



blue

net promoter score
case de sucesso

www.blue.tv.br

A Blue

Uma empresa do grupo Blue Interactive que oferece soluções atualizadas e acessíveis de conectividade e conteúdo através de TV por Assinatura, internet de banda larga e telefone.

O Compromisso

Oferecer conveniência, produtos e serviços da melhor qualidade e uma equipe motivada, envolvida e preparada para prestar à você um atendimento personalizado, eficiente e ágil, **sempre alinhado a satisfação de seus clientes.**



Estratégia

A Blue investe nas melhores tecnologias para monitorar a satisfação de seus clientes, sempre em tempo real com um único objetivo:



" Identificar a insatisfação, atender o cliente com a rapidez necessária e gerar encantamento."

A metodologia adotada é o **Net Promoter Score**.

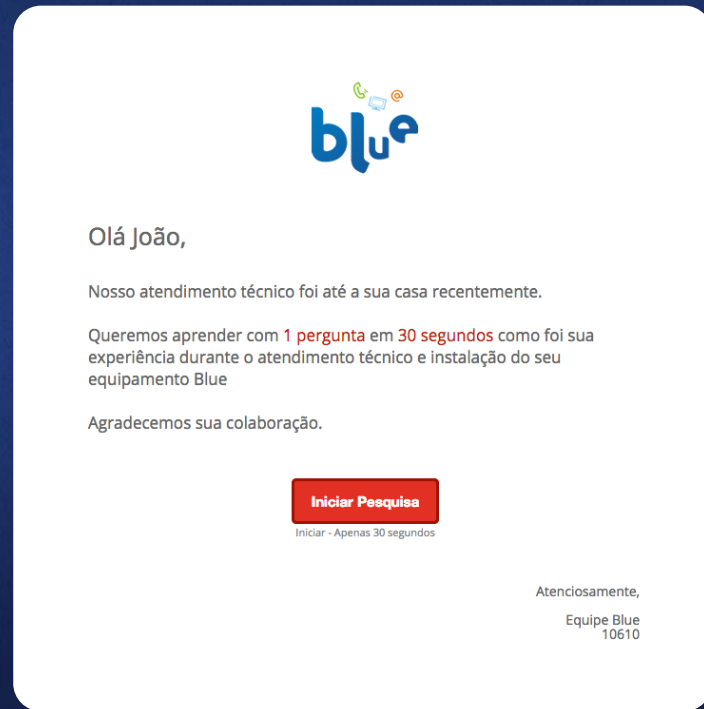
O NPS é utilizado como indicador na performance do churn (taxa de cancelamentos) de clientes, e também, na identificação de consumidores que tiveram uma ótima experiência com a empresa e tornaram-se **defensores da marca**.

Como é o dia a dia?

A Blue dispara emails semanalmente para seus clientes, visando monitoramento por NPS, fracionando o Net Promoter Score em:

Top-Down (global)

Bottom-Up (transacional)



Exemplo de Email Convite da Blue a seus clientes

Por que o Email?

A Blue utiliza o email para monitorar a experiência de seus clientes por meio do NPS.

Os emails permitem a comunicação no tempo de cliente e possuem alta taxa de resposta. Eles são disparados semanalmente visando monitorar a satisfação de seus clientes para corresponder às expectativas esperadas por eles e, conseqüentemente, satisfazê-los de maneira eficaz.

O NPS Top-Down utilizado pela Blue representa a coleta da opinião do cliente em caráter amplo e decorrente, tendo como objetivo avaliar a experiência do cliente na visão com maior envolvimento global ou geral da marca.

O NPS Bottom-Up é focado no monitoramento de etapas tipicamente operacionais e é utilizado transacionalmente, ou seja, a Blue obtêm o feedback de seus clientes em relação a etapa da visita ou atendimento técnico.



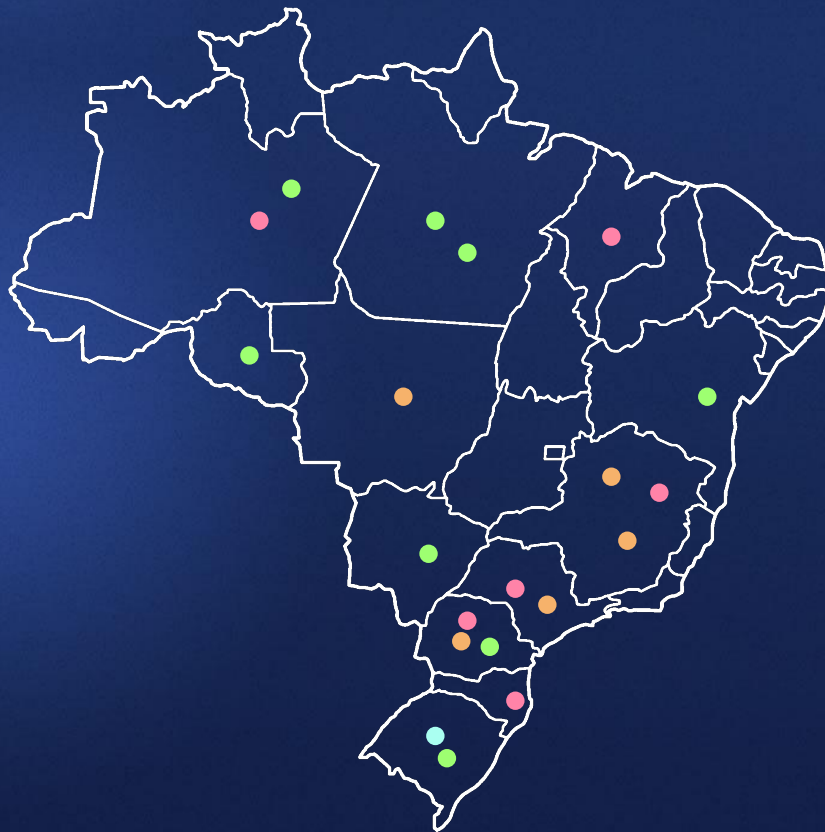
Atuação

23 Cidades

1.200.000 residências

150.000 clientes ativos

NPS atinge 11.000
consumidores mensais



O NPS tem a capacidade de ajustar e reforçar a cultura da empresa centrada no cliente e em gerar demanda preventiva, o que ajuda na manutenção de receita e evita aumentos na taxa de churn.

Em 10 meses o NPS Operacional da Blue evoluiu em 15% e o NPS Pós Venda em 12%.



Dica do Gestor

" A partir do momento que você *decide adotar o NPS* como uma métrica estratégica de sucesso do cliente (e esta é uma excepcional decisão!), a atenção tem que estar voltada para o ciclo de vida e para operação. É importante estar preparado para atender uma *demanda natural de detratores*, fazer investimentos em qualificação da equipe de trabalho e *evangelização do conceito* e que isso aconteça de preferência no modelo top down . *Rever alguns processos, criar um time de especialista no sucesso do cliente e investir em tecnologia é também fundamental.* Comece com uma pessoa, mas comece! *O fato é que depois que ouvir o que o cliente tem a dizer e isso ganhar escala na companhia*, você tem que agir com rapidez. A falta de processos e principalmente atitude diante desta nova demanda (que eu vejo como oportunidade!) pode ter efeito contrário e acelerar as taxas de cancelamento ao invés de controlar e reduzir os índices mais críticos."



Vinícius Andrade - Gerente de Marketing e Vencedor do Prêmio Experiência do Cliente 2014



blue

net promoter score
case de sucesso

tracksale

A Blue é um case de
sucesso da Tracksale.
Ferramenta para
gestão de satisfação
de clientes.

www.tracksale.co