



## Módulo IV

**Como entender o desempenho operacional da  
sua empresa a partir de dados**

# Teoria

---



## Teoria

---

O diagrama ilustra as principais **funções do profissional de atendimento ao cliente em uma empresa de venda de equipamentos de tecnologia**, incluindo:

- **Recebimento do pedido de compra:** Registrar e processar a solicitação do cliente.
- **Contato com fabricantes e distribuidores:** Garantir que o produto esteja disponível e seja enviado.
- **Garantia de envio e entrega dos produtos:** Monitorar a logística para assegurar que o pedido chegue ao cliente.



## Teoria

---

**Ao mesmo tempo, essas ações afetam diretamente métricas essenciais, como:**

- **Tempo de atendimento:** Quanto mais rápido o profissional processa o pedido e resolve possíveis entraves, melhor a experiência do cliente.
- **Qualidade do atendimento:** Comunicação clara, resolução eficiente de problemas e acompanhamento são fatores que impactam diretamente a percepção do cliente.
- **Satisfação do cliente:** Um atendimento bem conduzido reduz reclamações e melhora a fidelização do cliente.
- **Relacionamento com fornecedores:** A interação eficiente com fabricantes e distribuidores pode agilizar prazos e garantir melhores condições de compra.



# Dados Gerados

Indicador	Aplicação no Processo
CSAT (Customer Satisfaction Score)	Métrica utilizada para quantificar a satisfação do cliente. geralmente, as empresas medem uma pontuação CSAT usando pesquisas que pedem aos clientes para avaliar sua satisfação em uma escala, por exemplo, de 1 a 5 ou de 1 a 10, após uma interação ou compra
Tempo do pedido de compra até a entrega ao cliente	Entender o tempo desse processo é fundamental, pois ele impacta diretamente na satisfação do cliente. Caso ocorra algum erro ou problema, o cliente receberá seu produto com atraso, prejudicando a operação.
Sensibilidade do preço de mercado	Em contato direto com o cliente a pessoa responsável pelo atendimento conseguirá entender se o valor que está sendo apresentado está barato ou caro em comapração com o mercado.
Tempo de atendimento	A partir do recebimento do pedido de compra, quanto tempo o atendente está levando para efetuar o pedido com o distribuidor?



# Teoria

---

## Como o Responsável pelo Atendimento Gera Dados Relevantes

O profissional de atendimento é uma peça-chave na geração de dados operacionais e estratégicos, que podem ser analisados para melhorar continuamente a eficiência do processo.

Algumas métricas e insights gerados incluem:

1. **Tempo médio de atendimento:** Quanto tempo leva para processar um pedido desde o contato inicial até a resolução?
2. **Taxa de sucesso nas entregas:** Quantos pedidos são entregues dentro do prazo esperado?
3. **Principais gargalos no processo:** Quais etapas do atendimento mais causam atrasos ou problemas;
4. **Nível de satisfação do cliente:** A partir de pesquisas, avaliações e feedbacks pós-compra.
5. **Eficiência da comunicação com fornecedores:** Quanto tempo leva para um distribuidor responder a uma solicitação? Existem padrões de atrasos?

Todos esses dados podem ser rastreados dentro de um CRM, onde o atendimento pode registrar interações, automatizar notificações e gerar relatórios para apoiar a gestão na tomada de decisões.





## Teoria

---

A análise dos dados gerados pela **operação de atendimento ao cliente** permite identificar padrões, otimizar processos e aprimorar a experiência do consumidor.

Com essas informações, a empresa pode mapear todo o **fluxo de atendimento, identificar gargalos e implementar melhorias contínuas**, tornando a operação mais eficiente e alinhada às necessidades do público.

Além disso, a utilização estratégica desses *insights* possibilita decisões mais assertivas, contribuindo para a inovação e o **crescimento sustentável do negócio**.



## Teoria

---

Com base nos dados coletados, é possível estabelecer KPIs (Key Performance Indicators) para o atendimento, como:

**Redução do tempo médio de atendimento:** Meta de resposta rápida aos clientes e fornecedores.

**Aumento da taxa de pedidos resolvidos no primeiro contato:** Evitar múltiplas interações desnecessárias.

**Satisfação do cliente acima de um determinado nível:** Medida por NPS (Net Promoter Score) ou CSAT.

**Melhoria no relacionamento com fornecedores:** Acompanhar SLA (Service Level Agreement) para garantir eficiência na comunicação.

**Taxa de sucesso na entrega dos pedidos:** Monitoramento de possíveis problemas logísticos e antecipação de soluções.

Com esses indicadores e um bom sistema de gestão de dados, o profissional de atendimento pode desempenhar um papel fundamental não apenas na execução das tarefas diárias, mas também na otimização contínua do processo, gerando valor estratégico para a empresa.

