



TESTE

22/07/2024 A 30/07/2024



Teste A/B no Feedback

Objetivo: Aumentar a quantidade de avaliações e estabelecer um indicador de resolatividade



Detalhamento



Objetivo

Testar a **inclusão de pergunta** se o atendimento conseguiu ajudar ou não o usuário. Com isso, avaliar eventuais ganhos de sua aplicação no canal.

Ganho esperado

- Melhor medição do índice de satisfação no canal

Metodologia

- Fase 1: Teste com nova abordagem de avaliação com divisão de público testado (A1 e A2) e grupo de controle (B1 e B2).
- Fase 2: 7 dias com abordagem similar, separando tipo de jornada avaliada (transacional, ativa e informacional).

Informações coletadas.

- Indicadores de resolutividade
- Engajamento
- Avaliação por nota.



Cenários



Pergunta de avaliação em duas etapas :

Feedback atual



Feedback Experimento 1





Detalhamento e Resultados

Volumetria geral

➤ Fase 1

Período analisado: 20/07/2024 a 30/07/2024.

Público A (nova abordagem): 79.960 interações totais divididas em:

- A1 (pedidos no primeiro dia corrido, sem distinção de origem)
21.673
- A2 (oriundos de consulta de saldo em conta e alteração de limite de pix)
58.287

Público B (grupo controle): 78.418 interações totais divididas em:

- B1 (pedidos no primeiro dia corrido, sem distinção de origem)
20.139
- B2 (oriundos de consulta de saldo em conta e alteração de limite de pix)
58.279



Detalhamento e Resultados

Volumetria geral

➤ Fase 2

Período analisado: 10/09/2024 a 17/09/2024.

Público A: 118.198 interações totais, divididas em:

- AT (respostas de transação)

74,347

- AA (respostas informacionais de conversas iniciadas por mensagens ativas)

18.780

- AE (respostas informacionais de conversas iniciadas espontaneamente)

25.071



Detalhamento e Resultados

Resultados finais

➤ Fase 1

Grupo de experimento teve 23.542 respostas se ajudou ou não.

A1: 55,32% respostas positivas e nota média 4,1.

A2: 70,88% respostas positivas e nota média 4,64.

Grupo de controle teve 4.714 avaliações de 1 a 5.

B1: Nota média de 4,14

B2: Nota média de 4,39



Detalhamento e Resultados

Resultados finais

➤ Fase 2

Grupo de experimento teve 24.333 respostas se ajudou ou não.

AT (Transacional): 48,81% positivas e nota média 4,4.

AA (Ativa): 67,04% positivas e nota média 4,61.

AE (Informacional): 33,27% positivas e nota média 4,19.



Conclusões



Fase 1

- **Engajamento total maior**, com respostas saltando de 6,01% para 32,81%.
- **Diminuição do engajamento nas notas**, caindo de 6,01% para 3,36%.
- **Avaliações negativas na resolutividade** elevadas (44,68%), discrepante da avaliação por nota.

Fase 2

- Jornadas informacionais (AA) tiveram **maior engajamento positivo** e nota média elevada.
- Nas respostas após transações (AT) houve **discrepância** entre uma nota média alta e resolutividade baixa.
- As respostas informacionais espontâneas (AE) tiveram a **menor nota média e avaliação ruim** de efetividade.



Considerações Finais



Oportunidades

- **Melhorar engajamento** no canal.
- **Analisar feedback** negativo para aprimorar serviços.
- Conseguir **mais feedback** sobre jornadas problemáticas.

Pontos de atenção

- Alta porcentagem de **avaliações negativas** (44,68% no público geral).
- **Desvio** entre avaliação por efetividade e notas dadas pelos usuários.