



# Quais métricas de monitoramento de clientes são mais importantes?

Você tem monitorado o atendimento da sua empresa depois que a venda acontece? Será que seus clientes estão satisfeitos ou estão arrependidos? Quais métricas de monitoramento usar?

A análise de dados é uma parte importante da excelência em vendas e no atendimento ao cliente.

Muitas empresas e profissionais ignoram as métricas de acompanhamento do seu desempenho, e acabam sem saber o que

motiva a saída de seus clientes.

Se isso acontece com você, não se perca em meio a milhares de métricas, a ponto de deixar as **métricas de atendimento da sua empresa** de lado, é hora de definir um sistema de atendimento ao cliente.

**Obs.:** Confira aqui uma apresentação sobre o tema!

[Quais métricas de atendimento mais importantes para monitorar](#)  
from [Agendor](#)

## **Defina as melhores métricas de monitoramento de clientes**

Muitas vezes o foco se concentra apenas em resultado, e não monitoramos aquilo que estamos fazendo de errado. E aí, independente de vender mais, não conseguimos manter o cliente em nossa empresa.

Um erro comumente cometido pelas empresas é definir toneladas de métricas de monitoramento de clientes e se perder, se afogando na análise de dados, em primeiro lugar.

O sistema de atendimento ao cliente é o ponto crítico de muitas empresas. É justamente nesse momento que seus clientes vão perceber se fizeram a escolha certa ao fazer negócios com você.

É justamente aqui que, se a sua empresa não estiver preocupada com o seu cliente, que você vai mostrar que é a opção errada.

Imagine todo esforço que uma equipe de vendas faz para fechar um cliente, e que rapidamente pode ser colocado por terra por uma atendimento medíocre.

Isso acontece mais frequentemente do que você imagina e pode trazer alguns prejuízos à sua empresa.

O seu vendedor se esforça para vender e **atingir metas de vendas**, mas durante a interação com a sua empresa, o cliente se arrepende amargamente de ter feito negócios com você e abandona o barco. Esse cenário é mais comum do que se imagina.

Se você se encontra nessa posição, tente se concentrar nas métricas de monitoramento de clientes mais importantes para que você consiga se livrar do volume de informações que aparecem no funil de atendimento e traçar um diagnóstico de seu desempenho no [atendimento ao cliente](#).



Como a sua empresa atende seus clientes, quando precisa deles?

Confira: [Churn Rate: sinal de alerta para a perda de clientes](#)

## **#1. Satisfação do cliente**

Quase sempre há uma correlação muito forte entre a saúde e o crescimento de uma organização e a **satisfação de seus clientes**, e isso faz a satisfação do cliente ser uma métrica que cada empresa deve acompanhar e se comprometer a melhorar.

**A questão é:** quais são as formas mais eficazes para rastrear essa métrica?

Geralmente, é melhor usar uma mistura de métodos, incluindo aqueles que acompanham as interações de atendimento ao cliente, e aqueles que acompanham a satisfação do cliente.

No caso de vendas online, os [KPI para e-commerce](#) mais usados são abandono de carrinho e taxa de conversão.

Já no caso de atendimento ao cliente online, e-mails podem incluir um link que permite que o cliente avalie cada atividade de atendimento.

Isso permite que você veja os resultados alcançados por determinados tipos de interações.

Para acompanhar as tendências de longo prazo, uma pequena pesquisa enviada para sua lista de e-mails fornece *insights* sobre como seus clientes estão felizes com a organização como um todo.

Obviamente, não basta perguntar se o seu cliente está satisfeito e contente de fazer negócios com a sua empresa.

Você precisa encontrar **indicadores indiretos** (como o abandono de carrinho, no e-commerce) que demonstrem que ele está feliz com a sua compra ou não, e principalmente, não acredita que a necessidade de atendimento, suporte técnico, ou atendimento ao cliente, diminui a credibilidade da sua empresa.

Você precisa ir a fundo nas **métricas de monitoramento para saber sobre a satisfação de seus clientes**, e descobrir quais são as suas experiências quando fazem negócios com você.



Responda sinceramente: seu cliente está satisfeito com o seu atendimento?

Veja mais: [Monitoramento de Mídias Sociais em números \[Infográfico\]](#)

## #2. Métricas secundárias

Métricas secundárias são aquelas que alimentam a sua métrica primária de satisfação, dentro do seu sistema de atendimento ao cliente.

Acompanhar as métricas de monitoramento ao cliente secundárias pode ajudar a fornecer dados úteis sobre melhorias que podemos ajudar você a melhorar a sua principal métrica.

Se você não limita o número de métricas a serem monitoradas, você corre o risco de se atolar em métricas e dados desnecessários.

Algumas das métricas de monitoramento de clientes que são mais importantes para a sua organização podem depender, em parte,

do tipo do sistema de atendimento ao cliente que você está operando, mas há várias métricas gerais que são universalmente úteis:

- **Tempo médio de espera:** quanto tempo um cliente precisa esperar antes de receber qualquer resposta de atendimento da sua empresa, seja por e-mail, ou até mesmo por telefone?
- **Tempo médio de atendimento:** quanto tempo demora para ser resolvido um *ticket* de atendimento de seu cliente? Quais tipos de atendimento são resolvidos mais rápido, e quais demoram mais?
- **Número médio de contatos necessários:** quantas vezes um cliente precisa contatar o departamento de atendimento antes de seu problema ser resolvido, e quantas pessoas interagem com ele?

As médias são importantes para uma visão geral de cada métrica, mas é importante observar os valores atípicos também.

Aquelas ocasiões em que um cliente aguarda um tempo particularmente longo, ou é desviado para repetições ou profissionais diferentes durante um único *ticket* ou chamado precisam ser monitoradas.

É necessário investigar esses casos, tanto para determinar por que isso aconteceu, tanto para evitar que se repita.

Via de regra, se o seu cliente está satisfeito, e se você está entregando aquilo que prometeu pra ele, ele tem motivos para continuar com você, principalmente se, quando ele precisa de você, você está por perto.

Quando uma empresa coloca barreiras entre ela e seu cliente, no momento em que ele mais precisa (problemas, atendimento, suporte), está mostrando que não é uma empresa confiável.



Você está acompanhando de perto suas métricas de sucesso no atendimento ao cliente?

## **Monitore a qualidade de seu sistema de atendimento ao cliente**

Depois de definir as métricas de monitoramento de clientes mais importantes em seu funil de atendimento, as mais relevantes para o seu negócio, crie um plano organizado de acompanhamento de dados, coletas e análise. Isso proporcionará um rápido atendimento ao seu cliente.

Muitas vezes, um rápido treinamento resolve esse problema, mostrando o padrão de atendimento que a sua empresa quer seguir.

Quando você capacita sua equipe de vendas, e esquece do pós-vendas, você não está mostrando consideração pelo seu cliente, uma vez que não será atendido a contento quando precisar de você.

Depois das vendas, a sua métrica primordial deve ser: **entender**

**como a sua empresa está atendendo seus clientes.**

Seus *tickets* de atendimento, protocolos e outras formalidades e/ou outras burocracias estão atrapalhando sua empresa a chegar à solução esperada por seu cliente?

Se a resposta for sim, ótimo sinal. Isso mostra que a sua empresa está mantendo o seu cliente em primeiro lugar.

Se for não, é melhor mudar rapidamente. Lembre-se que a satisfação do cliente importa mais do que qualquer outro controle que a sua empresa possa ter sobre chamados e pedidos.

Não permita que a burocracia no sistema de atendimento ao cliente atrapalhe a sua empresa de ajudar o cliente a encontrar uma solução.

veja também: [Feedback de clientes: quem reclama merece um “muito obrigado”](#)

## **Kit completo de atendimento ao cliente**

Quer saber tudo sobre como atender ao cliente depois de definir as melhores métricas de atendimento ao cliente em seu funil de atendimento?

Nós preparamos um **kit completo de atendimento contando com 5 materiais especialmente criados** para que você domine este assunto e até mesmo organize um treinamento para sua força de vendas, pois tudo está prontinho para isso, veja:

- **Ebook: CRM, atraia, fidelize e satisfaça mais clientes**
- **Artigo: os 5 documentos para a implantação do CRM na área Comercial**
- **Websérie: O Jeito Disney de Encantar Clientes**
- **Palestra Online: As Armadilhas do Atendimento ao Cliente**
- **Estudo de Caso: A Estratégia de Atendimento da Zappos**

Estude os materiais com cuidado e você vai descobrir as melhores maneiras de melhorar o atendimento aos seu clientes.



**Baixe os materiais agora mesmo:**

