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?

Escolhi utilizar o método dos cincos porquês, pois é uma forma de questionar o motivo até encontrar a causa.

Os 5 porquês

1. Por que os clientes não respondem/leem o questionário?
2. Por que os que abrem o questionário não terminam de responder?
3. Por que os clientes podem achar as perguntas cansativas?
4. Por que não diminuir a quantidade de perguntas e deixa-las mais objetivas?
5. Por que não existe uma recompensa ao finalizar o questionário e enviar as respostas?

Causa  
Questionário longo com perguntas repetitivas ou redundantes e que não traz benefício imediato ao cliente.