

COMO MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE COM BASE EM UM INDICADOR: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE TELECOMUNICAÇÕES (APOIO UNIP)

Aluna: Vitória de Freitas da Silva

Orientadora: Profa. Fabiana Giusti Serra

Curso: Engenharia de Produção Mecânica

Campus: Marques

Devido à crescente preocupação com a experiência do cliente, este estudo tem como objetivo identificar o motivo da insatisfação do cliente pré-pago após atendimento telefônico por uma empresa de telecomunicações que presta serviços de rede Móvel, considerando como objeto de estudo um indicador de qualidade – chamado *bottom box* – que mostra os atendimentos avaliados como insatisfatórios pelo cliente, ou seja, atendimentos com notas de 0 a 4 - em uma escala de 0 a 10 - dadas pelo cliente após o atendimento. A base conceitual é apresentada na parte 2 e a metodologia de pesquisa na parte 3. Por meio da aplicação do instrumento de coleta de dados, que foi o questionário, foi possível constatar os principais motivos de insatisfação dos clientes, detectando suas necessidades, desejos e hábitos. Teve-se como resultado a reunião de informações, sendo o desafio reconquistar os clientes com menor grau de satisfação, por meio de estratégias de recuperação.