



ESTUDO DE CASO

» Para que um(a) empresário(a) possa aprender com o exemplo de outras empresas, o importante não é saber onde a empresa de sucesso chegou, mas como ela chegou. E é essa a missão do estudo de caso: explicar e demonstrar práticas que já foram testadas e aprovadas por empresários (as) na resolução de problemas empresariais.



CDS Informática
**TECNOLOGIA
DA INFORMAÇÃO**

Como implantar um sistema efetivo de escuta do cliente?

A pesquisa de satisfação do cliente é uma importante ferramenta para mensuração e aperfeiçoamento da qualidade dos serviços prestados pela empresa. Conheça a prática da CDS Informática no tema.



MPE Brasil
PRÊMIO DE COMPETITIVIDADE

SEBRAE

MBC
MOVIMENTO BRAZIL COMPETITIV

GERDAU

FNQ FUNDAÇÃO NACIONAL DA
QUALIDADE

Cooperativa vencedora do Prêmio MPE Brasil 2015



INTRODUÇÃO

Conheça a história da empresa e o dilema que ela enfrentou antes de conseguir sucesso com os negócios.

A CDS Informática começou a atuar no mercado de softwares, em Cornélio Procópio (PR), em 1997. No início, sem recursos próprios ou de investidores, teve que ralar para conquistar os primeiros clientes. Para a empresa, a conquista veio justamente devido ao **atendimento diferenciado**.

Desde o início, a qualidade do atendimento foi um diferencial competitivo. Em 2013, no entanto, a CDS percebe uma oportunidade de melhoria no atendimento. Verificou que a escuta do cliente não estava sendo realizada de maneira efetiva, dificultando a solução dos problemas de insatisfação e a melhoria dos produtos e serviços prestados.

O resultado da baixa escuta do cliente era o constante cancelamento dos contratos de serviços, perda de clientes e grande desgaste dos colaboradores. Se quisesse se manter competitiva no mercado, deveria implantar uma solução contínua e efetiva para melhorar a escuta do cliente e transformar os *feedbacks* em progresso imediato.

DILEMA EMPRESARIAL

Há muitos desafios na gestão de um negócio. No momento descrito acima, a empresa se deparou com o seguinte dilema.

CONTEXTO

O contexto é fundamental para compreender a dimensão do dilema e seu impacto, além de ser imprescindível para a tomada de decisão.

Em geral, boa parte das empresas brasileiras não valoriza o pós-atendimento, que pode ser um recurso importante para melhorar os serviços prestados. O especialista em gestão da experiência do consumidor, Tomás Duarte, estima que conquistar um novo cliente pode ser até dez vezes mais caro que manter um cliente satisfeito. Assim, a pesquisa seria, também, uma forma de buscar a fidelidade do cliente.

Em 2015, o Instituto Venda Mais fez pesquisa com 500 gestores comerciais e aferiu que mais de 80% disseram não ter metas claras com relação a essa etapa e 74% não possuem um processo claro e bem definido para contatar e/ou atrair de maneira efetiva clientes que já compraram anteriormente (saiba mais [aqui](#)).

Alguns especialistas consideram o pós-venda a parte mais importante das vendas. Sem essa prática, fica mais difícil fidelizar clientes e aprimorar os produtos e serviços de uma empresa.

Como implantar um sistema efetivo de escuta do cliente?

SOLUÇÃO DO DILEMA

Para resolver um problema empresarial, é possível adotar uma ou várias soluções, de diferentes áreas do conhecimento. Conheça as medidas adotadas para a resolução do dilema deste caso.

Para resolver o problema de baixa escuta do cliente, a CDS Informática adotou uma **metodologia** de pós-atendimento. Todas as novas vendas geram um agendamento de ligação para o cliente, onde é medida a satisfação inicial com os serviços. Essas informações são agrupadas no sistema, na tela de pós-atendimento. Nesta tela, o colaborador responsável pode analisar os atendimentos e o status do cliente, além das não conformidades. Nesse último caso, existe um prazo máximo de 7 dias para resolução. Mensalmente são realizadas análises dos atendimentos e não conformidades, com o objetivo de melhorar os produtos e serviços da empresa. Se necessário, são agendadas reuniões a partir das análises.

Na CDS existe um cargo próprio para o pós-atendimento, que é o **responsável** por executar e supervisionar todo o processo. Este cargo está ligado ao departamento comercial.

O **controle** é totalmente automatizado em ferramenta CMS (Sistema de Gerenciamento de Conteúdo) e os indicadores são afixados em mural interno da empresa.

A prática possui vasta **abrangência** na empresa. Todas as vendas e atendimentos são monitorados pelo pós-atendimento. Todos os departamentos são contemplados, pois o cliente pode fazer elogios ou reclamar sobre qualquer aspecto da empresa.

Desde que a prática foi implantada, já passou por **refinamento** para a obtenção de resultados mais precisos. A frequência das ligações foi alterada. Além disso, frequentemente é buscado o diálogo com o proprietário da empresa, e não apenas com o funcionário responsável por receber o atendimento.

Com a prática, é possível ouvir o cliente periodicamente e ter **proatividade** em relação aos problemas mais graves que poderiam ocorrer, como o cancelamento de contratos, que estava ficando frequente.

Existe alta **cooperação** entre as áreas da empresa. Os resultados do pós-atendimento são divulgados para todos os setores. Neste cenário, há oportunidades de melhorias e também de reconhecimentos dos bons atendimentos prestados.

A prática tem alta **coerência** com a visão da empresa, que é tornar-se referência no setor de tecnologia até 2019, com soluções eficientes e inovadoras, que potencializem e transformem os negócios dos clientes e parceiros. Também está **relacionada** com os valores da empresa, que são satisfação do cliente, comprometimento, inovação, organização e trabalho em equipe.

Graças ao comprometimento da equipe e à **continuidade** da prática, a CDS teve bons resultados. A satisfação dos clientes foi para 96%, o que significou geração de mais negócios para a empresa: clientes satisfeitos indicam mais clientes. Os funcionários também tiveram mais tranquilidade para trabalhar, com possibilidade de antecipar problemas e executar ações corretivas.

FECHAMENTO

Conheça as lições aprendidas pela empresa protagonista e seus futuros desafios e perspectivas.

Para manter-se competitiva, a CDS Informática reconhece a importância do constante aprimoramento do atendimento ao cliente. Em 2013, a ineficiência em detectar e corrigir problemas do atendimento acabava levando a problemas mais sérios, como o cancelamento de contratos.

Para continuar crescendo, uma de suas metas estratégicas, o comprometimento com a satisfação do cliente, deve ser máximo. A satisfação dos clientes foi para 96%, o que significou geração de mais negócios para a empresa. Os funcionários também puderam trabalhar em um ambiente mais produtivo.

Além de ter a imagem da empresa melhorada, os investimentos da CDS Informática em gestão e atendimento ao cliente teve reconhecimento no Prêmio MPE Brasil 2015, em que a empresa foi vencedora nacional na categoria Serviços de Tecnologia da Informação.

QUESTÕES

Leia as perguntas abaixo e faça uma reflexão sobre as informações apresentadas neste estudo de caso.

- >> Qual a importância de missão, visão e valores para a empresa?
- >> Quais foram os elementos-chave para o sucesso da prática?
- >> O que a empresa pode fazer para obter melhores resultados?
- >> Identifique as 10 características de uma boa prática da FNQ e discuta a relevância desses aspectos para a prática da empresa: metodologia, responsabilidade, controle, abrangência, continuidade, refinamento, coerência, cooperação, proatividade e inter-relacionamento.

FICHA TÉCNICA

INFORMAÇÕES DO CASO

TÍTULO Como implantar um sistema efetivo de escuta do cliente? O caso da CDS Informática

RESUMO Estudo de caso da empresa vencedora do Prêmio MPE 2015, na categoria Serviços de Tecnologia da Informação.

AUTORIA Tajla Medeiros

IDIOMA Português

DATA DE PUBLICAÇÃO Outubro/2016

INFORMAÇÕES DA EMPRESA PROTAGONISTA

RAZÃO SOCIAL CDS Informática Ltda.

NOME FANTASIA CDS Informática

CIDADE (UF) Cornélio Procópio (PR)

SETOR Serviços

SEGMENTO Tecnologia da Informação

FUNDAÇÃO 1997

Nº DE FUNCIONÁRIOS 30