Aluno: Jean Gabriel Silva

Realizar uma análise quantitativa dos resultados da pesquisa, comparando-os com períodos anteriores e com dados de outras fontes, como avaliações online e feedback de clientes.

Realizar uma pesquisa qualitativa com clientes que não responderam a pesquisa NPS para entender as razões da não participação, como falta de tempo, desinteresse ou dificuldade em responder o questionário.

Identificar tendências e padrões nas respostas dos clientes, como opiniões sobre a qualidade do serviço, preços, rapidez da entrega, etc.

Identificar possíveis problemas no processo de coleta de dados, como dificuldade em entrar em contato com os clientes ou falta de clareza nas perguntas da pesquisa.

Identificar as consequências da baixa participação dos clientes na pesquisa NPS, como dificuldade em medir a satisfação dos clientes e desenvolver estratégias de fidelização e melhoria do serviço.

Utilizar essas informações para implementar mudanças e aperfeiçoar o processo de coleta de dados, como tornando o questionário mais curto e simples de responder, ou buscar outras formas de coleta de feedback.