

Guia completo sobre pesquisa de satisfação



Introdução.....	3
O que é a pesquisa de satisfação?	5
Qual é a importância de realizar a pesquisa de satisfação?	7
O que deve ser avaliado nesse tipo de pesquisa?	10
Como elaborar uma pesquisa de satisfação eficiente?	15
Conclusão	21
Sobre o Sebrae	23

A woman with dark curly hair and glasses, wearing a blue blazer, is seated at a table in a cafe. She is looking at a laptop screen and holding a blue pen over a document. A white coffee cup is on the table. The background is softly blurred, showing warm lights and other people.

Introdução

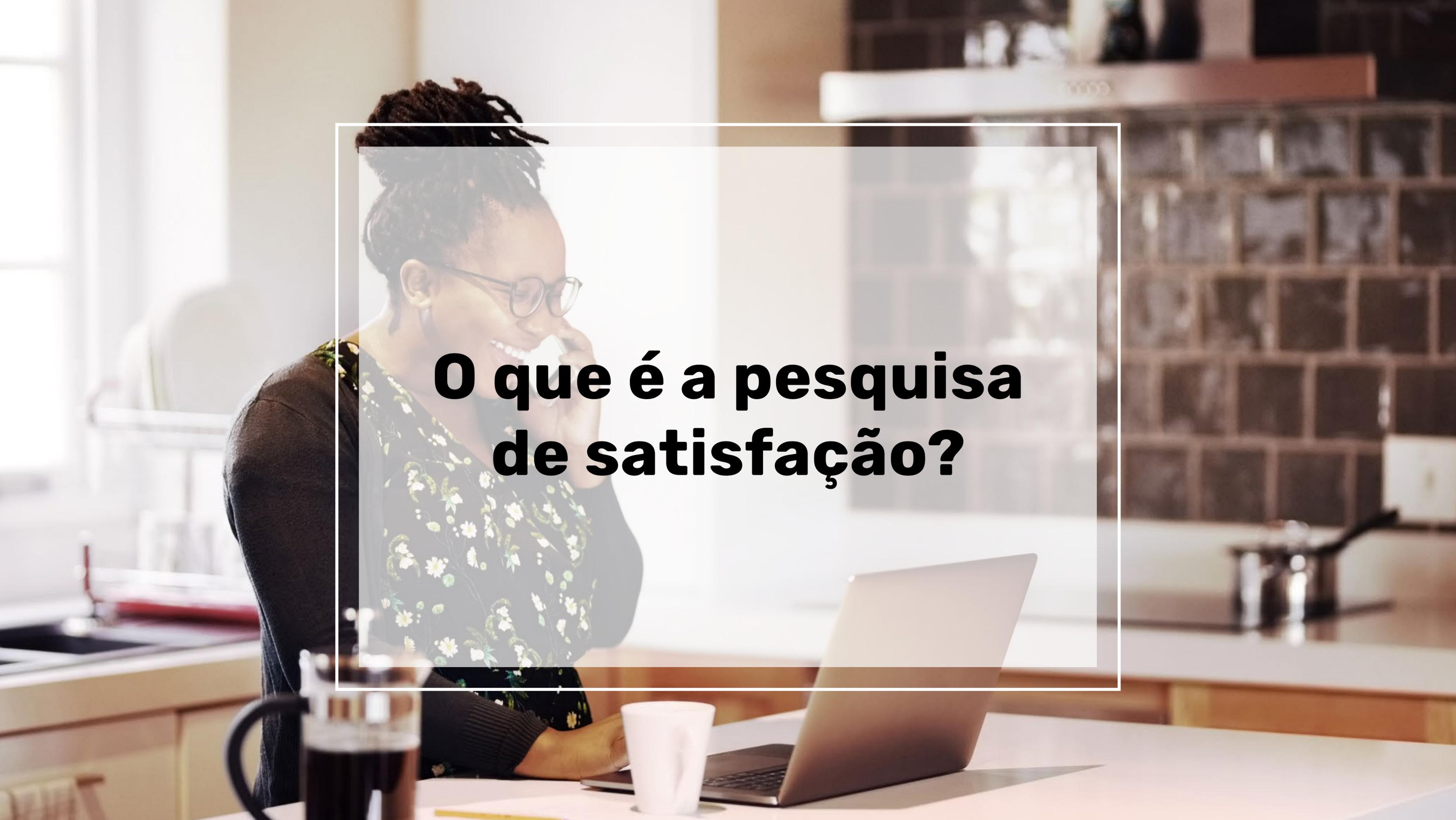
Saber o que os clientes de um negócio pensam sobre os seus produtos e serviços faz toda a diferença para o crescimento da sua empresa. Imagine, por exemplo, estar atento às opiniões das pessoas que adquiriram e testaram as suas soluções, podendo colher feedbacks e criar um ciclo de melhorias constante que o levará a alcançar mais vendas no curto e médio prazo.



Isso é perfeitamente possível quando se tem um bom sistema de pesquisa de satisfação. Esse termo foi negligenciado por muitos empresários durante anos. É comum encontrar pessoas que sequer imaginaram a possibilidade de obter feedbacks de seus clientes por meio da pesquisa de satisfação – um cenário que tem se transformado nos últimos tempos.

Um dos motivos para que isso tenha ocorrido talvez tenha sido o fato desse termo ter se popularizado muito. Afinal, existem pesquisas de satisfação para quase tudo quando se fala em relações de consumo. Entretanto, pouco se fala sobre a aplicação de técnicas para entender as opiniões do seu público em relação às soluções específicas do negócio.

Pensando nisso, nós resolvemos escrever este e-book. Nele, mostraremos tudo o que é preciso saber para que você possa fazer uma boa pesquisa de satisfação na sua empresa. Acompanhe!

A woman with glasses and dreadlocks is smiling while talking on a mobile phone. She is sitting at a desk in a kitchen, with a laptop open in front of her. The background shows a kitchen counter, a sink, and a brick wall. The text "O que é a pesquisa de satisfação?" is overlaid on the image in a bold, black font.

O que é a pesquisa de satisfação?

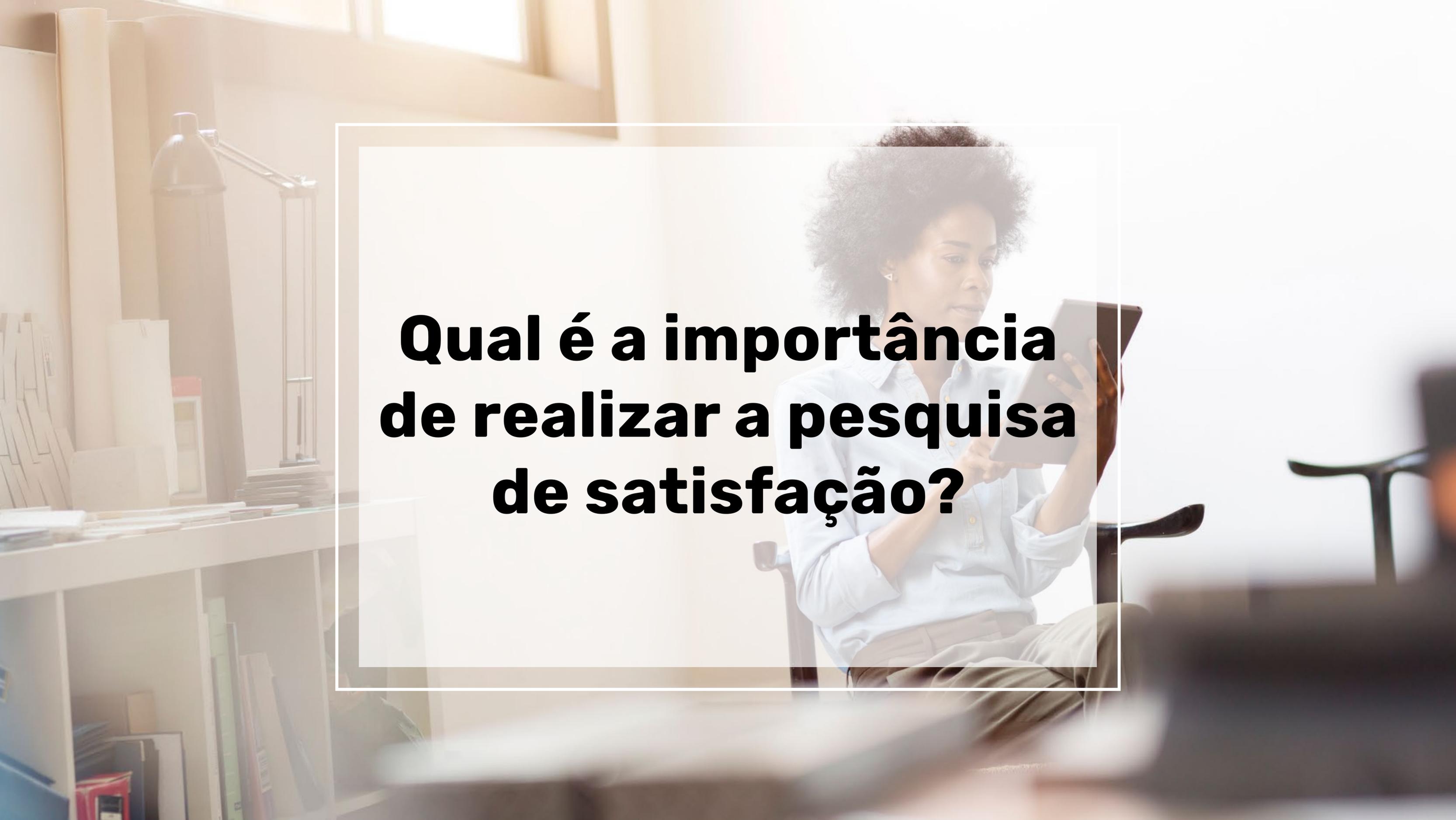
A pesquisa de satisfação é uma ferramenta que tem como objetivo demonstrar ao gestor o perfil de seus clientes e as opiniões que eles têm quanto às suas soluções, bem como a empresa como um todo. Por meio dos resultados obtidos é possível identificar falhas e oportunidades de melhoria em seus produtos, serviços, atendimento, entrega etc.

Em outras palavras, ela pode ser definida como a análise da sensação de prazer ou desapontamento que um cliente obteve com as suas soluções em relação às expectativas que foram criadas nele. Ou seja, resumidamente, ela deve medir o grau de felicidade que foi experimentado pelo seu consumidor.

Depois de levantados, os dados da pesquisa de satisfação podem auxiliar a tomada de decisões, tornando-a mais acertada e facilitando a busca da satisfação total dos seus clientes. Vale a pena ressaltar que esse levantamento **tem como objetivo medir a satisfação dos consumidores referente aos mais variados aspectos do estabelecimento, não somente os produtos.**

Nesse sentido, deve ser avaliado o atendimento, os métodos de pagamento, a entrega, o mix de produtos entre outros aspectos gerais que envolvem o negócio.





**Qual é a importância
de realizar a pesquisa
de satisfação?**

Entendido o conceito, passaremos a demonstrar a importância da pesquisa de satisfação para o seu negócio. Continue lendo!

Identificar pontos de melhoria

Sem dúvidas, um dos melhores motivos para fazer uma pesquisa de satisfação é a possibilidade de identificar oportunidades de modificações que podem gerar melhorias dentro do negócio. Muitas das alterações que ocorrem dentro da empresa podem proporcionar um grande ganho de lucratividade, e dificilmente esses aspectos poderiam ser percebidos pelos gestores.



Fidelizar clientes

A pesquisa de satisfação mostra para os consumidores que a empresa está preocupada em garantir o máximo de qualidade às pessoas que entram no estabelecimento para consumir algum produto ou serviço, oferecendo a melhor experiência – desde o primeiro contato até o período pós-venda.

Além disso, esse tipo de preocupação faz com que os clientes queiram retornar ao estabelecimento mais vezes para conferir as novidades que foram implementadas a partir dos resultados de uma pesquisa de satisfação.



Direcionar investimentos

Esse levantamento também facilita o direcionamento de investimentos. Ao aplicar a pesquisa e enxergar os pontos de melhoria é possível focar todo o seu esforço nesses pontos, evitando o gasto de tempo e dinheiro em outros elementos desnecessários no momento.

A woman with long brown hair and a woman with short white hair and glasses are looking at a tablet in a car dealership. The woman with white hair is pointing at the screen. The background shows a car and a window.

**O que deve ser
avaliado nesse tipo
de pesquisa?**



Agora que você entendeu o conceito e os benefícios que uma boa pesquisa de satisfação pode proporcionar é importante conhecer os elementos que devem ser avaliados nesse processo. Veja quais são!

Atendimento ao público

Provavelmente, **o atendimento ao público é um dos principais aspectos que devem ser avaliados**. Afinal, antes de um cliente conhecer as suas soluções, ele passa por essa etapa. Logo, um atendimento inadequado pode impactar de forma negativa as suas vendas. Nesse sentido, é essencial que você avalie esse aspecto antes de qualquer coisa em sua pesquisa satisfação.

Qualidade dos serviços/produtos

Depois de inserir o atendimento no levantamento é preciso verificar como os consumidores reagem à utilização de seus produtos e serviços no dia a dia. Essa informação é valiosíssima para saber se é necessário fazer adequações nas soluções.

Em alguns casos, os clientes podem sentir que o produto ou serviço está incompleto, gerando a necessidade de inserir mais itens no seu mix. Outros podem demonstrar que as soluções são de baixa qualidade, fazendo com que o gestor verifique a necessidade de trocar de fornecedor ou adotar outra medida para melhorar a satisfação.

Enfim, quando se tratam de produtos e serviços na pesquisa de satisfação, é aberto um leque enorme de opções para o qual o empresário deve manter a sua atenção constante.



Grau de satisfação de outros aspectos da empresa

Uma empresa não é composta apenas por seus produtos ou serviços e o time de vendas. Existem outros personagens que têm um papel crucial na avaliação final do negócio. Portanto, eles também precisam ser avaliados para ter uma pesquisa de satisfação robusta. Alguns exemplos são:

- *mix de produtos;*
- *time de cobrança;*
- *métodos de pagamento;*
- *estoque;*
- *estrutura física da loja;*
- *meios de comunicação entre os clientes, entre outros aspectos.*

Possibilidade de um entrevistado indicar a empresa

Outro item que você deve incluir na sua pesquisa é a **possibilidade de o entrevistado indicar o seu estabelecimento ou marca para outras pessoas**. Essa pergunta é essencial, pois as pessoas costumam ser muito sinceras quando o assunto é indicação.

Ao receber um atendimento de qualidade e um produto que, efetivamente, preenche por completo uma necessidade é natural que o consumidor queira espalhar entre os seus amigos e familiares os bons resultados que a sua empresa proporcionou.

O problema é que o contrário também é uma verdade. Por isso, medir esse aspecto em sua pesquisa de satisfação e promover as alterações (caso ele não seja satisfatório) pode fazer toda a diferença.

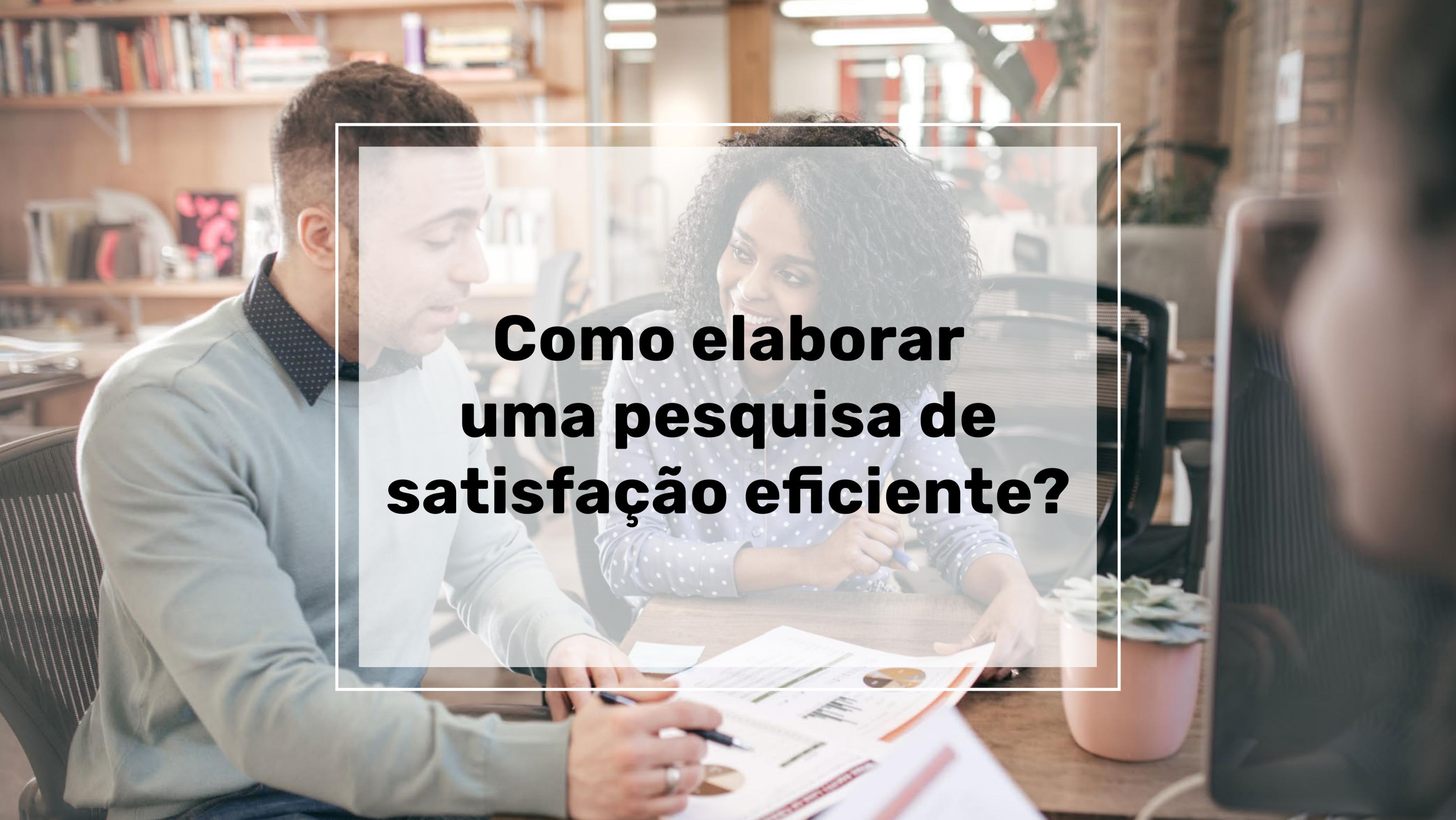


Grau de satisfação geral

Além de avaliar pontos específicos – como atendimento, produtos/serviços, preços, métodos de pagamento e outros elementos – é importante perguntar ao seu consumidor o grau de satisfação que ele tem com o seu negócio como um todo.

Esse detalhe ajudará o empresário a identificar como os eventuais pontos criticados ou enaltecidos no levantamento podem prejudicar a satisfação geral do consumidor.





**Como elaborar
uma pesquisa de
satisfação eficiente?**

Neste tópico, mostraremos um passo a passo para que você possa elaborar uma pesquisa de satisfação eficiente, que proporcione os benefícios que mencionamos. Acompanhe!

Conheça o seu público-alvo

Conhecer o público-alvo, nesse sentido, não é ter em mente os desejos, medos e anseios dos seus consumidores. Partiremos do pressuposto que você já conhece esses elementos essenciais.

O que precisa ser definido nesse primeiro passo é o alvo da pesquisa.

Serão todos os seus clientes? Apenas os que têm certa faixa etária ou gênero? Enfim, essa resposta dependerá da sua estratégia e dos resultados que pretende alcançar. Imagine, por exemplo, que você tem um amplo mix de produtos para homens e mulheres e percebe que as soluções destinadas para elas não estão tendo muita saída.

Nesse caso, o público-alvo deve ser as mulheres. Esse é apenas um exemplo para que você possa entender a importância dessa definição. Por outro lado, na maioria dos casos, a pesquisa de satisfação é feita com todo o público que tem algum tipo de relacionamento com a empresa.





Faça a definição da amostra

A amostra é uma parcela do seu público-alvo com o qual você vai, de fato, pesquisar. Afinal, **é impossível conseguir entrevistar todos os seus clientes**. Alguns podem demorar meses para voltar ao seu estabelecimento, o que prejudicaria a efetividade dos resultados.

Por isso, é preciso definir a quantidade de pessoas que serão entrevistadas. Sendo assim, é importante que essa amostra seja com um número adequado de pessoas. Afinal, não adianta pesquisar apenas duas ou três e achar que chegou a um resultado, certo?

Essa quantidade de pessoas entrevistadas dependerá muito do número de clientes que a sua empresa atende. O ideal é que ela fique em torno de 15% a 20% desse montante. Assim, você terá um bom número para extrair a opinião dos consumidores.

Seja objetivo nas perguntas

Outro detalhe importante tem relação com a objetividade das perguntas do questionário. Elas precisam ser elaboradas de forma muito objetiva e clara, de modo que o consumidor entenda o que está sendo observado e possa, de fato, emitir uma opinião conforme a sua experiência com o seu negócio.

Essa é uma etapa de grande importância, e um erro nesse aspecto pode colocar tudo a perder. **Os questionários precisam fornecer informações reais e úteis**, que reflitam os objetivos que a empresa tem com a pesquisa de satisfação.

Outro ponto a ser mencionado é que esses formulários podem ser aplicados de diversas formas. Quando citamos esse elemento, muitas pessoas o associam a um papel impresso com as questões que precisam ser respondidas. Nem sempre isso é necessário.

A pesquisa de satisfação pode ser feita posteriormente por telefone, mensagens de WhatsApp ou, até mesmo, pelo atendente após a concretização da venda. Ou seja, o mais importante são as perguntas feitas – e não, necessariamente, a forma como elas são apresentadas.



Selecione perguntas coerentes

Ainda sobre o questionário, é fundamental que você selecione perguntas coerentes para fazer ao seu entrevistado. Ou seja, é importante que o questionamento levantado seja capaz de permitir o entendimento do mesmo e facilitar a resposta.

Formular perguntas sem nenhuma ligação com a sua empresa ou os produtos que ela comercializa pode fazer com que o entrevistado enxergue a pesquisa com maus olhos, evitando responder às demais questões ou dando repostas que não traduzam o seu real sentimento sobre o negócio.

Portanto, tenha cuidado com o conteúdo das perguntas e sempre se questione: como o entrevistado receberá essa questão? Assim, as chances de errar são muito menores.

Permita a resposta de forma anônima

Uma das coisas que mais restringem a resposta nas pesquisas de satisfação é a identificação de um consumidor. **Muitas pessoas preferem o anonimato e isso deve ser respeitado.** Portanto, o ideal é que você insira a possibilidade de informar o nome do entrevistado, porém, deixe bem claro que isso não é obrigatório.

Aqui, vale a pena ressaltar que existirão dois tipos de pessoas. Aquelas que avaliam a empresa e fazem questão de deixar claro que fizeram questionamentos ou elogios; e **aquelas que preferem não responder devido o receio de a empresa saber sobre a sua opinião.**

Portanto, como o seu objetivo é receber o maior número de opiniões possível, o mais indicado é sempre permitir a resposta de forma anônima. Os demais questionamentos podem ou não ser de resposta obrigatória. Tudo dependerá dos seus objetivos com a pesquisa de satisfação.



Crie um cronograma de pesquisa de satisfação

Por fim, é essencial que você crie um cronograma da(s) sua(s) pesquisas de satisfação. Acredite, a opinião de um consumidor pode mudar de forma substancial em alguns dias ou semanas. Além disso, até mesmo o seu modo de agir frente a determinados resultados obtidos em pesquisas anteriores pode sofrer algum tipo de alteração.

Fazer outras pesquisas de satisfação também é importante para **verificar a evolução da sua empresa em outros levantamentos**, bem como identificar novas tendências e necessidades do seu mercado.



Conclusão

Por fim, podemos concluir que uma boa pesquisa de satisfação é capaz de revelar aspectos interessantes sobre as suas soluções. Alguns, inclusive, dificilmente poderiam ser percebidos sem esse tipo de ferramenta tão importante que você acabou de conhecer.

Mas para que ela gere os verdadeiros impactos é importante estar atento às regras que existem em sua execução. Seguindo os passos que discorreremos neste conteúdo, você certamente terá muita facilidade para elaborar esse processo.





O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco é uma entidade privada sem fins lucrativos, agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae em Pernambuco atua em todo o território estadual. Além da sede no Recife, a instituição conta com mais 5 unidades espalhadas pelo Estado. Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.