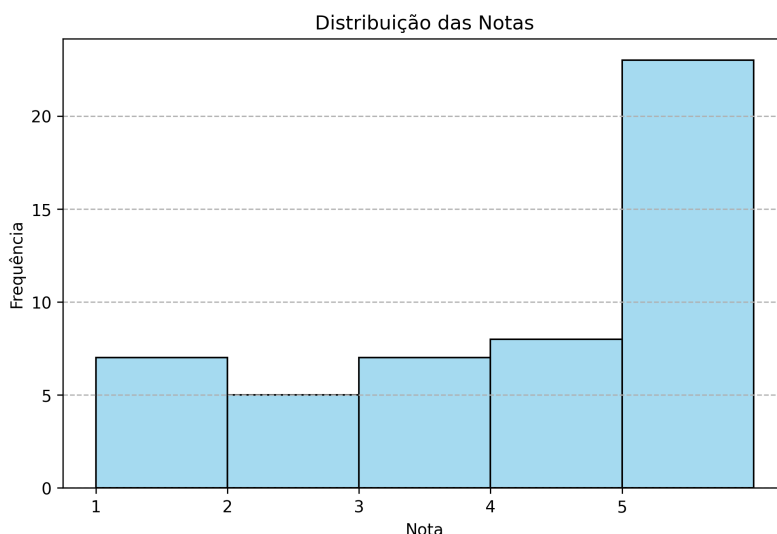


# Análise Executiva

Este relatório sintetiza a avaliação de 50 feedbacks de clientes, cruzando distribuição de notas e volume de menções por palavra-chave nas dimensões: qualidade do produto, preço, atendimento e entrega. O objetivo é destacar gaps críticos e orientar ações para Marketing e Produto.

## Principais Insights

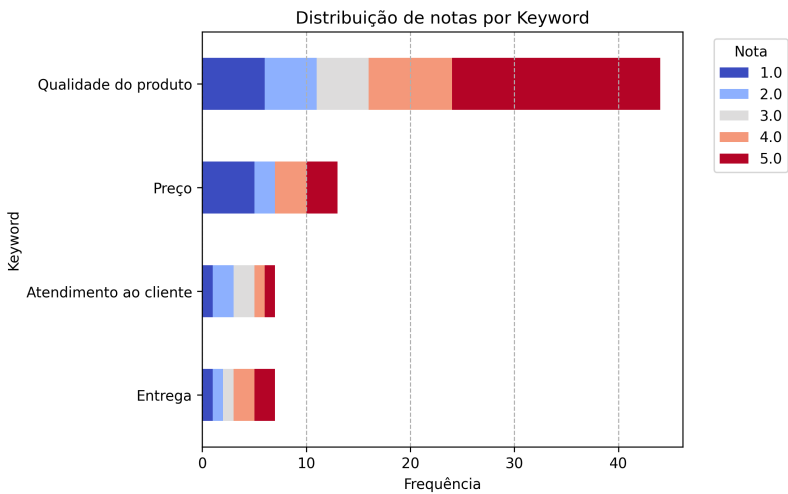
- Distribuição geral: 69% das avaliações em notas altas (4-5) versus 31% em notas baixas (1-3), sinalizando força na base, mas espaço relevante para melhoria.



Legenda: Distribuição geral das notas (1 a 5) em 50 avaliações

- Qualidade do produto (44 menções): 65% de notas 4-5 e 20% de 1-3. Apontam brinquedos e petiscos criativos, mas fragilidade e inadequação etária geram insatisfação.
- Preço (12 menções): 50% altas e 45% baixas. Clientes valorizam benefícios de assinatura, mas percebem custo elevado.
- Atendimento (7 menções): 70% altas e 30% baixas. Elogios à agilidade coabitam com reclamações de canais limitados e respostas inconsistentes.
- Entrega (7 menções): 80% altas e nenhuma nota 1. Prazos cumpridos, mas embalagens frágeis impactam a experiência.

# Padrões por Palavra-Chave



Legenda: Distribuição de notas nas 4 dimensões analisadas

## Plano de Ação

- Qualidade do produto: reforçar controle de qualidade e testes de resistência.
- Preço: revisar política, segmentar faixas de valor e reforçar promoções sazonais.
- Atendimento: padronizar scripts, treinar equipe e ampliar canais (chat, WhatsApp).
- Entrega: adotar material de embalagem reforçado e instruir transportadora sobre manuseio.

## Conclusão

Focar em padronização de produto e percepção de valor, aliando melhorias operacionais e de comunicação. A implementação das ações priorizadas deve elevar a satisfação, reduzir notas baixas e fortalecer a proposta de valor da empresa.