**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?**

Eu agendaria uma reunião com os principais envolvidos / afetados pelo problema e utilizaria os 5 Porquês, pois a ferramenta irá direcionar a análise para a causa raiz do que está acontecendo e assim ajudar a refletir e propor uma solução efetiva para o problema.

Exemplo:

1º- Por que as pessoas não gostam de responder ao questionário?

2º- Por que o questionário tem muitas perguntas?

3º- Por que ter que perguntar se os clientes gostaram?

4º- Por que não existe uma opção mais simples?

5º- Por que a frequência de pedidos dos clientes não serve como base para essa informação?