

JORNADA DO CLIENTE

através de pesquisa

E-BOOK GRATUITO



Onde achar

Introdução - O que é a jornada do cliente através da pesquisa.....	4
Por que fazer uma jornada já pensando em pesquisa.....	5
Os tipos de Pesquisa mais usados pelo mercado.....	7
Passo a passo: Como fazer uma jornada com aplicação de pesquisa.....	8
Como analisar os dados da jornada através da pesquisa.....	14
Modelo de criação de pesquisa.....	16
Conclusão.....	20

Introdução

O que é a jornada do cliente através da pesquisa?

Para iniciar, vamos começar trazendo o significado de alguns conceitos. Primeiramente, o que são clientes:

1. Do latim cliens, o termo - cliente - faz alusão à pessoa que tem acesso a um produto ou serviço mediante ao pagamento. Essa noção é associada a quem recorre a um produto ou serviço com assiduidade, ainda que também existam os clientes ocasionais (ou pontuais).
2. Dependendo do contexto, a palavra cliente pode ser usada como sinônimo de: comprador (pessoa que compra o produto), utilizador (pessoa que utiliza o serviço) ou consumidor (que consome um produto ou serviço).

Agora, vamos entender o que é uma **jornada**:

1. Trajeto que se percorre num dia;
2. Caminhada, andada; viagem (esp. por terra).

E, por fim, o que é uma **pesquisa**:

1. Conjunto de atividades que têm por finalidade a descoberta de novos conhecimentos no domínio científico, literário, artístico etc;
2. Investigação ou indagação minuciosa.

Juntando essas três explicações, podemos definir que a jornada do cliente, aquele que **já efetivamente adquiriu um produto ou serviço**, é o **trajeto** que ele tem de realizações com a aquisição do produto ou serviço. E que as pesquisas dentro dessa jornada tem como objetivo a descoberta de como está a utilização pelos clientes, uma investigação se eles estão conseguindo obter os resultados esperados com que foi adquirido.

Desejamos a todos uma ótima leitura e ótimos conhecimentos!

Por que fazer uma jornada Já pensando em pesquisa?

Há muito tempo pesquisas já eram realizadas, mas o foco era saber o que os clientes ou possíveis clientes desejavam de produtos e serviços.

Isso gerava uma perspectiva do que se trabalhar no desenvolvimento de novos produtos para ampliação de linhas de vendas e como trazer novos clientes.

Porém, o mercado está mudando. Empresas, como a Disney, perceberam o quão importante é saber o que os clientes já em uso achavam dos seus produtos. Essa nova lógica veio para melhorar cada vez mais e construir as melhores experiências para os seus clientes, gerando assim retornos e indicações.



Quando você passa a cuidar de seus clientes, você começa a adquirir novos conhecimentos sobre eles, os retendo na sua base por mais tempo, aumentando o valor de compra deles, e reduzindo o custo de aquisição de novos clientes.

Ao iniciar o trabalho de venda e seu lead se tornar efetivamente um cliente, você já deve ter, previamente descrita e estruturada, a jornada que seu cliente percorrerá, e quais serão os pontos de contato que você fará para coletar as informações de como seus clientes estão chegando aos objetivos esperados ao adquirirem seu produto ou seu serviço.

Como começar:

- a) Analise o que já é feito
- b) Quais os objetivos dos contatos?
- c) De que maneira os contatos são realizados?
- d) Quais resultados obtemos com os contatos?

Se necessário:

- a) Defina novas ações dentro das informações coletadas;
- b) Verifique se podem reduzir ou aumentar os contatos;
- c) Verifique se o modelo de contato está eficaz;



Os tipos de pesquisa mais usados pelo mercado

NPS

Seu cliente indicaria seus produtos ou serviços para outras pessoas? É isso que o indicador de satisfação NPS sinaliza. Com uma única pergunta, é possível calcular o Net Promoter Score e saber se os clientes estão realmente satisfeitos.

e-NPS

Pesquisas com seu público interno, Net Promoter Score para colaboradores. Realizada para avaliar como está o ambiente de trabalho, a relação entre os colegas e outros pontos importantes que podem melhorar o clima organizacional.

CSAT

Customer Satisfaction Score é um indicador de satisfação utilizado para avaliar o grau de contentamento em relação a um serviço prestado, obtém insights muito importantes sobre a opinião do seu cliente a respeito de qualquer âmbito do seu negócio.

CES

Customer Effort Score, podendo ser traduzida para “Índice de Esforço do Cliente”. Utilizada para medir o esforço do cliente ao tomar uma ação. Geralmente, essa ação é de compra, mas também pode ser uma solicitação, uma devolução ou, até mesmo, uma pergunta a ser respondida pela sua empresa.

NES

Todas as nossas compras são motivadas por fatores racionais e emocionais. O Net Emotional Score, ou NES, é um índice que mede como as emoções influenciam nas decisões de compra do consumidor



Passo a passo

Como fazer uma jornada com aplicação de pesquisa

Os passos a serem seguidos são estes:

1

Escolha o perfil dos seus clientes que passarão por essa jornada

2

Defina o que você quer coletar naquele momento da jornada

3

Elabore um formulário simples e fácil para coleta das informações

4

Analise os dados coletados

Defina o que você quer coletar naquele momento da jornada

Toda jornada voltada a pesquisa tem que ter um objetivo identificado, seja ele o de analisar se há algum problema a ser resolvido, ou se o objetivo foi alcançado. Por isso, a primeira etapa para a criação de uma jornada através de pesquisas é definir, de forma simples e objetiva, o que se pretende com a coleta das informações.

Transformar o objetivo da coleta em perguntas vai fazer com que a coleta seja mais eficiente.

Alguns exemplos:

- “ Como foi o fechamento do seu contrato? ”
- “ Você teve alguma dificuldade em entrar em contato com nosso time? ”
- “ Você indicaria nosso trabalho? ”

É importante deixar registrado em um documento não só os objetivos da jornada através de pesquisa, mas todas as informações sobre o projeto de jornada.

Sugestão

de como fazer dentro de uma jornada

Cliente

Início do contrato. Produto ou serviço adquirido.



CSAT

Ao adquirir seu produto ou serviço, como está o contentamento do seu cliente de acordo com suas primeiras impressões?

CES

Houve chamada por parte dos clientes para resolução de algo? Quanto de esforço seu cliente desprende para ter seu problema resolvido?



NPS

Seu cliente já está testando sua solução há algum tempo, mas ele indicaria seus serviços ou produtos para outras pessoas?

Mercado

Como o mercado enxerga o tipo de solução que você entrega? Existe adesão?



CSAT

Como está a satisfação do seu cliente ao adquirir um novo produto da sua empresa?



Escolha o perfil

dos seus clientes que passarão por essa jornada

Para obter as respostas dentro de sua jornada é importante identificar o perfil de cliente certo e as perguntas certas.

Não adianta fazer uma pesquisa de satisfação com quem nunca consumiu o seu produto. Também não dá para pedir a opinião de um cliente que consumiu um produto diferente do qual você está questionando. Da mesma forma, se você for avaliar a ideia no mercado em geral, é possível também pedir a opinião de pessoas que não te conhecem e não tiveram envolvimento com seu negócio.

Para definir o público da sua pesquisa, leve em conta qual o perfil das pessoas que você precisa que respondam à pesquisa. Se são os seus clientes, faça com seus próprios contatos. Mas se são consumidores em geral, é mais interessante recorrer a um painel de consumidores. Sempre há como saber onde melhorar e mostrar novos produtos em cima das necessidades do mercado e de seus clientes.

Como definir a jornada de pesquisas:

- a) Por que eu vou fazer essa medição?
- b) Em que momento vou solicitar as opiniões?
- c) Quais as características meu público tem em comum (sexo, localização, classe social, faixa etária)?

Em uma jornada através de pesquisas, quando enviado pelos canais que hoje trabalhamos na PliQ (WhatsApp, SMS, API e e-mail) a fatia de clientes que respondem a jornada são amostragem sobre o perfil. Hoje aumentamos o nosso engajamento com a gestão de gamificação com recompensas para os mais envolvidos.



Elabore um formulário

simples e fácil para a coleta das informações

A margem de erro pode ser entendida como a estimativa máxima de erro, e ela vai depender diretamente do tamanho da amostra. Quanto mais retornos houver, menor será a margem de erro e mais exatos serão os resultados.

Exemplo:

A margem de erro de uma jornada de pesquisa, ou de uma das pesquisas da jornada, é de cinco pontos percentuais. Isso significa que, se 60% dos seus clientes retornaram dizendo estar satisfeitos com seu produto, você deve considerar que a porcentagem real de aprovação do produto fica entre 55% e 65%.

Com essas informações, conseguimos decidir a quantidade de entrevistas dentro da margem de erro desejada e passamos para a segmentação do público. Na PliQ, você pode criar a sua jornada de pesquisas dentro dos perfis de cliente, tendo um dashboard dinâmico de dados com vários filtros disponíveis.

A criação do questionário de pesquisa é a etapa que requer mais atenção.

As perguntas precisam ser elaboradas de forma clara e objetiva para que os entrevistados compreendam o que você quis dizer. As alternativas precisam cobrir todos os cenários para que o respondente não se sinta sem uma opção que represente sua opinião. Evite também fazer questionários muito longos, que abordem muitos temas diferentes, para não confundir o entrevistado.

Na Plataforma de Pesquisa da PliQ, nós oferecemos perguntas com respostas únicas, abertas, número e outras. Além de ser mais dinâmico para quem responde, facilita muito na hora de analisar os dados.

IMPORTANTE: quando terminar de criar a pesquisa, realize testes internos para que não ocorra nenhum erro com o cliente no momento das respostas.

Escolha o perfil

dos seus clientes que passarão por essa jornada

Neste momento, você precisa definir qual o melhor canal para entrar em contato com os clientes:

QR Code

Quando você quer coletar informações de clientes que também não fazem parte da sua base é uma ótima opção. Usado através de mídias offline e online.

Plataformas de comunicação: WhatsApp/Telegram

Quando você quer coletar informações de clientes da base e fora da base que é uma ótima opção. Usado através mídias online.

Link de Pesquisas

Quando você quer coletar informações de clientes da base e fora da base que é uma ótima opção. Usado através mídias online.

PliQ integrada com seu bot de atendimento

Quando você quer coletar informações de clientes da base é uma ótima opção. Usado através mídias online



Como analisar os dados da jornada através da pesquisa

Agora que realizou a coleta das pesquisas na jornada do seu cliente, vamos para a parte final de interpretação das informações e a análise dos dados.

Antes de começar a analisar o resultado de sua pesquisa, organize os dados que coletou. Na PliQ eles já vêm de forma estruturada para essa análise, mas você também pode baixar para uma planilha para fazer a medição com outros dados da empresa.

Abra o arquivo, organize o layout da planilha da forma que você está mais acostumado a visualizar, e dê uma conferida geral nos dados. Verifique se os resultados estão padronizados e inclua filtros nas colunas para que você possa selecionar os resultados que quiser. E aí estará tudo pronto para você começar sua análise de dados!

Na PliQ, você visualiza os resultados da pesquisa em formato de gráficos dinâmicos, atualizados em tempo real.



Como analisar os dados para obter insights

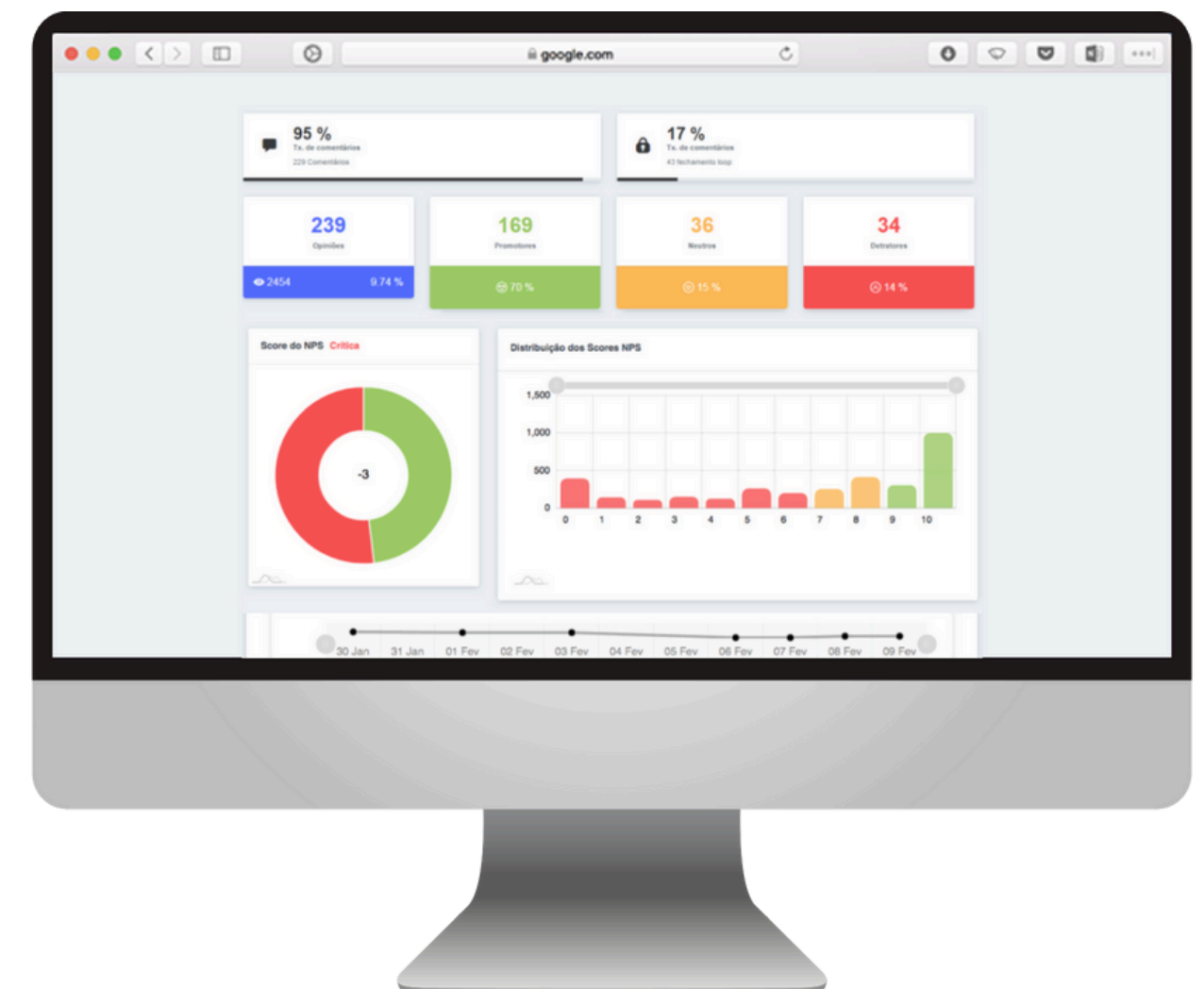
O primeiro passo para analisar os dados e obter insights é olhar os resultados gerais, disponíveis no dashboard ou na planilha que exportou. Antes, porém, é muito importante que você lembre os objetivos da pesquisa e quais as hipóteses você tinha antes de receber os resultados.

Observe os dados gerais e anote todos os números que te chamaram a atenção. Se você está analisando uma pesquisa de satisfação, por exemplo, procure os melhores e os piores resultados. Dentro da PliQ você já terá isso separado por cores.

Compare com as suas hipóteses e verifique se seus palpites estavam certos. Quando algo der muito diferente do que você estava esperando, procure encontrar respostas que justifiquem aquele resultado. Após observar os dados gerais, analise os dados de forma agrupada.

Em seguida, você pode fazer a apresentação dos dados por dentro da própria PliQ, assim como pode compilar tudo em uma apresentação com gráficos e com os principais insights, e apresentar para o seu time de sucesso, para os seus superiores ou para os seus clientes.

DICA: Para perguntas abertas, a PliQ possui uma nuvem de palavras, que agrupa respostas iguais ou muito semelhantes, para facilitar a análise.



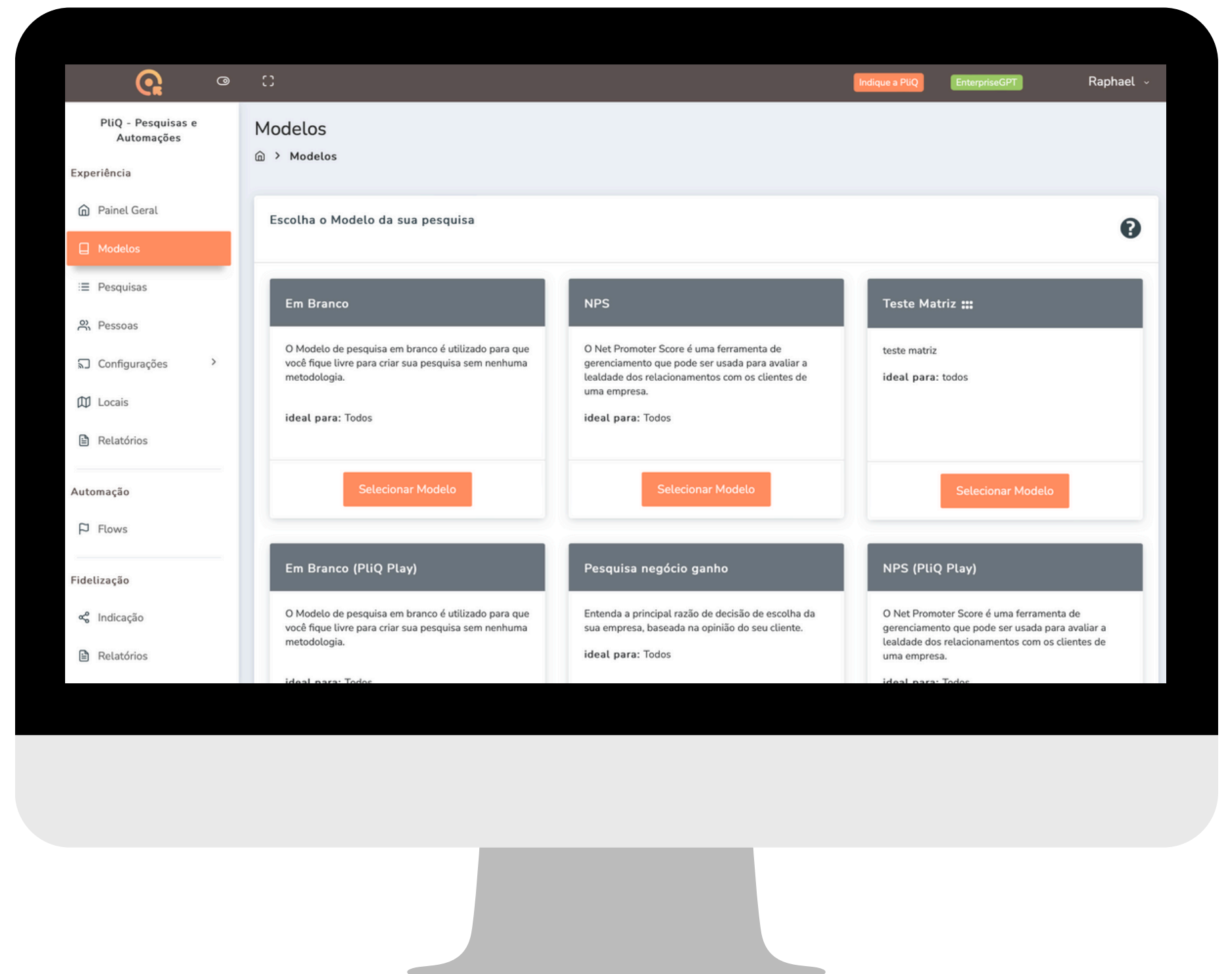
Modelo

de criação de pesquisa

Vamos mostrar como é simples e fácil criar pesquisas nesse modelo, e para isso mostraremos como criar uma pesquisa para medir a satisfação e indicação de seus clientes NPS.

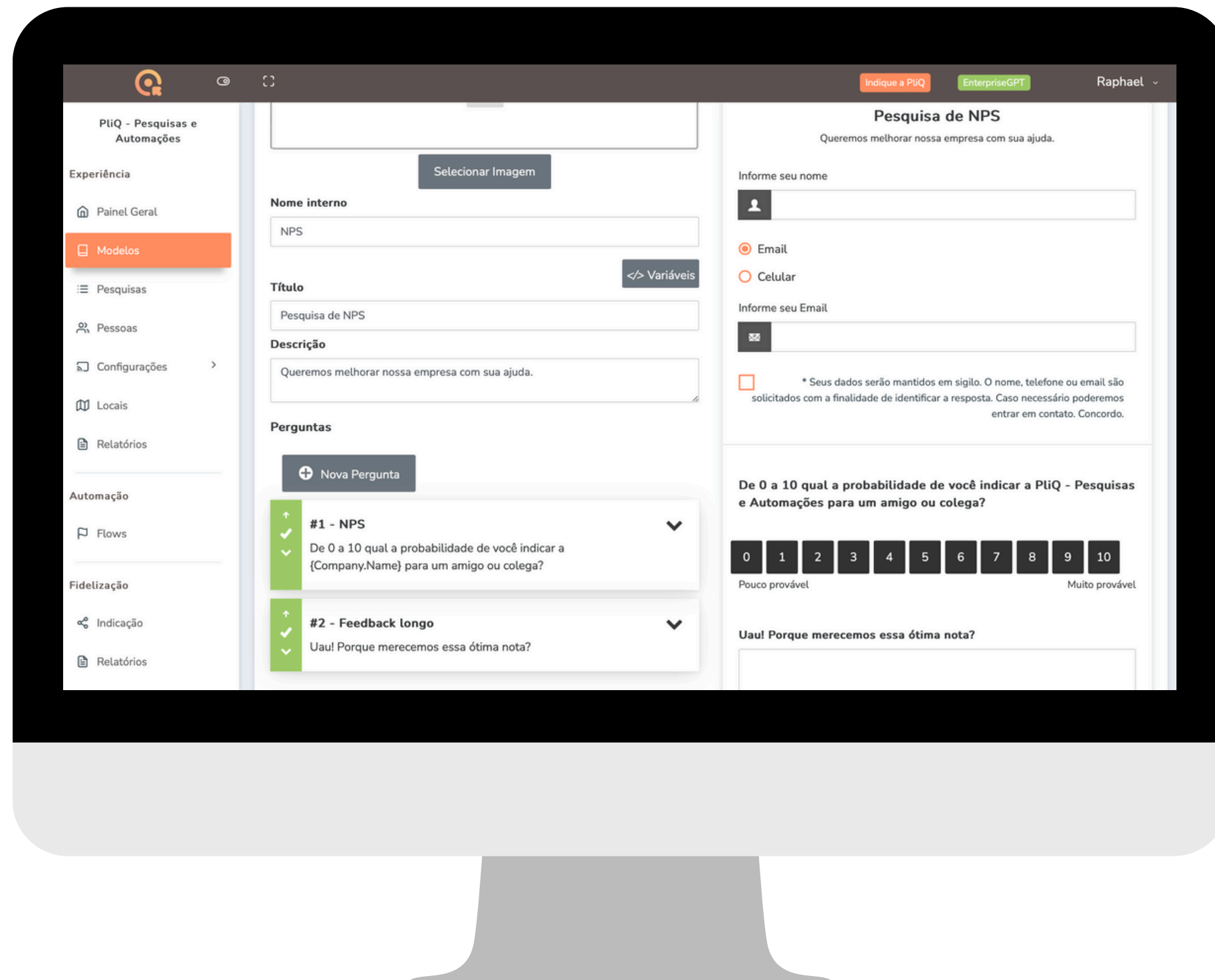
1º Passo

selecione a metodologia da pesquisa que deseja criar



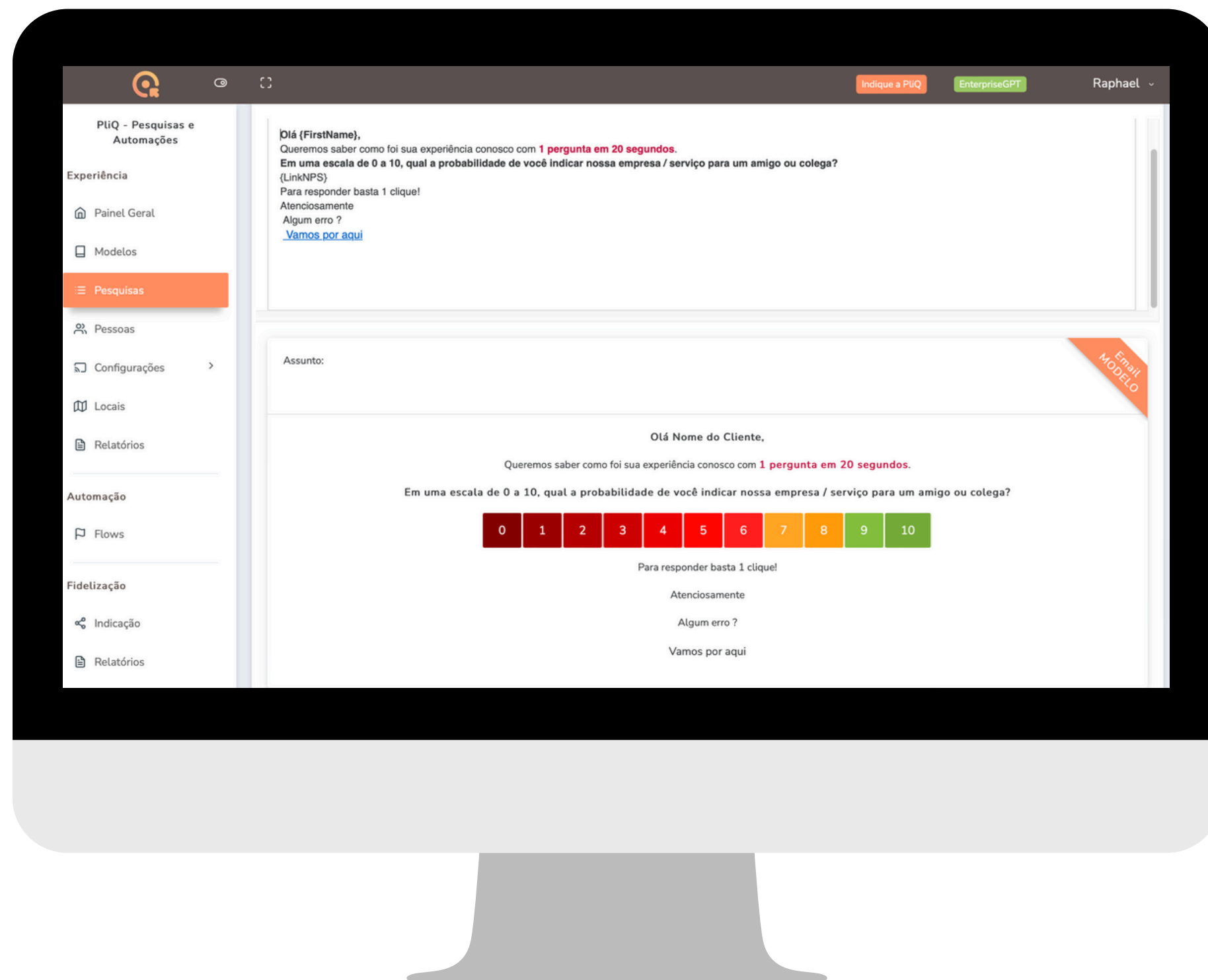
2º Passo

Edite as perguntas conforme achar interessante para o seu negócio



3º Passo

Teste seu questionário e depois dispare-o para os seus clientes, seja por link ou por QR Code



4º Passo

Analise os dados coletados e responda aos clientes

Responder feedback ✕

9 DENISE BARROSO E SILVA 25 de jun de 2021 11:17:16
Email
denisebarroso1986@gmail.com

Enviar Comentaríos

B I U S Normal [ícones]

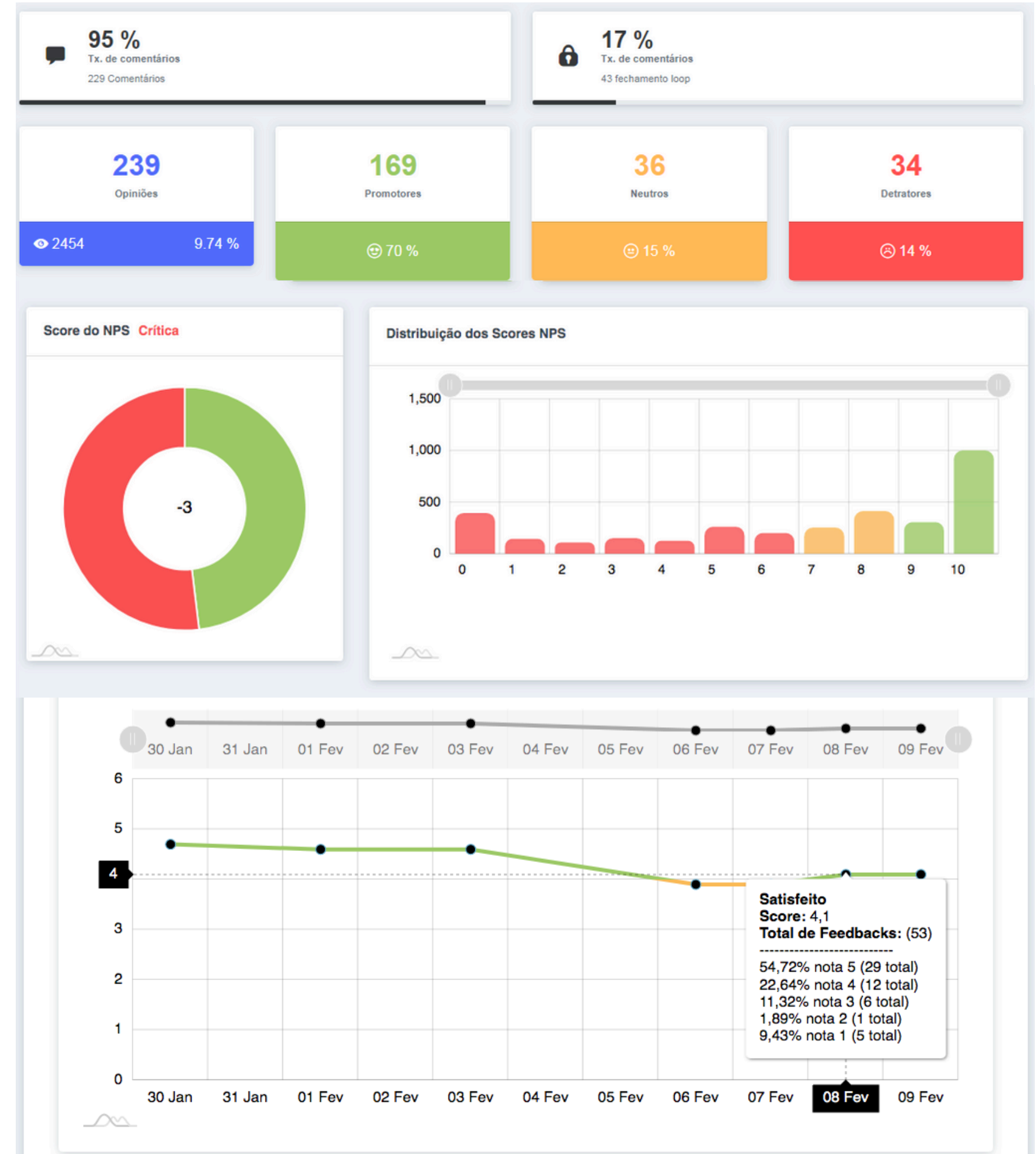
Insert text here ...

Fechamento de Loop

Histórico do Feedback ✕

Treinamento pliq 26 de mai de 2021 14:58:31
Cesar estamos trabalhando a sua solicitação e no dia X ou fff
Enviado

Treinamento pliq 26 de mai de 2021 14:58:50
Atualizar banco de dados do cliente Cesar
Comentário



Conclusão

Vamos fazer uma jornada com gestão de pesquisa?

Se você chegou até aqui, provavelmente já se sente pronto para fazer as suas próprias jornadas através de pesquisas. Para colocar em prática tudo que viu no nosso material, sugerimos que confira as soluções da PliQ. Temos soluções para pequenas, médias e grandes empresas, criando jornadas de pesquisas de onde estiver, basta ter internet e qualquer dispositivo que se conecte a ela.

Seja com os seus clientes, colaboradores ou fornecedores, comece já elaborar jornadas de pesquisas com formulários pré-prontos ou do zero! Para finalizar e facilitar ainda mais esse processo, veja alguns links úteis que a PliQ disponibiliza para quem quer fazer pesquisas de sucesso:

Veja conteúdos exclusivos nas nossas redes sociais



Entre em contato com nosso time de sucesso para tirar dúvidas, ou se precisar de ajuda com as suas pesquisas.

Transforme seus clientes

nos melhores vendedores e defensores de sua marca e produto

A PliQ apresenta soluções digitais cheia de inovação para você criar suas pesquisas e coletar os dados importantes para seu negócio.

Ajudamos a todos nas tomadas de decisões perante ao mercado e clientes.

Precisa elaborar sua jornada através de pesquisas para entender cada vez mais seus clientes? Clique aqui, e entre em contato com nosso time de sucesso. Estamos ansiosos para crescermos juntos!



WhatsApp (11) 998602451
comercial@pliq.com.br
www.pliq.io

redes sociais

 @pliq.io

 /pliqcx

