Uma empresa de delivery de alimentos utiliza a pesquisa Net Promoter Score (NPS) para avaliar o nível de satisfação dos clientes em relação aos seus serviços. Assim, ela pode identificar a opinião do seu público e descobrir se eles recomendariam a sua marca para amigos.

Essas informações são úteis para o desenvolvimento de estratégias e a fidelização de clientes, porém, a maioria dos usuários não responde o questionário, o que afeta o planejamento da empresa.

Como você poderia identificar as causas e consequências desse problema?

Uma forma de identificar as causas seria usando o método dos 5 porquês, uma técnica bastante simples que pode ser utilizada por qualquer empresa, de qualquer ramo ou porte, que esteja envolvida em um problema aparentemente sem solução .

Esse método **consiste em, após definido exatamente o problema, questionar o porquê por cinco vezes**, até que se encontre sua verdadeira causa.

**Problema** - A maioria dos usuários não responde o questionário da pesquisa Net Promoter Score (NPS) para avaliar o nível de satisfação dos clientes em relação aos seus serviços.

* Porque a pesquisa é longa?
* Porque as questões são de difícil compreensão?
* Porque tenta avaliar muitos problemas distintos de uma vez?
* Porque tem muitas perguntas?
* Porque é difícil acessar o questionário?

Quando encontrado a causa do problema podemos eliminar de forma rápida e eficaz.