**Aluno: Walter Silva**

**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?**

Podemos usar a técnica dos 5 porquês:

1- Por que as pessoas não respondem?

2- Por que leva tanto tempo?

3- Por que não tem um incentivo?

4- Por que não utilizar outro método?

5- Por que expor meus dados durante o questionário?