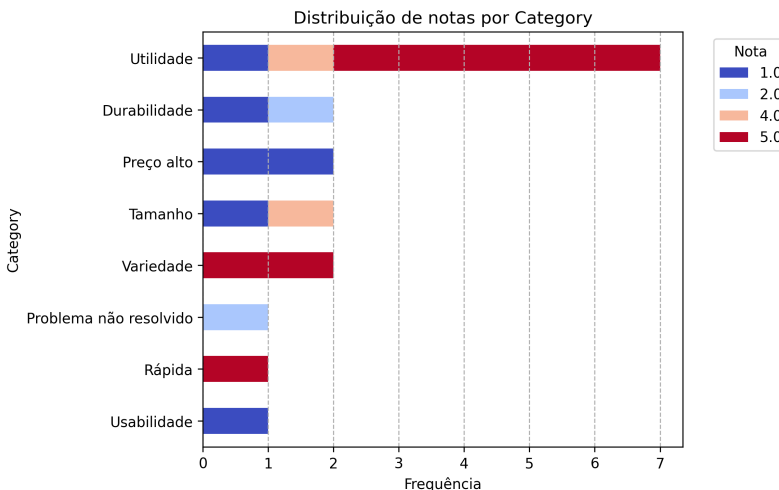


Relatório Executivo – Satisfação do Cliente E-commerce Global

1. Visão Geral dos Feedbacks

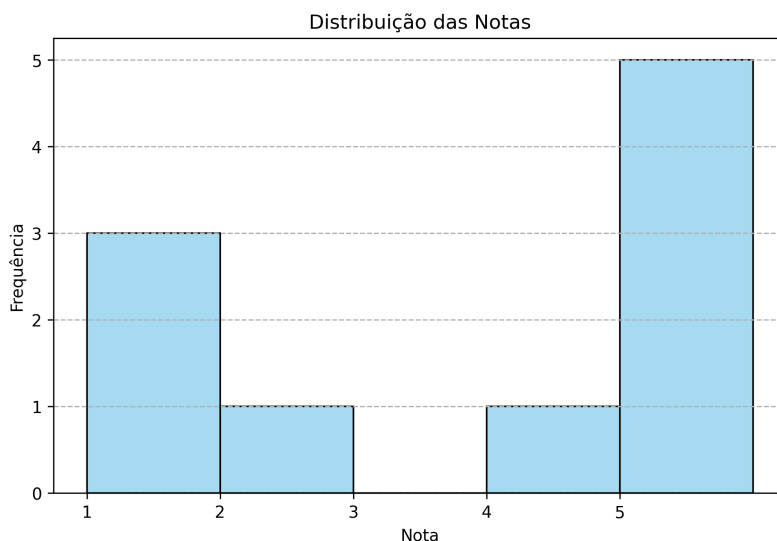
A análise dos feedbacks indica que 50% dos clientes avaliaram sua experiência com notas entre 4 e 5 (alta satisfação), enquanto 37,5% expressaram insatisfação significativa (notas de 1 a 3). A principal área de preocupação refere-se à qualidade do produto, destacando limitações de durabilidade, tamanhos inadequados e desafios de usabilidade. Ademais, preço e atendimento ao cliente receberam críticas constantes, principalmente devido à percepção de custo elevado para o valor percebido e baixa eficiência na resolução de problemas. Entrega eficiente e variedade do portfólio emergem como pontos de destaque positivo.



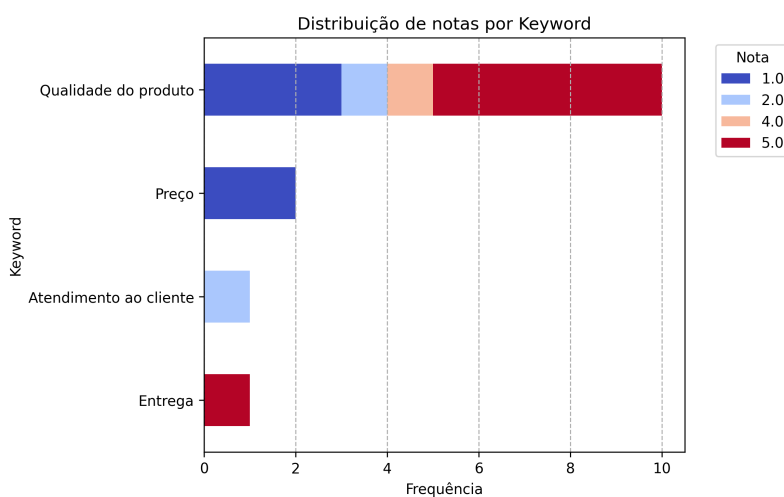
Legenda: Distribuição das notas por categoria de feedback.

2. Análise Quantitativa e Qualitativa

A distribuição das notas reforça a polarização: alto volume nas extremidades, refletindo clientes muito satisfeitos ou insatisfeitos. Nos comentários, a entrega foi elogiada, embora com menor frequência. Já a qualidade do produto e atendimento concentram a maioria dos relatos negativos, sugerindo necessidade de aprimoramento imediato. O modelo de assinatura se mostrou bem recebido quando a entrega transcorre sem falhas.



Legenda: Distribuição geral das notas de satisfação.



Legenda: Distribuição das notas por palavra-chave relevante.

3. Plano de Ação e Recomendações

- **Qualidade:** Refine o controle de qualidade e comunique claramente a usabilidade e benefícios do produto.
- **Preço:** Ajuste estratégias de precificação e reforce campanhas de valor percebido.
- **Atendimento:** Invista em treinamento para respostas mais rápidas e eficazes.
- **Entrega:** Continue promovendo excelência logística e incentive mais clientes a avaliarem esse aspecto.
- **Diferenciais:** Potencialize utilidade e variedade nos canais de marketing para atrair e reter clientes.

4. Conclusão

Melhorias imediatas em qualidade, atendimento e gestão de expectativas de valor são fundamentais para elevar o nível geral de satisfação e alavancar a retenção no e-commerce global. O foco deve ser estreitar a relação de confiança, transformar críticas recorrentes em oportunidades e amplificar atributos já reconhecidos positivamente pelos clientes.