INFOGRÁFICO

PULSE SOLUTION

Guia dos **principais KPIs de Atendimento ao Cliente**

Os KPIs (Key Performance Indicators) são indicadores utilizados por diversas áreas para mensurar o desempenho de um setor dentro da empresa.

Com isso, uma área focada em **atendimento ao cliente**, sem dúvida, possui vários KPIs importantíssimos para identificar a quantidade, o tempo e a qualidade do atendimento, entre outros fatores.

Neste infográfico, separamos os principais KPIs para sua empresa começar a acompanhar hoje mesmo.

1 Tempo Médio de Atendimento (TMA)

O TMA é um KPI muito utilizado por equipes de atendimento para medir a rapidez do suporte prestado para o cliente e também a produtividade do time de atendimento.

Entre algumas possibilidades, é possível calcular o TMA, com mais precisão, da seguinte forma:

$$TMA = \frac{\text{tempo total do atendimento}}{\text{total de chamados atendidos}}$$

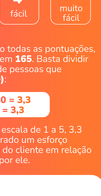
2 Tempo de primeira resposta

O tempo de primeira resposta é um KPI importante para entender a velocidade que o seu time tem para atender telefone, chat ou em alguns casos até posts de redes sociais.

Quanto maior for o tempo, provavelmente maior será a insatisfação do cliente com a empresa.

Com este KPI, fica mais fácil controlar o tempo de resposta nos canais a fim de encontrar o primeiro atendimento ideal em cada um deles.

3 First Contact Resolution (FCR)



Também conhecido como FCR, esse KPI ajuda a entender se seu time de atendimento está resolvendo os problemas dos clientes já no primeiro chamado.

Entende-se que os clientes sempre buscam ter seus problemas rapidamente solucionados, por conta disso, é possível mensurar a equipe de atendimento por meio do FCR.

Para calcular, basta fazer o seguinte:

$$FCR = \frac{\text{total de problemas resolvidos no primeiro contato}}{\text{total de chamados atendidos}}$$

4 Customer Effort Score (CES)

Aqui, o KPI busca pontuar qual o esforço que o cliente fez para atingir seu objetivo, seja ele receber um atendimento, realizar uma compra ou cancelar um serviço.

É possível aplicar o CES por meio de pesquisas enviadas aos clientes depois do contato dele com sua empresa.

Uma pergunta que pode ser feita é a seguinte: dê uma nota de 1 (muito difícil) a 5 (muito fácil) sobre o processo de cancelar o serviço.

A partir daí, somam-se todas as notas e depois divide-se pela quantidade de clientes que responderam a pesquisa.

Exemplo: 50 pessoas responderam a pesquisa

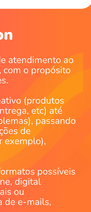
1 muito difícil	2 difícil	3 normal	4 fácil	5 muito fácil
x5	x15	x0	x20	x10

No total, somando todas as pontuações, o resultado ficou em **165**. Basta dividir agora pelo total de pessoas que responderam (**50**):

165/50 = 3,3
CES = 3,3

Ou seja, em uma escala de 1 a 5, 3,3 pode ser considerado um esforço normal por parte do cliente em relação a ação realizada por ele.

5 NPS (Net Promoter Score)



Sendo um dos KPIs mais conhecidos e utilizados pelas empresas, o famoso NPS busca entender quem são os clientes promotores, neutros e detratores da sua marca.

Para descobrir de fato quais são, é preciso antes de mais nada realizar uma pesquisa com os clientes.

Nesse caso, a pergunta da pesquisa normalmente é a seguinte:

Em uma escala de 0 a 10, o quanto recomendaria a empresa ou serviço para um amigo ou familiar?

A partir da resposta para essa pergunta, é possível identificar com base na escala do NPS onde seus clientes estão inseridos.

Detratores	Neutros	Promotores
notas de 0 a 6	notas de 7 a 8	notas de 9 a 10

6 Novos tickets

Utilizando o KPI de novos tickets, sua empresa vai conseguir identificar o volume de chamados que recebe por dia, semana, mês ou até mesmo ano.

Além disso, fica mais fácil distribuir os tickets de acordo com a demanda e até mesmo identificar quando é a hora de contratar novas pessoas, dependendo das estratégias das empresas.

Para esse KPI, é possível gerar relatórios com o total de tickets abertos e assim identificar os dados para análise ou arquivamento.

7 Backlogs ou pendências

É comum em atendimento ao cliente existir tickets de atendimento abertos por mais de um dia.

Esses backlogs aparecem por alguma complexidade na solução do problema do cliente ou até mesmo por alto volume com priorização de contatos.

De toda forma, é importante utilizar esse backlog como um dos principais KPIs de um time de atendimento. Dessa forma, fica mais fácil ver os maiores gargalos da operação.

Conheça Pulse Solution

Pulse Solution é um serviço premium de atendimento ao cliente, feito por pessoas para pessoas, com o propósito de aproximar as marcas de seus clientes.

Fornecemos desde atendimento informativo (produtos e horários de atendimento, prazos de entrega, etc) até resolutivo (focado na resolução de problemas), passando por pós-venda (trocas e devoluções), ações de telemarketing (ação ativa de venda, por exemplo), e cobrança.

Além disso, trabalhamos em todos os formatos possíveis de atendimento ao cliente, como telefone, digital (mensagens e conversas em redes sociais ou WhatsApp), conversa de chat, resposta de e-mails, chatbots e URA.

Agende uma reunião

PULSE SOLUTION