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

* Por que os clientes não respondem/leem o questionário?
* Por que os que abrem o questionário não terminam de responder?
* Por que os clientes podem achar as perguntas cansativas, complicadas ou sem assertividade?
* Por que é preciso abrir uma nova página e cadastro para responder?
* Por que não existe uma recompensa ao finalizar o questionário e enviar as respostas?

Causa  
Questionário longo com perguntas repetitivas ou redundantes, fora da plataforma principal e que não traz benefício imediato ao cliente.