# **– Defina as Métricas e KPIs para o projeto de PI**

* **Porcentagem de Feedbacks Positivos vs.** **Negativos Mensais:**

Esta métrica visa acompanhar a satisfação dos clientes ao longo do tempo, comparando o número de feedbacks positivos e negativos recebidos mensalmente. A meta estabelecida é manter um índice de feedbacks positivos em torno de 80%, indicando alto nível de satisfação dos clientes. Os feedbacks negativos, representando cerca de 20%, fornecem insights valiosos para áreas de melhoria nos serviços prestados.

* **Sazonalidade de Atendimentos:**

Analisar os meses com maior e menor fluxo de atendimentos é crucial para ajustar estratégias sazonais. Identificar os períodos de baixa demanda permite implementar ações como promoções, descontos, mimos ou combos, visando estimular o consumo nos meses de menor movimento.

* **Porcentagens de Serviços mais e menos realizado**

Está métrica oferece insights sobre a preferência dos clientes em relação aos serviços oferecidos. Ao identificar os serviços mais solicitados, é possível direcionar esforços de marketing e promoção para essas áreas, otimizando os recursos disponíveis.

* **Dias Mais Solicitados e Datas Gerais:**

Analisar os dias com maior fluxo de clientes permite ajustar a oferta de serviços e a equipe de atendimento para garantir uma experiência satisfatória ao cliente. Oferecer descontos em dias menos movimentados pode ajudar a equilibrar a demanda ao longo da semana.

* **Clientes Ativos e Inativos:**

Monitorar o perfil dos clientes, distinguindo entre ativos e inativos, fornece insights valiosos para estratégias de retenção e reativação. Compreender as características e comportamentos dos dois grupos permite direcionar esforços de marketing de forma mais eficaz.

* **Métricas Individuais de Clientes:**

Avaliar o histórico de cada cliente, incluindo o número de atendimentos, serviços mais solicitados, média de feedbacks e características físicas, possibilita uma abordagem personalizada e um melhor entendimento das necessidades individuais de cada cliente.

* **Visão Geral com Informações Temporais:**

Apresentar uma visão geral dos atendimentos realizados em períodos semanais, mensais e anuais permite identificar tendências, padrões sazonais e avaliar o desempenho geral do negócio ao longo do tempo.

* **Porcentagens de Atendimentos Realizados, Cancelados e Reagendados:**

Acompanhar a taxa de atendimentos realizados, cancelados e reagendados oferece insights sobre a eficácia das políticas de agendamento, a satisfação do cliente e a eficiência operacional.

* **Porcentagem de procedimentos e especificações mais solicitados:**

Apresentar um gráfico com a porcentagem de cada serviço que está sendo solicitado, para ter um parâmetro fazendo com que a beneficiaria consiga analisar e investir no que está mais sendo requisitado.

* **Porcentagem de onde o cliente conheceu o estúdio:**

Através da ficha de anamnese pegamos a informação de como o cliente conheceu o a clínica, então fazer uma visão geral com porcentagem dessas informações mostradas em um gráfico, e colocar essa informação na tela individual do cliente

* **Comparação entre o mês anterior de clientes com o mês atual:**

Métrica focada em comparação e análise com ênfase em melhora de um mês para o outro.

* **Centralizar todos os números de procedimentos feitos em um semestre:**

Métrica focada em ter comparação do que foi feito em 6 meses comparando com o semestre anterior.