

Como conduzir uma pesquisa de satisfação?

Conhecer o que o cliente pensa sobre os produtos e serviços oferecidos por sua empresa nem sempre é algo simples. Retornos em SAC, cartas e e-mails podem apontar opiniões isoladas e não um panorama geral. Uma empresa deve conhecer bem sua clientela, só assim pode-se elaborar estratégias, planos de marketing, lançamentos de produtos de maneira eficiente e com poucos riscos de não-aceitação.

Uma boa ferramenta para auxiliar empresas nesse aspecto são as pesquisas de satisfação realizadas por empresas especializadas. As pesquisas são instrumentos poderosos que apontam a avaliação do cliente em relação à empresa e indicam caminhos para decisões futuras com base nos dados obtidos. Com isso, a relação empresa-cliente fica mais próxima, e torna-se mais fácil elaborar planos efetivos para fomentar os negócios. Decidir fazer uma pesquisa é o primeiro passo; segundo é escolher uma empresa dentre tantas opções no mercado.

As pesquisas de avaliação externa devem caminhar com pesquisas internas que podem apontar erros no processo. Ambas as **pesquisas devem ser úteis** para o contratante, elas devem agregar informação e nunca serem engavetadas.

Avalie a estrutura da empresa que irá contratar e veja se ela oferece soluções do porte que você necessita, como pesquisas por telefone que podem ser gravadas ou ouvidas em tempo real. Antes de contratar, busque referência no mercado, pesquise com empresas-amigas e parceiros, mas lembre-se de que nem sempre uma empresa que foi ideal para um cliente, será ideal para você.

Analise bem as metodologias de pesquisa que mais se adaptam à sua necessidade.

Customizar as pesquisas também é importante, procure uma parceira que **elabore uma pesquisa específica** para sua empresa. As muito genéricas não apontam resultados relevantes.

Busque uma empresa que não foca apenas na pesquisa. É importante encontrar um parceiro que ajude na **implementação das ações pós-pesquisa** que são o real intuito da realização delas.

Uma pesquisa de satisfação tem que **abranjer todas as áreas da empresa**. Os resultados podem apontar deficiências em diversas áreas; para isso, a alta direção deve estar envolvida e não somente um setor.

Não se esqueça de que os **resultados tocam em questões estratégicas** da empresa.

Acompanhe todas as fases do projeto, tenha uma pessoa responsável por esse monitoramento.

Passar o briefing para a empresa de pesquisa é a espinha dorsal de toda a elaboração do projeto. Nesse caso não se esqueça de que:

deve-se ter muito claro porque sua empresa quer ou precisa de uma pesquisa de satisfação externa - o motivo vai determinar todo o planejamento;

é importante ter claro com que tipo de cliente deseja-se falar;

se já foi feito algum tipo de pesquisa, seja interna ou externa, forneça os dados, eles podem ser úteis;

reúna material de diversas áreas, como SAC, ombudman, e-mails e cartas;

se a pesquisa for com clientes cadastrados, atualize os dados, isso traz rapidez ao processo.