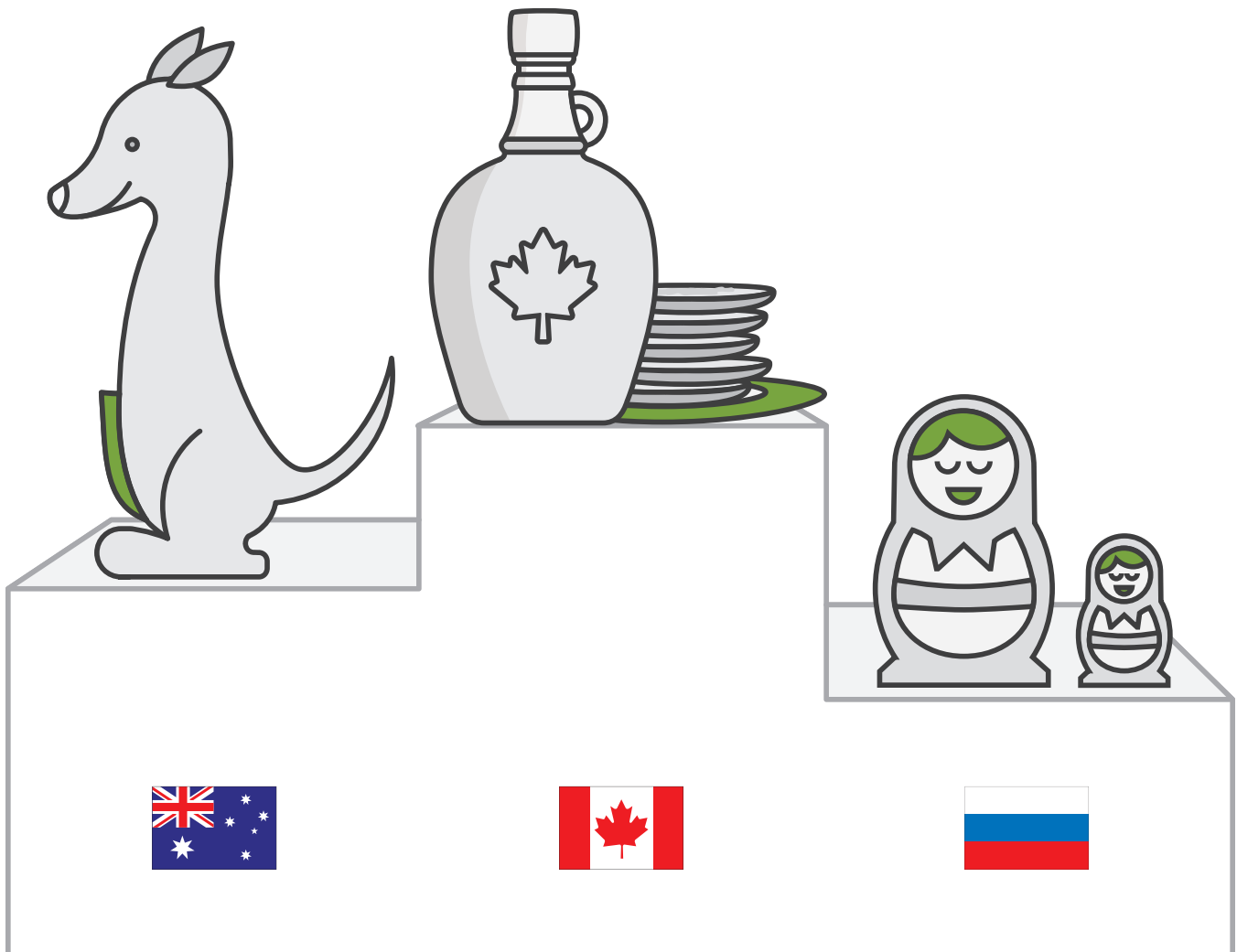


Relatório Benchmark da Zendesk 3º Trimestre, 2013

EM FOCO: SATISFAÇÃO DO CLIENTE



Índice

Satisfação Global do Cliente **Página 1**

Resumo

Sobre o Benchmark da Zendesk

TI sobe para to topo (por pouco) **Página 2**

Mídias Antigas e Novas estão melhorando

Brasil, Rússia, Índia, China (BRIC) em Foco **Página 3**

Casos Reais: Imovelweb (Brasil)

Satisfação ao Cliente em Números **Página 4**

Casos reais: GoodData e SendGrid **Página 5**

Satisfação Global do Cliente, 3º Trimestre 2013

82% ↑ 1 ponto*

MELHORES PAÍSES	TRI 3	TRI 2 (2013)*
1 Canadá	91%	0
2 Austrália	91%	↑ 2
3 Rússia	90%	↑ 4

PIORES PAÍSES	TRI 3	TRI 2 (2013)*
1 China	55%	n/a ¹
2 Emirados Árabes Unidos	59%	↑ 1
3 Ilhas Virgens Britânicas	65%	↓ 2

MELHORES INDÚSTRIAS	TRI 3	DESDE TRI 2 (2013)*
1 TI & Consultores	95%	0
2 Governo & ONGs	95%	↑ 1
3 Educação	95%	0

PIORES INDÚSTRIAS	TRI 3 (2013)	
1 Rede Sociais	67%	↑ 3
2 Entretenimento e Jogos	76%	0
3 Serviços Financeiros e Seguros	76%	↓ 1

*mudança em pontos

¹não disponível último tri

Resumo

1. A satisfação do cliente cresceu pelo segundo trimestre consecutivo depois de mais de um ano em queda, enquanto a satisfação por setor permaneceu estável. No entanto, um aumento de 3 pontos no setor de redes sociais, tradicionalmente de baixa classificação, e um salto de 7 pontos em mídia e telecomunicações ajudaram a aumentar o índice de satisfação geral, apesar de vários setores terem tido queda de um ponto cada.

Mercados emergentes tiveram grandes aumentos neste trimestre foram o Brasil (o que mais cresceu) e a Rússia. As empresas nessas duas economias de crescimento rápido parecem estar dando mais ênfase a melhorar o atendimento ao cliente para sustentar seu crescimento.

2. Neste trimestre, o relatório de benchmark do Zendesk faz uma análise mais profunda em alguns dos vários fatores que contribuem para a satisfação geral do cliente:

Primeiro tempo de resposta: O tempo que o cliente leva para obter uma resposta inicial após enviar um ticket tem um impacto maior na satisfação final do cliente. Nós examinamos os dados do primeiro tempo de resposta em busca de padrões e descobrimos que a hora do dia em que os tickets são enviados tem um forte impacto na velocidade em que a primeira resposta é enviada.

Canais de suporte: Nós também examinamos os diversos canais (email, telefone, redes sociais etc.) que os clientes usam para entrar em contato com as empresas para descobrir quais delas têm a satisfação do cliente mais alta.

Período de uso do cliente: Nós procuramos por uma correlação entre o período em que os clientes têm usado o Zendesk para interagir com a empresa e a satisfação do cliente.

Histórico do Benchmark da Zendesk

O benchmark do Zendesk foi introduzido inicialmente em março de 2012 como um modo de comparação do desempenho de suporte das empresas ao desempenho de seus concorrentes. Diferente de uma pesquisa ou opinião especializada, o benchmark do Zendesk se baseia nas interações reais de suporte e atendimento ao cliente de mais de 16.000 empresas em 125 países que optaram por participar. Elas foram escolhidas entre as mais de 30.000 empresas que usam o Zendesk para fornecer atendimento ao cliente para mais de 200 milhões de pessoas. Ele mede as principais métricas de eficiência do suporte ao cliente, comportamento de suporte ao cliente e níveis de envolvimento do cliente.

As métricas do benchmark são relatadas por setor, país e outras medidas que atingem um limite mínimo de respostas. Para que um país seja incluído, é necessário que ele tenha um mínimo de 10.000

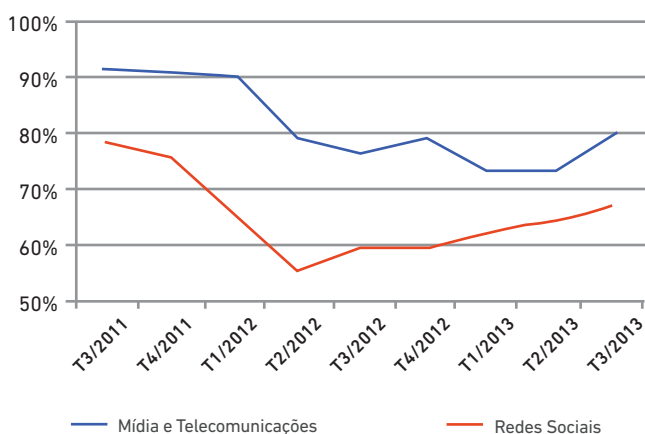
respostas de satisfação do cliente no trimestre e, como consequência, nem todos os países aparecerão em cada relatório trimestral. Em outras palavras, alguns países que apareceram em um relatório trimestral anterior podem não aparecer no relatório deste trimestre. Países que aparecem neste relatório podem não ter aparecido nos relatórios anteriores e podem não atender aos requisitos para estar no próximo ou em outros relatórios no futuro.

TI rumo ao topo (por pouco)

Neste trimestre, os serviços de TI e o setor de consultoria superaram por uma pequena margem o governo e o terceiro setor na satisfação do cliente mais alta, que por si só, mal superou a educação. Em ambos os casos, a diferença foi menor que um ponto percentual. Todos os três setores tendem a pontual alto na satisfação do cliente e normalmente ultrapassa o número de satisfação do cliente geral.

Na verdade, esses setores têm tido o melhor desempenho dos últimos três trimestres. Os serviços de TI e as empresas de consultoria são geralmente negócios de alto contato com o foco principal no atendimento ao cliente e sua posição alta reflete isso. Em organizações governamentais e sem fins lucrativos e no setor de educação, provavelmente veremos os resultados de uma nova tendência de “consumerização” nesses setores. Eles aparentam estar respondendo à crescente concorrência e aumentando as expectativas dos millenials com uma ênfase muito maior nas experiências do “serviço de atendimento ao cliente” de seus eleitores, comunidades e alunos.

Melhoras nos canais de mídias antigas e novas



Dois setores cuja satisfação do cliente havia entrado em colapso, mas que agora parece estar em ascensão são: redes sociais e telecomunicações.

Embora as redes sociais tenham ficado defasadas na satisfação do cliente elas têm melhorado de forma estável desde o segundo trimestre de 2012. O terceiro trimestre de 2013 viu um aumento de 3

SATISFAÇÃO DO CLIENTE POR INDÚSTRIA

	INDÚSTRIA	T2 (2013)	DESDE T1 (2013)*
1	Serviços de TI e Consultoria	95%	0
2	Governamental e ONGS	95%	1
3	Educação	95%	0
4	Imóveis	94%	0
5	Hospedagem Web	92%	1
6	Saúde	91%	0
7	Produção Software & Hardware	89%	0
8	Aplicações Web	86%	1
9	Software	85%	0
10	Marketing & Propaganda	82%	1
11	Viagem, Hotelaria & Turismo	82%	2
12	Serviços de Suporte Profissional	82%	1
13	Varejo	82%	1
14	Mídia & Telecomunicações	80%	7
15	Financeiro & Seguradoras	76%	1
16	Entretenimento & Jogos	76%	0
17	Redes Sociais	67%	3

*mudança em pontos de porcentagem

pontos percentuais, completando um ano de melhorias depois de um ano de queda. O setor de telecomunicações também têm enfrentado aumento na satisfação do cliente. Embora ele tenha tido um desempenho melhor que a rede social, ele não passou pela mesma melhoria consistente.

Canadá é o #1

O Canadá assumiu o primeiro lugar com uma pontuação de 91% em satisfação do cliente, passando a frente da Austrália por menos de

um ponto percentual. Os dois países têm sido líderes consistentes na satisfação do cliente. No último trimestre, Canadá e Austrália pontuaram 91% e 89%, respectivamente. E no trimestre equivalente do ano passado, o Canadá pontuou 85%, enquanto a Austrália pontuou abaixo de 76%.

Brasil, Rússia, Índia e China (BRIC) em Foco

A mudança mais notável no relatório desse trimestre é dos mercados emergentes. A Rússia, que normalmente tem dificuldades com a satisfação do cliente, mas cujo crescimento tem sido estável no último ano, é a novata entre os três primeiros, ultrapassando a barreira de 90% pela primeira vez desde a criação do benchmark da Zendesk.

Fechando a lista dos países do BRIC está o Brasil, que sofreu a maior mudança, com um aumento de 10 pontos percentuais na satisfação do cliente.

IMOVELWEB

O Imovelweb possui mais de 15 anos de atuação no mercado. Em 2013 apresentaram ao mercado um novo site e marca, quando também investiram massivamente na melhora e qualidade do atendimento ao cliente. E é aí que entra o trabalho com o Zendesk, uma ferramenta importante e mais uma forma de melhor atender seus clientes, garantindo eficiência e rapidez, sem perder a qualidade.

A cultura de atender bem o cliente é algo que já faz parte do Imovelweb. O resultado percebido pela Zendesk só vem a confirmar o bom trabalho desenvolvido. Eles trabalham com SLAs - estabelecendo prazos para responder a clientes e, não apenas isso, prazos para buscar reais soluções aos problemas. Isso é um aspecto importante que tem trazido resultados positivos.

A melhora no atendimento é constante, assim seus clientes lembram do Imovelweb quando precisam de um serviço de portal imobiliário e também, eles lembrarão que ali recebem um atendimento de qualidade, com respeito e atenção. A ImovelWeb busca excelência no atendimento diariamente.

Mudança na satisfação
ao cliente entre 2º TRI e 3º TRI:

 15%

www.imovelweb.com.br

SATISFAÇÃO POR CLIENTE POR PAÍS

	PAÍS	T2 (2013)	DESDE T1 (2013)*
1	Canadá	91%	 0
2	Austrália	91%	 2
3	Rússia	90%	 4
4	Noruega	90%	 1
5	Dinamarca	88%	 1
6	Reino Unido	87%	 0
7	Israel	85%	 8
8	Polônia	84%	 2
9	Chile	84%	 2
10	Suécia	83%	 0
11	Estados Unidos	83%	 1
12	Brasil	80%	 10
13	França	78%	 1
14	Alemanha	77%	 4
15	Holanda	77%	 0
16	Espanha	77%	 2
17	Filipinas	75%	 7
18	Malásia	74%	 5
19	Bélgica	73%	 4
20	Índia	67%	n/a*
21	Ilhas Virgens	65%	 2
22	Emirados Árabes	59%	 1
23	China	55%	n/a*

*Não atendeu ao limite mínimo de resposta no segundo trimestre

Satisfação ao Cliente por Números

Porque a satisfação do cliente é uma métrica tão importante no serviço de atendimento ao cliente e para o benchmark do Zendesk Benchmark, nós decidimos examinar os diferentes fatores que causaram impactos ou não na satisfação do cliente.

HORA DO DIA

A hora em que um ticket foi enviado por um cliente causa impacto no primeiro tempo de resposta?

CANAL DE ATENDIMENTO

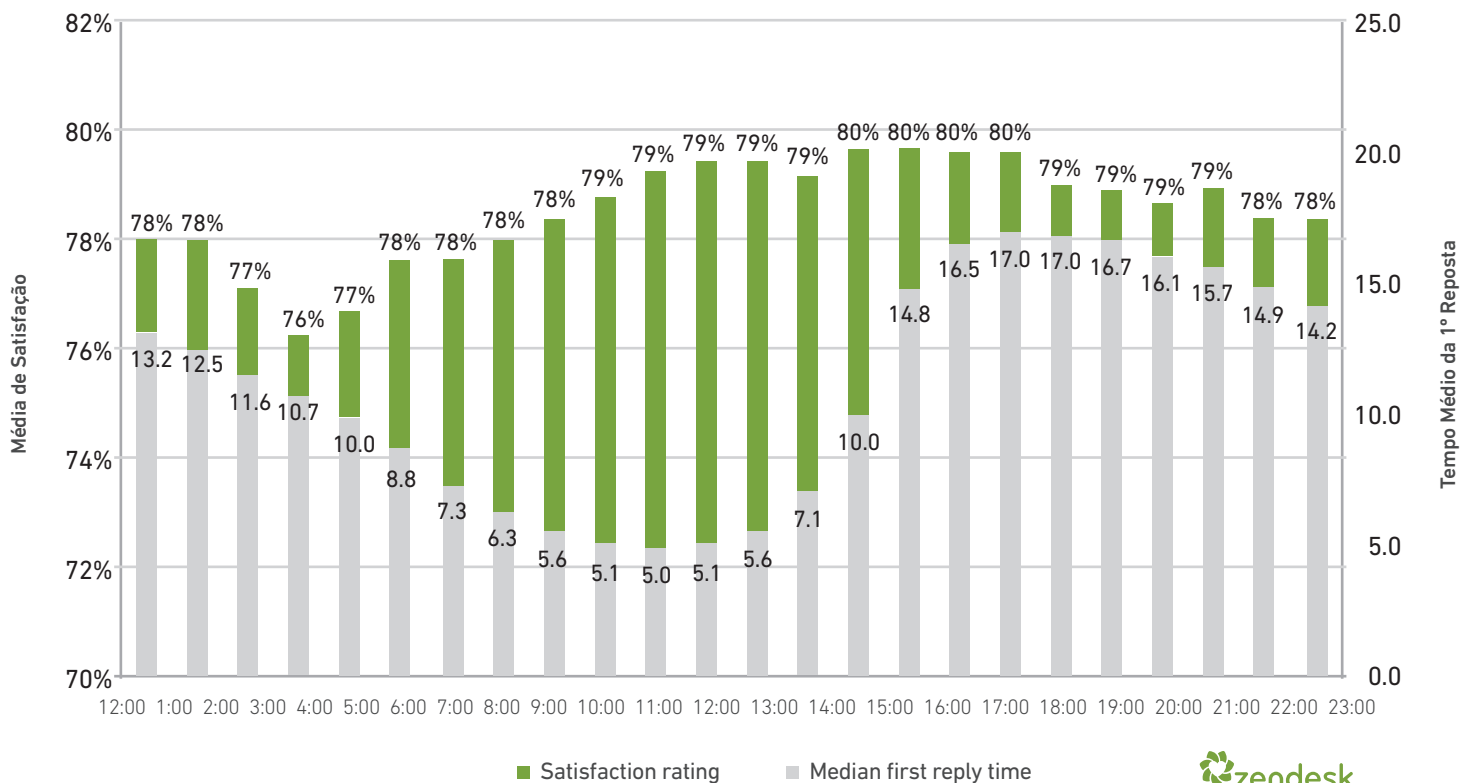
O canal que o cliente usa para entrar em contato com o suporte ao cliente causa impacto em sua satisfação?

FIDELIDADE DO CLIENTE

O período de tempo que um consumidor tem sido cliente da empresa causa impacto em sua satisfação?

Horário do Dia

Tempo de Resposta vs. Satisfação do Ticket



O senso comum (e os dados do Zendesk) sustenta que o serviço rápido tem um impacto positivo no êxito final de uma interação com serviço de atendimento ao cliente: Uma primeira resposta lenta gera uma satisfação do cliente mais baixa e uma primeira resposta rápida resulta em satisfação mais alta. O gráfico ilustra a conexão geral entre os agentes que respondem os tickets rapidamente e os clientes que se sentem satisfeitos. Quando nós agrupamos tickets pela hora em que foram criados e analisamos os primeiros tempos de resposta (FRT), a

tendência é, de certo modo, intuitiva: Os tickets enviados fora do horário de operação normal têm um FRT mais lento. No entanto, as coisas tendem a acelerar quando os tickets são enviados por volta de 09h00, depois que os tickets enviados na noite anterior foram processados e antes que os tickets do dia comecem a acumular. Por último, o horário de pico do FRT é por volta de 18h00, quando grande parte da equipe de suporte encerra o expediente e os tickets sem urgência podem esperar cerca de 12 a 14 horas antes que o próximo turno com a

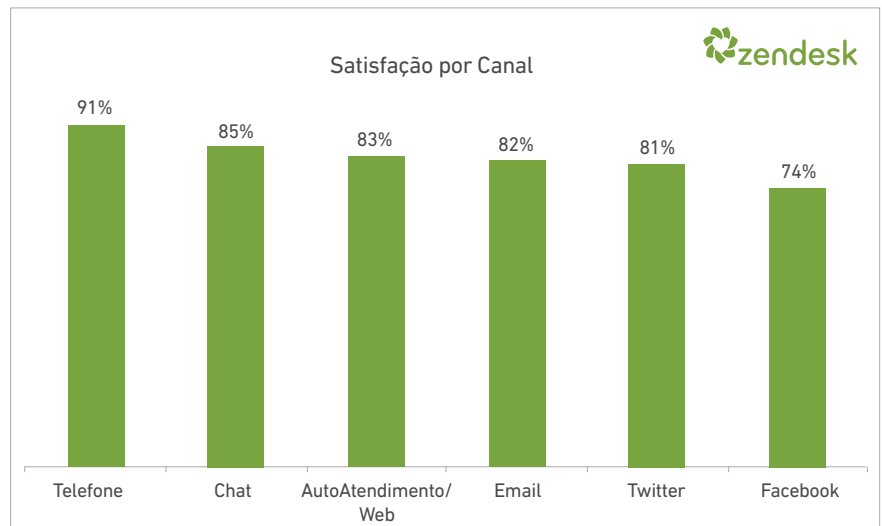


Canais de Atendimento

Os clientes têm mais tecnologias e aplicativos à sua disposição do nunca e estão usando tudo isso para comprar e interagir com empresas. Fornecer um serviço de atendimento ao cliente em vários canais está se tornando cada vez mais importante – do telefone e email ao Twitter e por meio de qualquer canal ainda desconhecido é muito simples. Ainda assim, a maioria das empresas tem dificuldade em fornecer um ótimo serviço de forma consistente em todos os canais. Fornecer uma experiência integrada em todos os diversos canais é o desafio final de multicanais que basicamente todas as empresas estão enfrentando.

Vamos analisar os dados para ver no que as empresas estão indo bem hoje. O canal mais tradicional – telefone ou outros serviços de telefonia na Internet como o Zendesk Voice – tem os níveis mais altos de satisfação do cliente. O chat tem o segundo índice mais alto de satisfação do cliente. A característica comum entre esses canais de desempenho superiores são as interações 1 a 1 em tempo real entre agentes e cliente, contribuindo bastante para seus altos níveis de satisfação.

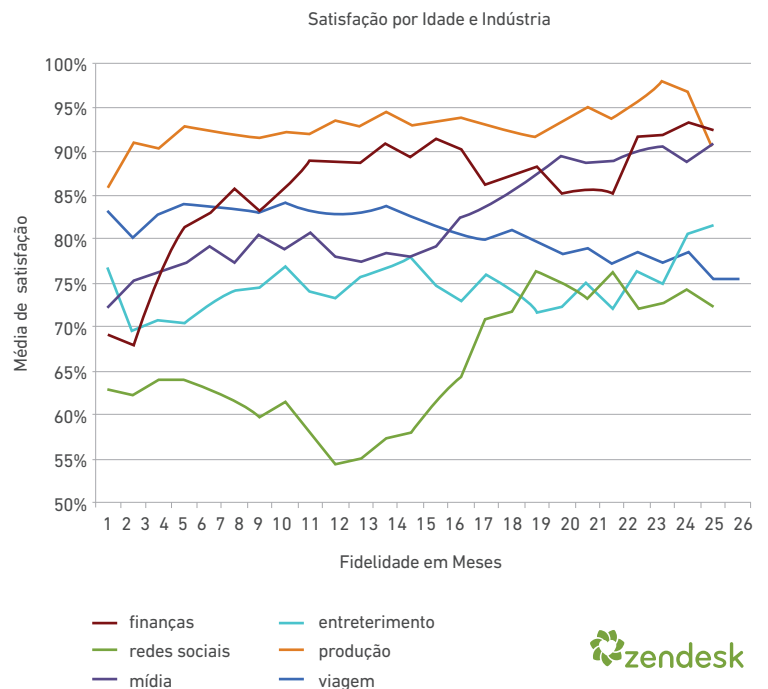
A análise de dados por canal revela uma distorção na satisfação em relação a canais mais antigos e estabelecidos. Há uma discussão sobre se isso é provocado pelas expectativas do cliente em relação a cada canal diferente ou se as empresas estão simplesmente relutando em desenvolver estratégias de serviço de atendimento ao cliente efetivas para novos canais. Muitas empresas ainda estão experimentando a melhor forma de fornecer suporte aos clientes por meio de canais sociais, o que poderia explicar os índices de satisfação mais baixos no Twitter e no Facebook.



A análise de dados por canal revela uma distorção na satisfação em relação a canais mais antigos e estabelecidos. Há uma discussão sobre se isso é provocado pelas expectativas do cliente em relação a cada canal diferente ou se as empresas estão simplesmente relutando em desenvolver estratégias de serviço de atendimento ao cliente efetivas para novos canais. Muitas empresas ainda estão experimentando a melhor forma de fornecer suporte aos clientes por meio de canais sociais, o que poderia explicar os índices de satisfação mais baixos no Twitter e no Facebook.

Fidelidade do Cliente

Em vários setores, a quantidade de tempo que um cliente interage com a empresa pode ser uma boa previsão da provável satisfação do cliente. O "período de uso do cliente" é uma medida de há quanto tempo o cliente tem sido um usuário da instância do Zendesk da empresa, o qual, em vários casos, reflete na durabilidade de suas interações com a empresa. Em longo prazo, parece que ser um cliente de longa data geralmente resulta em uma maior satisfação. No entanto, traçar a satisfação do cliente pelo seu período de uso mostra que os clientes passam por várias baixas e picos ao longo de suas jornadas no serviço de atendimento ao cliente, e também que esses altos e baixos variam muito por setor.



GOODDATA

O GoodData oferece recursos de relatório robustos para mais de 20.000 empresas e seus clientes. Como os dados podem ser complexos, garantir que os clientes estão satisfeitos depende da compreensão do que os clientes estão solicitando, além de fornecer a eles ideias com as quais possam ir adiante.

Para assegurar o êxito e a satisfação de seus clientes, o GoodData envolve toda a empresa no processo de suporte. Com as equipes de produto e de engenharia atuando como agentes no Zendesk, eles podem facilmente participar do diálogo com o cliente para ajudar a solucionar problemas relacionados a produtos. Além disso, o GoodData expõe cada índice de satisfação do cliente usando a integração Zendesk para Yammer, que publica automaticamente os índices bons e ruins junto com o comentário do cliente do Zendesk diretamente para o Yammer.

ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

GoodData: 96%

Indústria de software: 85%

gooddata.zendesk.com

SENDGRID

SendGrid is getting ahead of satisfaction ratings by actually trying to predict the outcome. The team is piloting a new predictive satisfaction app by Zendesk, which provides a prediction score of good or bad on each ticket—allowing SendGrid to hopefully one day provide more tailored support to customers who require special attention.

While satisfaction ratings are ticket-specific, customer satisfaction is a team metric for SendGrid. With three teams spread out geographically, multiple agents jump in on a ticket so they collectively work out the best solution for the customer.

Customer satisfaction goes beyond a measure of customer sentiment for SendGrid. It's also a means to make business decisions. By analyzing ticket ratings through various categories, they can identify trends—for example, a higher volume of unsatisfied tickets related to billing at certain times of the month.

ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE

SendGrid: 91%

Indústria de aplicações Web: 86%

sendgrid.zendesk.com