



TV CONSUMIDOR

TVU ONLINE

FEDC - RS

NOTÍCIAS

RECOMENDAMOS

Busca

Tweet

A+

A-

28/08/2015

Brasil ocupa penúltima posição no ranking de sorrisos no atendimento ao cliente

País fica abaixo da média mundial



Conduzida pela empresa sueca Better Business World Wide em parceria com a Shopper Experience, a 11ª edição da pesquisa [“Smiling Report”](#) – que reúne 1,7 milhão de avaliações de atendimento ao cliente realizadas em 69 países da África, Ásia, Europa, América do Norte e América do Sul – mostra que 79% dos atendimentos a clientes no Brasil foram iniciados com um sorriso em 2014. No resultado geral, a

média mundial de consumidores que receberam sorrisos foi de 80%. No Brasil, 22 mil clientes secretos participaram da pesquisa.

- A liderança do “ranking do sorriso” é da Irlanda com 97% dos atendimentos iniciados com um sorriso. A pesquisa analisa, ainda, o índice de vendas adicionais e cumprimentos em 69 países. O país ficou na penúltima posição do ranking ganhando, apenas, do Japão.

- No Brasil, dos 22 mil entrevistados, 67% são do Sudeste; 13% do Sul; 12% do Nordeste; 6% do Centro-Oeste; e 2% do Norte. Na análise dos atendimentos iniciados com sorrisos, os índices são: 46% no Sudeste; 33% no Nordeste; 10% no Sul; 6% no Norte ; e 5% de no Centro-Oeste.

São Paulo, 27 de agosto de 2015 – Será que o brasileiro está mais triste e perdeu a capacidade de sorrir na hora do atendimento ao cliente? Parece que sim. É o que mostra a 11ª edição da pesquisa Smiling Report conduzida em 69 países da África, Ásia, Europa, América do Norte e América do Sul. O Brasil aparece na penúltima posição do “ranking mundial de sorrisos”, acima apenas do Japão. A média de atendimentos iniciados com um sorriso, em 2014, foi de 79%. Na prática, o resultado está muito abaixo do líder da pesquisa, a Irlanda, que atingiu a marca de 97%. Na edição anterior, de 2013, o atendimento verde-e-amarelo ocupava a nona posição. O estudo é produzido pela companhia sueca Better Business World Wide, especializada em secret shopper, parceira da Shopper Experience, empresa nacional pioneira em avaliação de atendimento ao consumidor via

"clientes secretos". No Brasil, 22 mil clientes secretos participaram da pesquisa.

Coordenado no Brasil por Stella Kochen Susskind, presidente da Shopper Experience, o Smiling Report revela que o cenário do atendimento brasileiro está muito prejudicado na maioria dos setores. O Brasil – conhecido pelo povo simpático, alegre e acolhedor – não está refletindo essas características no atendimento. "A análise dos questionários dos clientes secretos que participaram da pesquisa mostra que há menos sorrisos, os cumprimentos são mais escassos e o índice de venda adicional é menor. O resultado desse comportamento tem um impacto direto nas vendas", afirma Stella, acrescentando que a medição foi conduzida ao longo de 2014 e contemplou, inclusive, período de manifestações populares e cenário conturbado da política e economia nacional.

A executiva – uma das especialistas brasileiras em consumo – acredita que o brasileiro está mais triste e preocupado. A classe C tem perdido o poder de compra e "estacionou" no processo de ascensão; as vendas encolheram diante da incerteza econômica; a vida nas grandes cidades está mais estressante. "No geral, vejo que está mais difícil viver no Brasil e os brasileiros têm sentido essa pressão psicológica. É claro que existe uma incerteza econômica e isso tornou o brasileiro mais econômico e comedido, no entanto, diante de crises anteriores o brasileiro não teve um comportamento tão pessimista. Na minha percepção, o brasileiro está perdendo o otimismo", afirma Stella.

A crise econômica, no entanto, não parece ter abalado o atendimento na Grécia. O país aparece na segunda posição, ao lado de Porto Rico, com índice de 93% de atendimentos iniciados com sorriso. Entretanto, em vendas adicionais, os gregos estão na lanterninha do ranking com 36% de atendimentos que resultam na venda de produtos sugeridos. "Nesse caso, o fato de os sorrisos não terem impacto nas vendas adicionais está diretamente ligado ao momento de instabilidade econômica na Grécia. Mas, cabe salientar que os gregos são simpáticos e educados. Acredito que o bom preparo para atender os clientes seja um reflexo do preparo que tiveram antes das Olimpíadas de Atenas, em 2004; um aprendizado que se consolidou", afirma Stella, que esteve na Grécia em 2014, para ministrar uma palestra sobre a metodologia de pesquisa do "cliente secreto".

A especialista em consumo lembra que mesmo os países do antigo bloco soviético – como a Letônia (5ª posição no ranking) – que ingressaram no "mundo do consumo" mais recentemente, estão à frente do Brasil na pesquisa. "Há também países como Suécia e Finlândia, que imaginamos terem um atendimento mais seco, que aparecem bem posicionados no ranking, mostrando que estão cumprindo todas as etapas de um bom atendimento", finaliza.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES DA PESQUISA

Ranking de sorrisos

Os irlandeses são os mais sorridentes e ocupam a liderança do ranking: 97% dos atendimentos no país são iniciados com um sorriso. A segunda posição é dividida pela Grécia e Porto Rico (93%), seguidas por: Lituânia (3ª posição, 92%); Suíça e Grã-Bretanha (4ª posição, 91%); Letônia e Portugal (5ª posição, 90%); Estônia (6ª posição, 89%); Dinamarca e Turquia (7ª posição, 88%); Alemanha e Estados Unidos (8ª posição, 87%); China, Rússia e Espanha (9ª posição, 86%); Finlândia (10ª posição, 85%); Chipre e Noruega (11ª posição, 84%); Argentina, Áustria, Canadá, Chile, Islândia e Suécia (12ª posição, 83%); França e Holanda (13ª posição, 82%); Colômbia e Hungria (14ª posição, 81%); Brasil (15ª posição, 79%); e Japão (16ª posição, 74%).

Cumprimentos e vendas adicionais

Na análise do índice de cumprimentos, o Smiling Report registrou média de 87% – uma queda de um ponto percentual em relação a 2013. No ranking mundial dos cumprimentos, o Brasil também ficou em penúltima posição com 87% sendo precedido por países como Costa Rica, Guadalupe, Guatemala, Martinica, Paraguai, Venezuela, República Dominicana, El Salvador, Honduras, México, Panamá, Eslováquia, Irlanda, Nicarágua, Peru, Equador, Porto Rico, Chile, França, Colômbia, Finlândia, Suíça, Luxemburgo, Estados Unidos, Áustria, Alemanha, Grécia, Hungria, Portugal, Espanha, Uruguai, Grã-Bretanha, Argentina, Chipre, Suécia, Rússia, Eslovênia, Lituânia, Brasil e Japão.

A média de vendas adicionais é de 52%, apresentando queda em relação a 2013, quando o índice foi de 57% (o mais alto desde 2004). O Brasil ficou abaixo da média global de 52%, com 37% de vendas adicionais – perdendo, apenas, para o Japão. O país que mais realiza vendas adicionais é Honduras: 97% dos atendimentos prestados no país resultam em vendas adicionais. O segundo no ranking é a Guatemala com 91%.

Setores

A análise dos setores no ranking de sorrisos mostra que saúde e beleza e o segmento automotivo lideram com 86% de atendimentos sorridentes. Seguidos por financeiro (84%); varejo (80%); hotelaria (76%); governo (75%); lazer (66%); e transporte (48%). Na análise de cumprimentos, o líder é também o setor de saúde e beleza (95%); seguido por hotelaria (94%), governo (92%), financeiro (90%), varejo (85%), automotivo (84%), lazer (73%) e transportes (55%). Em vendas adicionais, a primeira posição é ocupada por hotelaria (63%), seguida por automotivo, governo, financeiro e saúde e beleza (60%); transportes (57%); varejo (48%); e lazer (42%).

Resultados no Brasil

No Brasil, dos 22 mil entrevistados, 67% são do Sudeste; 13% do Sul; 12% do Nordeste; 6% do Centro-Oeste; e 2% do Norte. Na análise dos atendimentos iniciados com sorrisos, os índices são: 46% no Sudeste; 33% no Nordeste; 10% no Sul; 6% no Norte ; e 5% de no Centro-Oeste.

METODOLOGIA DA PESQUISA

O estudo Smiling Report é desenvolvido a partir da metodologia secret shopper, que avalia o momento em que a compra é feita. Tal avaliação é conduzida por clientes reais responsáveis por qualificar os serviços prestados por marcas e relatar experiências de compra. A pesquisa extrai dessas avaliações de situações reais de atendimento ao consumidor, informações detalhadas: se o vendedor atendeu com um sorriso; se cumprimentou o cliente; se ofereceu produtos complementares. Realizada desde 2004, o Smiling Report revela que depois de dois anos com média mundial de 78% (2012/2013) – quando houve uma queda em relação ao desempenho de 2004 a 2010, que se mantinha em 80% –, o “índice de sorrisos” voltou a subir. A média de 2014 de atendimentos com sorrisos recuperou o índice de 80%.

SHOPPER EXPERIENCE

Com produtos inovadores e serviços exclusivos, a Shopper Experience – empresa brasileira líder da indústria de mystery shopping (cliente secreto) – produz conhecimento sobre a experiência dos

mistério de mystery shopping (cliente secreto) – possui conhecimento sobre a experiência dos clientes com produtos e marcas. O trabalho de uma equipe formada por especialistas experientes na avaliação do atendimento ao consumidor por meio da metodologia de pesquisa baseada no cliente secreto – conceito que foi implementado no Brasil por Stella Kochen Susskind, fundadora e presidente da Shopper Experience –, faz com que a Shopper Experience tenha o maior índice de recompra e recomendação do setor, atendendo a clientes como C&A, Bradesco e TAM, entre outros.

A Shopper Experience possui uma área de negócios para atuar com a diversidade, ou seja, investir na formação e no treinamento de uma rede de clientes secretos diferenciada que traz para os gestores a sensação retrô, mas eficiente, de “barriga no balcão”. Entre os principais ativos da Shopper Experience está o profundo conhecimento do universo do consumidor e dos clientes. Com o maior banco de dados composto por clientes secretos do país, 120 mil consumidores, a Shopper Experience desvenda o emocional com a razão, aliando pioneirismo e inovação constante – o que torna a empresa uma referência nacional no mercado de pesquisas. Entre os produtos da Shopper Experience, destacam-se Secret Shopper/Cliente Secreto, Customer Experience e Pesquisas ad hoc (qualitativas e quantitativas).

Stella Kochen Susskind, presidente da Shopper Experience, é autora do livro “Cliente secreto – A metodologia que revolucionou o atendimento ao consumidor”. A executiva ministra palestras internacionais e nacionais; atua há 15 anos no Conarec e é responsável pela pesquisa e premiação “As empresas que mais respeitam o consumidor”. A executiva foi convidada a palestrar, em maio de 2015, na Mystery Shopping Providers Association Conference Europe, realizada em Riga, capital da Letônia.

www.shopperexperience.com.br

Fonte: Printec

Autor: Betânia Lins e Vanessa Giacometti de Godoy

Revisão e edição: de responsabilidade da fonte