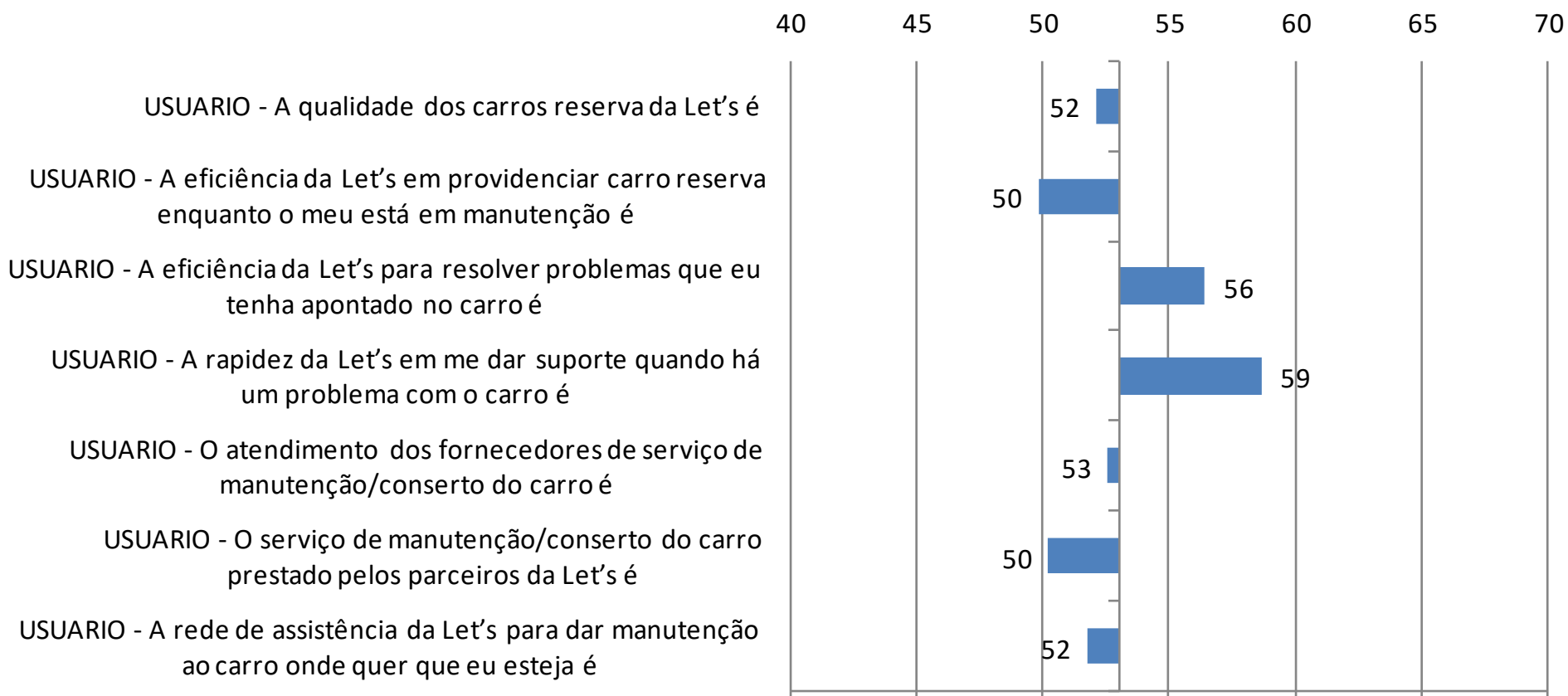
Valor do
indicador 2013
63

Valor do
indicador 2012
60

Indicador Serviços de Assistência: Composição (drivers) do indicador

Questões	Confiabilidade		
	2014	2013	2012
A rede de assistência da Let's para dar manutenção ao carro onde quer que eu esteja é			
O serviço de manutenção/conserto do carro prestado pelos parceiros da Let's é			
A rapidez da Let's em me dar suporte quando há um problema com o carro é			
A eficiência da Let's em resolver problemas que eu tenha apontado no carro é	88%	87%	88%
A eficiência da Let's em providenciar carro reserva enquanto o meu está em manutenção é			
A qualidade dos carros reserva da Let's é			
O atendimento dos fornecedores de serviço de manutenção/conserto do carro é			

Indicador Serviços de Assistência



Queda (era 58 em 2010 e 53 em 2011)

**Valor do
indicador 2014**
53

**Valor do
indicador 2013**
55

**Valor do
indicador 2012**
55

ÍNDICE DE SATISFAÇÃO USUÁRIOS E GESTORES



Índice de Satisfação
Evolução do Índice de
Satisfação

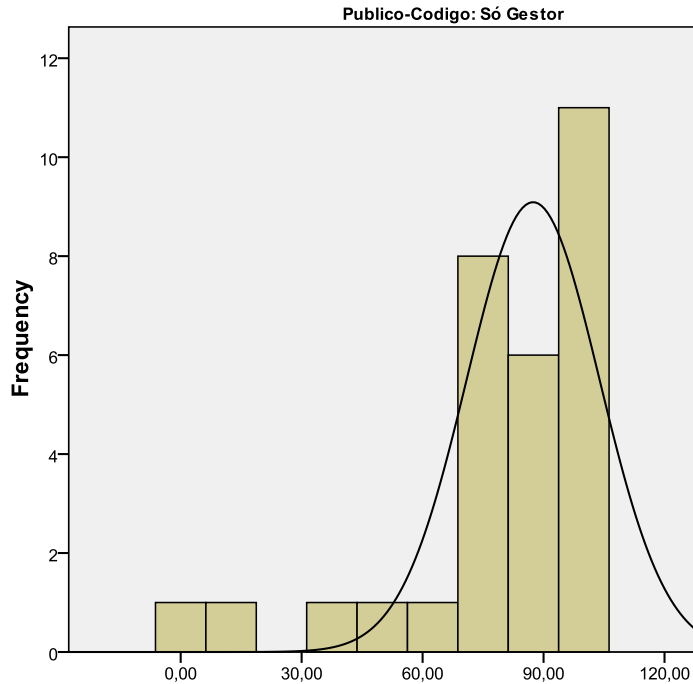
Composição do Índice de Satisfação

Questões	Confiabilidade de 2014	2013
Eu estou satisfeito com os serviços prestados pela Let's		
A Let's me entrega exatamente o que eu preciso	91%	90%
Eu recomendaria a Let's a um amigo		
Eu prefiro a Let's a outras locadoras de veículos		

Índice de Satisfação

Só gestor = 78

84 em 2013 –caiu 6 pts



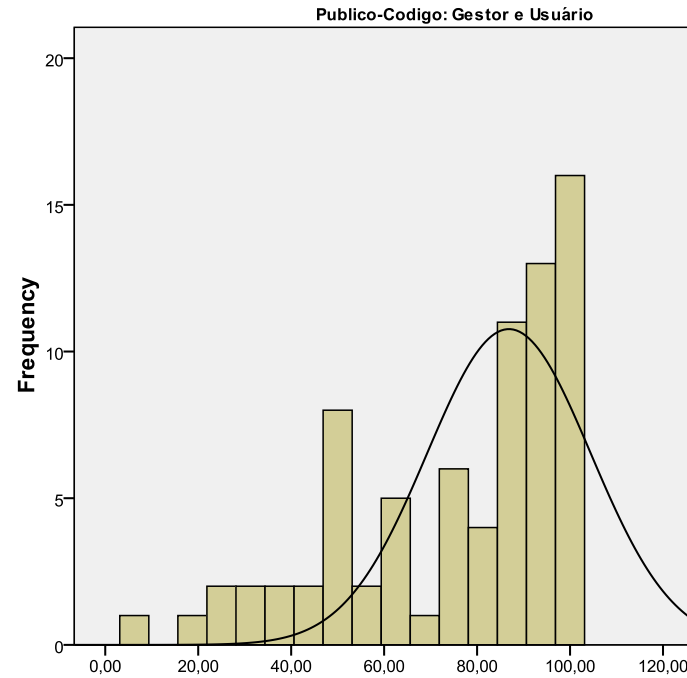
Mean =77,50
Std. Dev. =25,565
N=30

Sat_Index

N = 30

Gestor e Usuário = 76

Caiu 1 pts



Mean =75,66
Std. Dev. =24,337
N=76

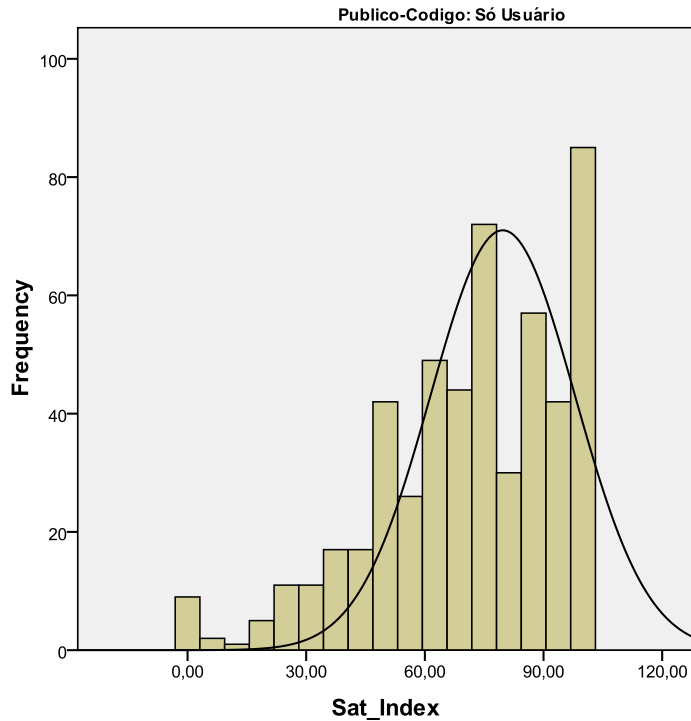
Sat_Index

N = 76

Índice de Satisfação

Só usuário = 71

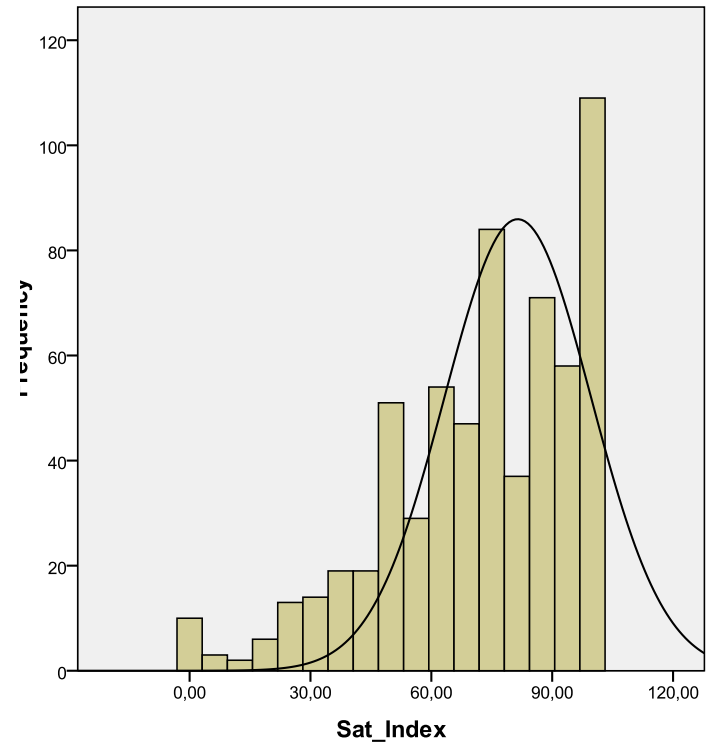
73 em 2013 –caiu 2 pts



N = 520

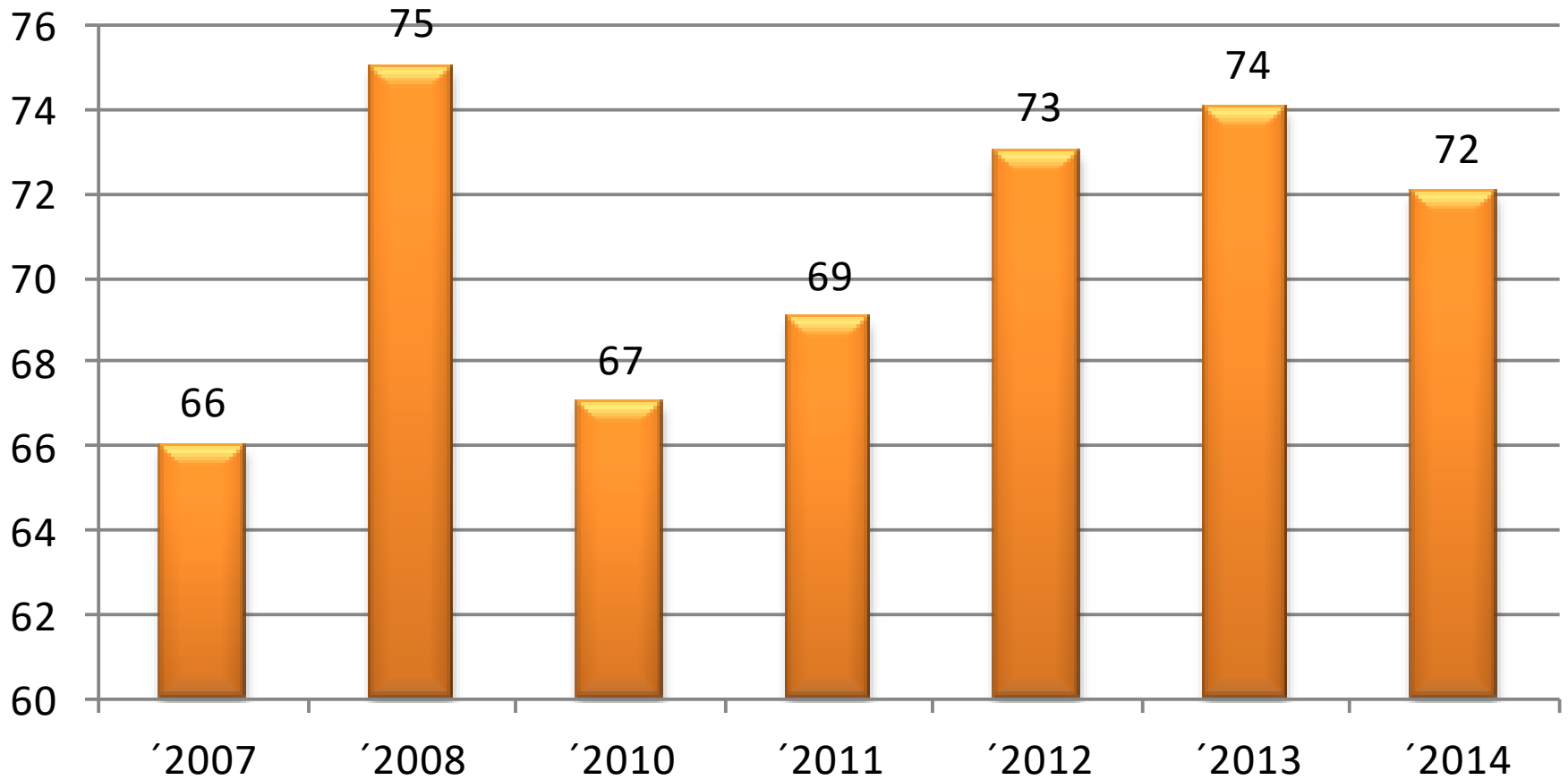
Geral = 72

Caiu 2 pts



N = 626

Índice de Satisfação Geral



N = 133

N = 279

N = 535

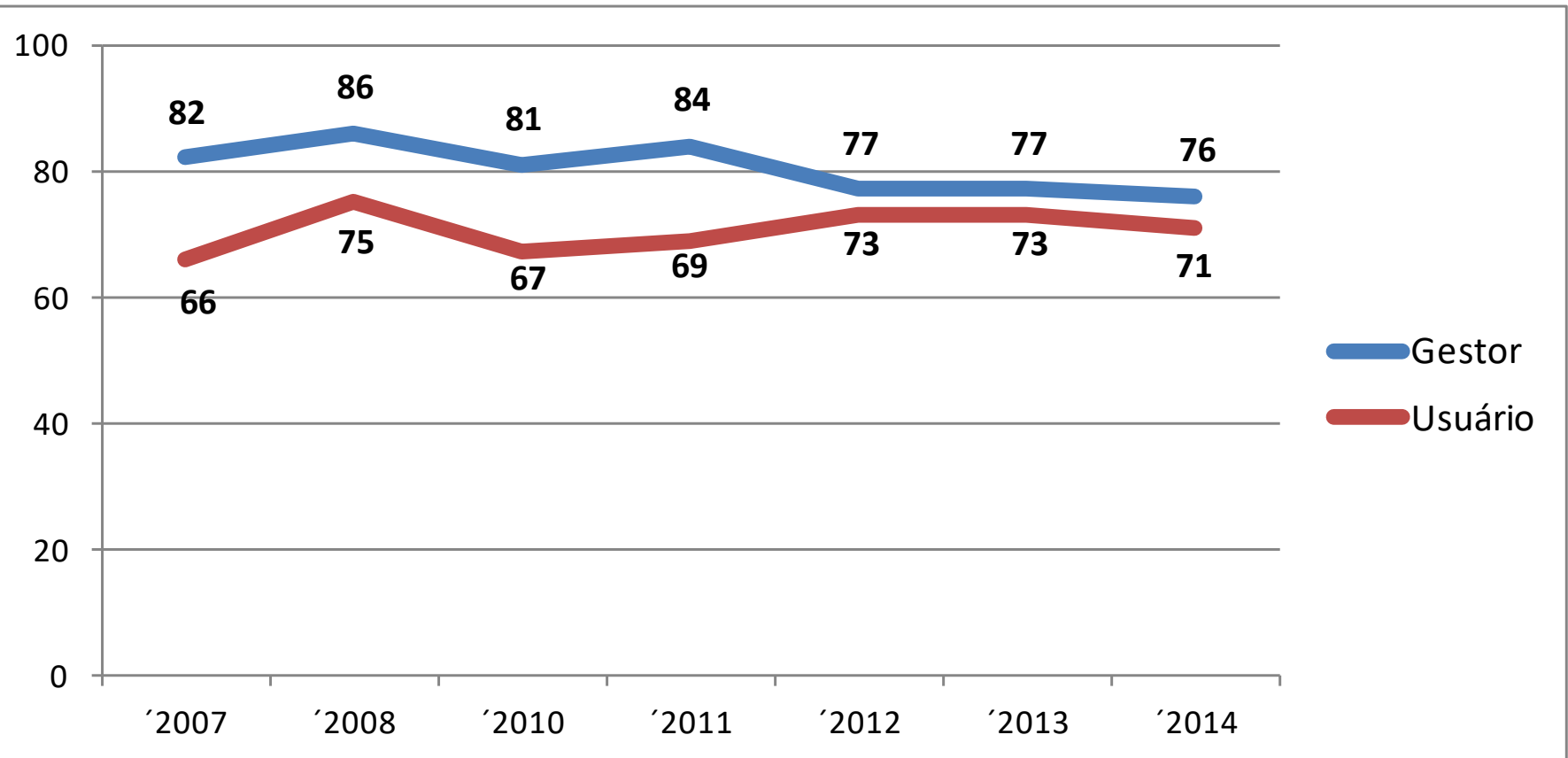
N = 317

N = 429

N = 633

N = 626

Evolução e Comparação do Índice de Satisfação com a Let's



Fatores explicativos da Satisfação para os diferentes públicos

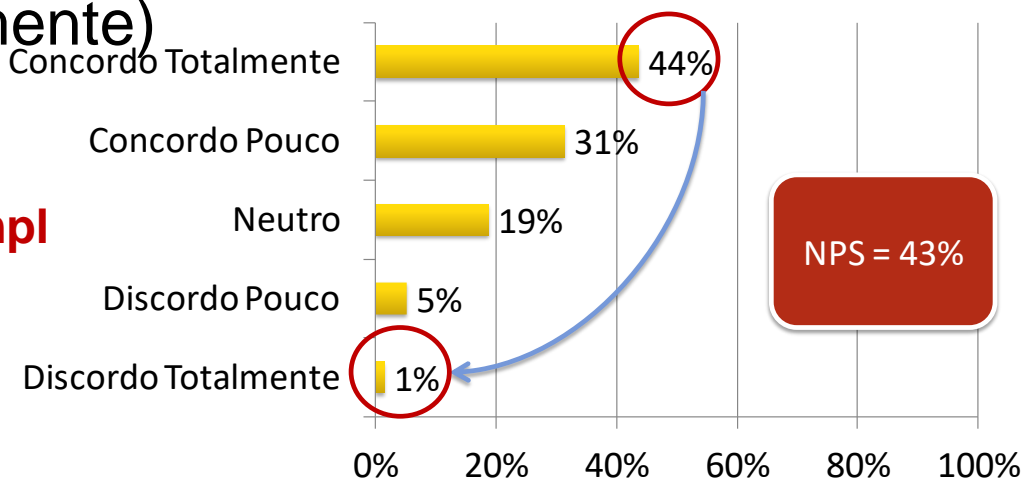
Só Gestores (R2 = 74%)	Relacionamento Informação
Gestor e Usuário (R2= 40%)	Suporte
Só usuário (R2 = 47%)	Assistência Relacionamento

Índice NPS

- Questão: **“Eu recomendaria a Let’s a um amigo”**
- *Net Promoter Score* (NPS): o índice divide os clientes entre:
 - **promotores** (aqueles que concordam totalmente),
 - **passivos** (aqueles que responderam em escalas intermediárias) e
 - **detratores** (aqueles que responderam discordo totalmente)

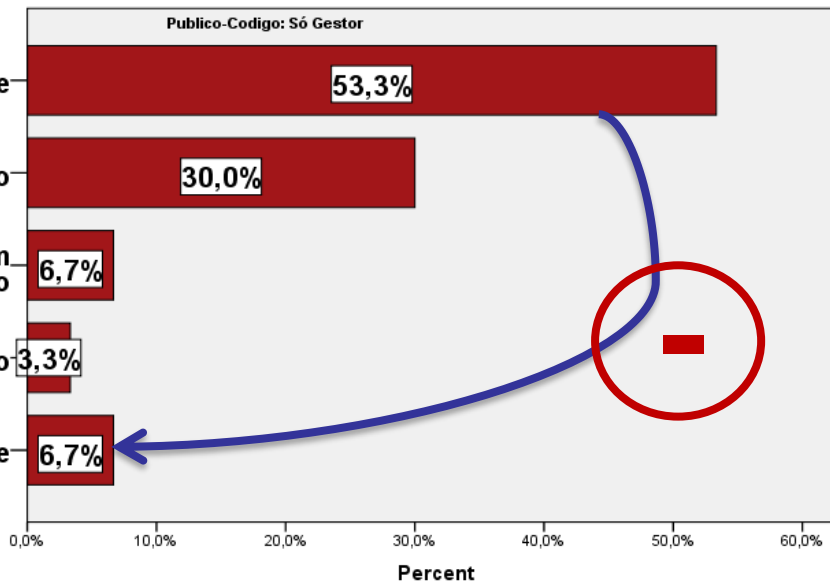
Exempl

o



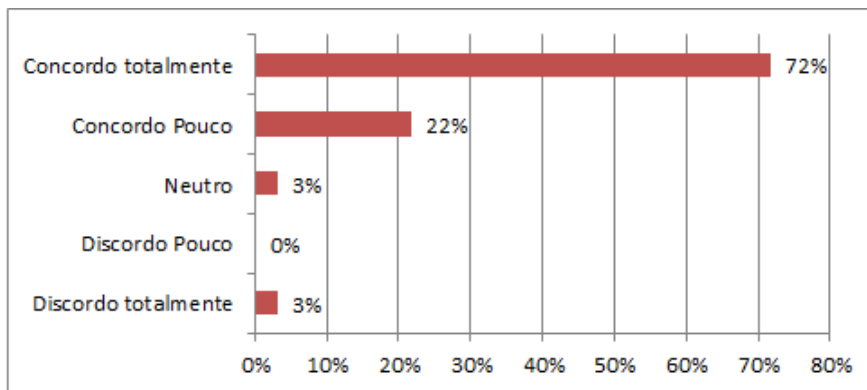
Índice NPS por público - Gestor

Sat_3 - Eu recomendaria a Let's a um amigo



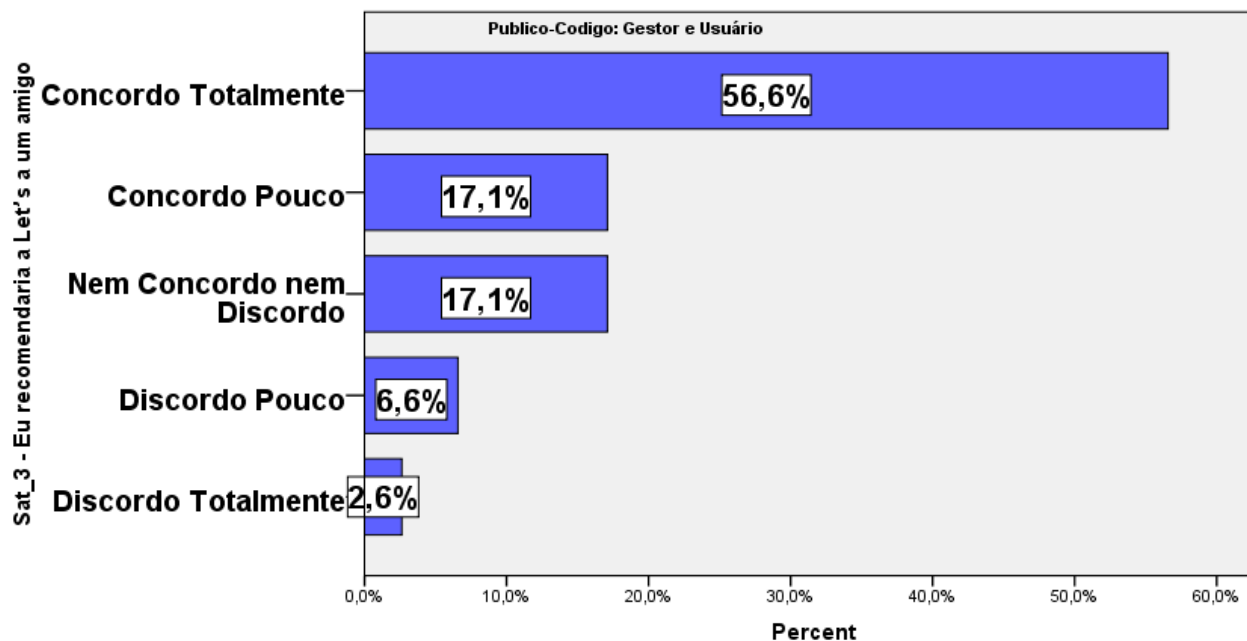
Só Gestor 2014
NPS = 47%

Caiu 22 ptos em relação a 2013



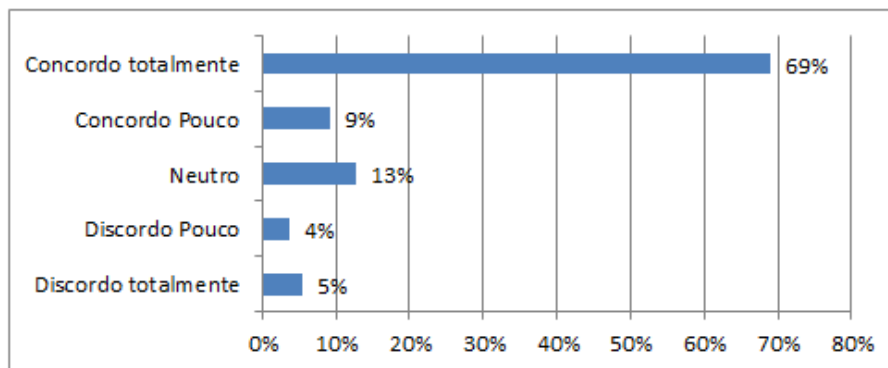
Só Gestor 2013
NPS = 69%

Índice NPS por público – Gestor e Usuário



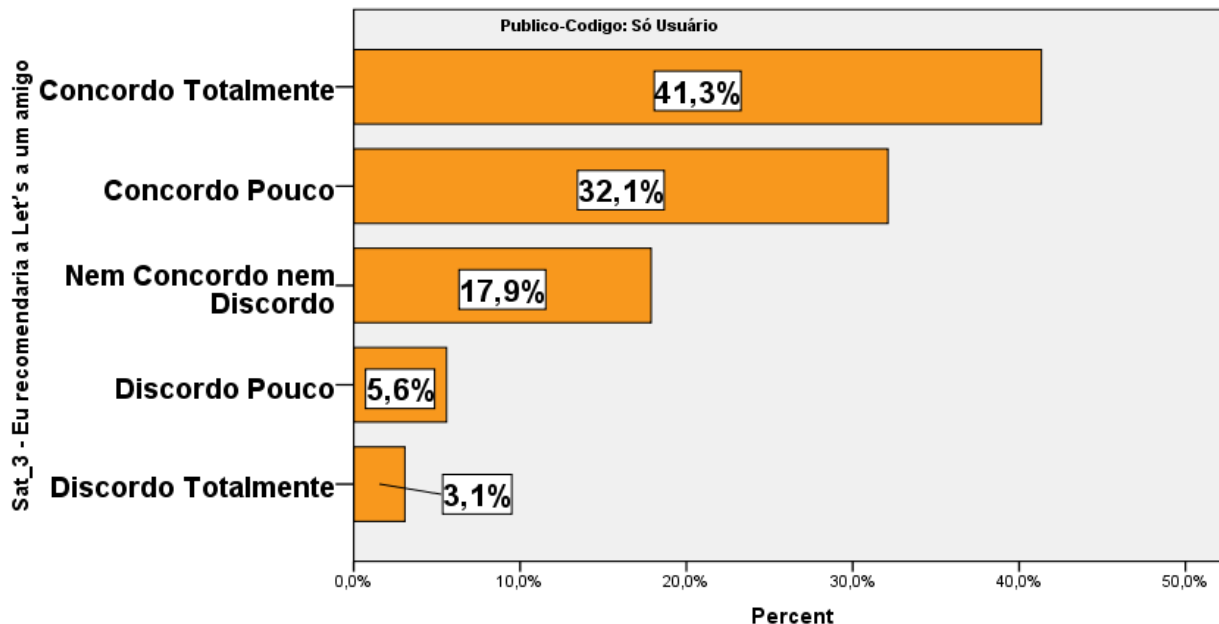
Gestor/Usuário
NPS = 54%

Caiu 10 ptos em relação a 2013



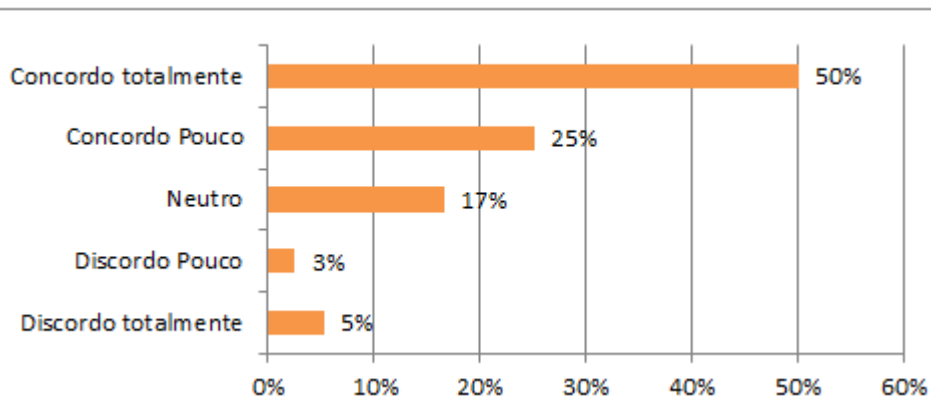
Gestor/Usuário
NPS = 64%

Índice NPS por público – Usuário



Usuário
NPS = 38%

Caiu 7 pts em relação a 2013



Usuário
NPS = 45%

Dúvidas e comentários finais

Obrigado