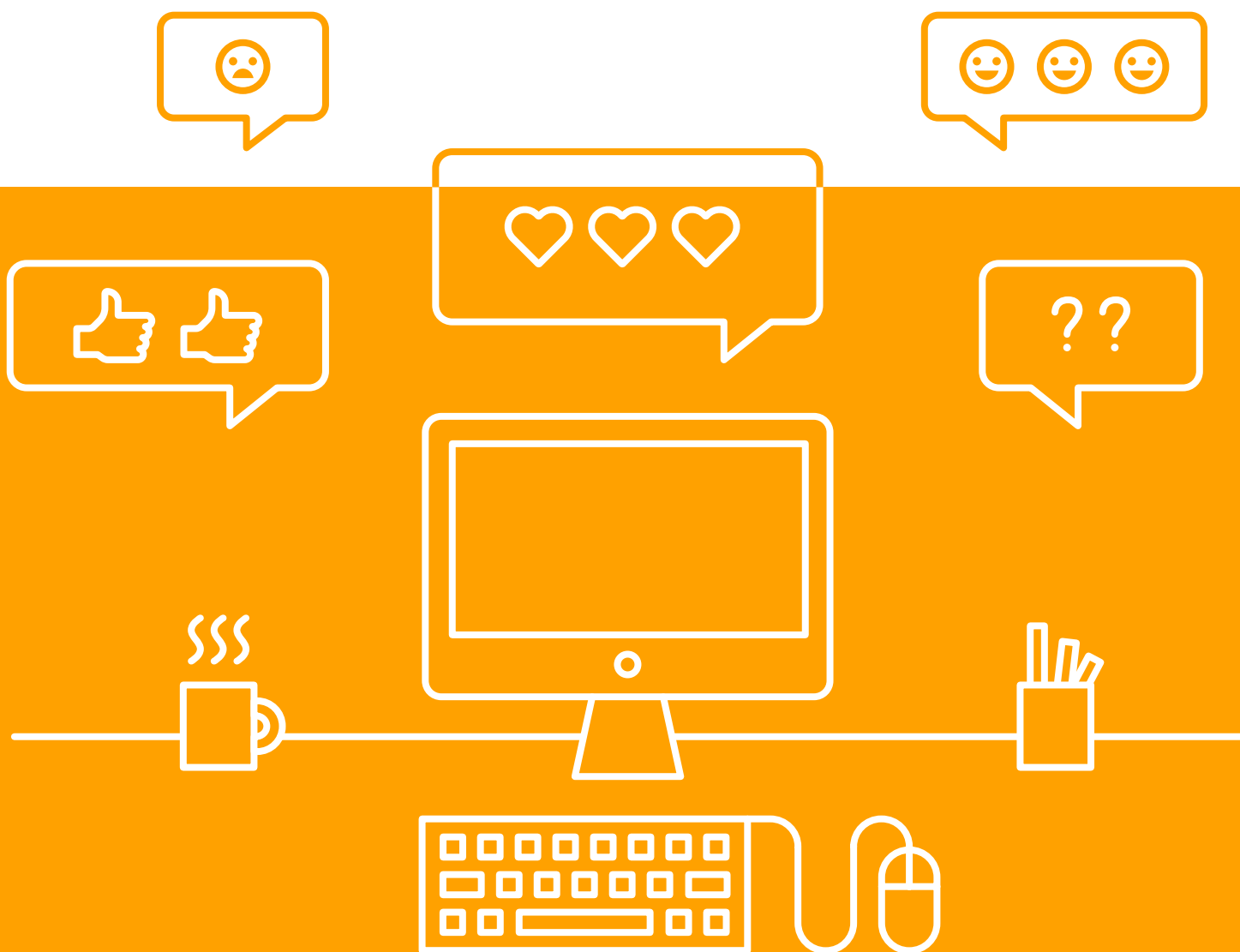


1° TRI  
2015

# O BENCHMARK DO ZENDESK

EM FOCO: CHAT EM TEMPO REAL



# Sumário

---

Resumo	01
--------	----

---

Em foco: chat em tempo real	01
O aumento do suporte ao cliente em tempo real	01
Métricas do benchmark para chat em tempo real	03
Como o chat em tempo real afeta o volume em outros canais	05
Equilíbrio entre a carga de trabalho do agente e a satisfação do cliente	06
Equipes para o chat em tempo real	08

---

Satisfação do cliente do 1º trimestre: mudanças e surpresas	11
---	----

---

Sobre o Benchmark do Zendesk	12
------------------------------	----

---

Apêndice	13
Satisfação do cliente por país	14
Satisfação do cliente por setor	15
Satisfação global do cliente do quarto trimestre	15
Metodologia de pesquisa para “Em foco: chat em tempo real”	16

# O Benchmark do Zendesk

## Resumo

### Em foco: chat em tempo real

A popularidade do atendimento ao cliente por chat em tempo real vem crescendo rapidamente. Os clientes estão cada vez mais aderindo ao chat em tempo real ao fazerem compras online, e um número crescente de consumidores afirma que o chat em tempo real é seu modo preferido de interação com o suporte. O recente lançamento do Businesses on Messenger do Facebook, que permite que as empresas entrem em contato com seus clientes onde eles estiverem, é apenas um exemplo da crescente ubiquidade do chat em tempo real. Como as empresas podem usar o chat em tempo real para transformar o modo como elas interagem com os clientes? O relatório do Benchmark do Zendesk aborda:

- **Métricas do benchmark para chat em tempo real:** criamos novas métricas que permitem que as empresas meçam o seu desempenho no chat em tempo real. Por exemplo, uma empresa comum atende 62 chats por mês e seu tempo de resposta é de 1 minuto e 36 segundos.
- **Como o chat em tempo real modifica o envolvimento do cliente:** quando dada a opção, os clientes escolhem o chat. Descobrimos que as empresas que oferecem suporte por chat em tempo real percebem uma diminuição dos tickets enviados por outros canais baseados na web.
- **O que torna a experiência de chat em tempo real positiva:** constatamos que os índices de satisfação de um bom chat em tempo real estão associados ao menor tempo de resposta e a menos chats por agente. Inclusive, descobrimos outro fator que desempenha uma função importante: o número de mensagens trocadas durante a conversa por chat.
- **O que se deve levar em consideração quanto às equipes de chat em tempo real:** conhecer os horários de pico do de volume de solicitações por chat pode auxiliar a empresa a decidir como alocar recursos de agentes. Em nossa amostra de clientes, mais de 50% dos chats ocorrem entre o horário de pico das 10h00 às 15h00.

### Mudanças e surpresas: satisfação do cliente por país e setor

Nas notícias relativas aos países, a **Colômbia**, **Filipinas** e **Indonésia** apresentaram os maiores aumentos na satisfação do cliente, enquanto a **Nova Zelândia** e a **Bélgica** ficaram, pelo terceiro trimestre consecutivo, como líderes da satisfação do cliente. O **Canadá** subiu para a terceira posição.

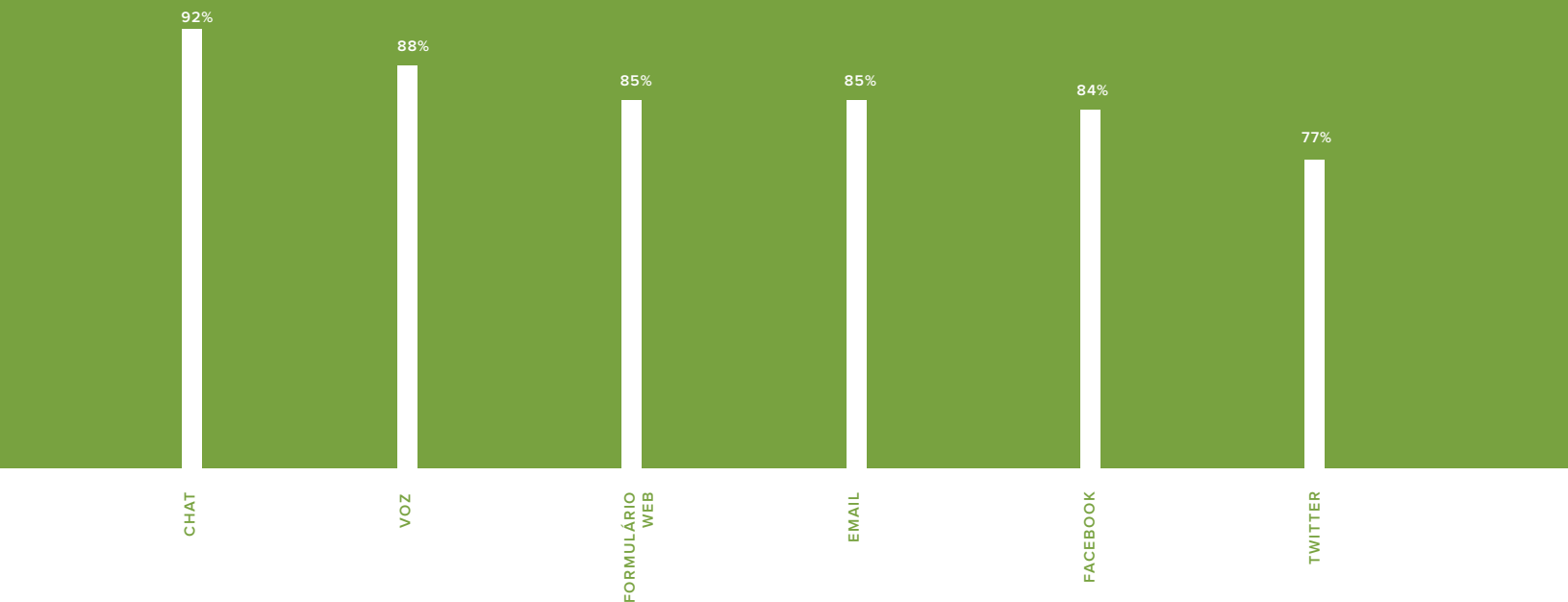
Nos setores, **Rede social**, **Hospedagem web** e **Fabricação e hardware de computador** apresentaram maior melhoria. **Governamental e sem fins lucrativos**, **Serviços de TI e consultoria** e **Saúde** permaneceram nas três primeiras posições.

Globalmente, a satisfação do cliente no primeiro trimestre foi de **95,00%**, aumentando 0,05% desde o quarto trimestre de 2014.

## Em foco: chat em tempo real

### O aumento do suporte ao cliente em tempo real

À medida que mais e mais interações com os clientes acontecem online, os consumidores esperam que o suporte esteja disponível quando e onde ele for necessário. É por isso que o chat em tempo real, que oferece uma maneira rápida e conveniente de obter suporte, está se tornando cada vez mais o modo preferido de contato com o atendimento ao cliente. [Nos últimos cinco anos, o número de norte-americanos que compraram pela internet e que usaram o chat em tempo real aumentou de 38% para 58%](#). As empresas também sentiram seus benefícios: com o chat em tempo real, os agentes podem gerenciar diversas conversas simultaneamente. Eles podem até mesmo iniciar conversas proativas com os visitantes do site que podem estar precisando de ajuda durante o processo de compra online. Por último, o chat é líder no quesito satisfação do cliente: em comparação aos outros canais de suporte, o chat em tempo real vem em primeiro lugar (Figura 1).

Figura 1. A satisfação do cliente com o chat em tempo real é maior do que qualquer outro canal. <sup>1</sup>

Dada a sua rápida e crescente popularidade, muitas empresas querem entender melhor como o chat em tempo real com seus clientes pode impactar na maneira como elas administram seus negócios. Para ajudar a esclarecer como o chat em tempo real muda a forma de interação das empresas com seus clientes, examinamos os dados de empresas que fornecem suporte em tempo real usando o Zopim Live Chat. Essa edição do relatório de Benchmark do Zendesk revela:

- Como o desempenho do suporte por chat em tempo real é comparado em todos os setores
- Como a opção de chat em tempo real muda a maneira como as empresas fornecem atendimento ao cliente
- Quais fatores melhoram as chances de obter um bom índice de satisfação por meio de uma conversa por chat

Conversamos também com algumas empresas que utilizam o Zendesk e o Zopim a fim de obter informações sobre suas práticas recomendadas reais de chat em tempo real.

O chat em tempo real pode melhorar o atendimento ao cliente. Constatamos que, 30 dias após a implementação do chat em tempo real, o volume de tickets de formulários web integrados diminuiu drasticamente; isso sugere que os clientes preferem uma comunicação direta com o suporte pelo site da empresa, em vez de uma resposta por email. Inclusive, descobrimos algumas conexões interessantes nos dados de chat em tempo real. Há uma correlação positiva entre o índice de satisfação dos clientes que se comunicam pelo chat em tempo real de uma empresa e o número médio de mensagens trocadas entre um agente e o visitante durante uma conversa por chat. A satisfação do cliente que se comunica por chat em tempo real tende a diminuir à medida que o número de chats por agente aumenta. Combinados, esses resultados sugerem que as empresas precisam buscar o equilíbrio ideal entre a carga de trabalho do agente e a experiência do cliente.

Cada empresa é diferente, portanto o que funciona para uma pode não servir para outra. Logo, cada equipe de suporte deve experimentar até encontrar as metas de desempenho, o modelo de equipe e as práticas recomendadas que funcionem para ela. Embora isso requeira trabalho, acreditamos que os benefícios de interagir com clientes que se comunicam por chat em tempo real falam por si sós. Esperamos que esse relatório sirva como um recurso útil para todas as empresas que exploram o chat em tempo real, seja para otimizar um canal existente ou implementá-lo pela primeira vez.

#### HISTÓRIA DE SUCESSO DO CLIENTE: EDMUNDS

O site [edmunds.com](http://edmunds.com) auxilia os compradores de carro a compararem de maneira mais inteligente, ajudando-os a descobrir o preço e o tipo de carro que atenda às suas necessidades, em qualquer lugar e a qualquer momento. A equipe de Suporte em Tempo Real da Edmunds, gerenciada por Justin Smith, acha importante seus clientes obterem ajuda da maneira que eles preferirem; seja por telefone, mensagem de texto, email ou, cada vez mais, chat em tempo real.

Quase metade dos tickets de suporte da Edmunds é proveniente de chats em tempo real, que não só oferecem uma experiência sem esforço para os clientes que buscam informações no site da Edmunds, mas também permitem que a equipe da Edmunds responda a perguntas de forma mais eficiente. “Com o Zopim, cada agente pode iniciar várias conversas por chat simultaneamente”, explica Justin Smith. “Enquanto que, ao telefone, cada agente pode atender a apenas uma chamada por vez”.

Com o Zopim Live Chat, sete agentes da Edmunds têm mais de 1.200 conversas em tempo real por mês e os seus clientes adoram isso: o índice de satisfação do seu canal de chat em tempo real é de 93%.

<sup>1</sup> Para o chat em tempo real, a satisfação do cliente é capturada usando uma pesquisa incorporada. Para todos os outros canais, o índice de satisfação é capturado através de um formulário de email.

## Métricas do benchmark para chat em tempo real

O Benchmark do Zendesk fornece métricas que ajudam as empresas a medirem e a melhorarem a qualidade de suporte ao cliente. Para este relatório, criamos novas métricas específicas para o chat em tempo real. Essas medidas podem proporcionar uma noção do que esperar ao implementar o chat em tempo real pela primeira vez e funcionar como pontos de referência para aprimorar o desempenho do chat em tempo real.



### SATISFAÇÃO DO CLIENTE

92%

Porcentagem de conversas por chat que recebe um índice de satisfação positivo.



Com o Zopim Live Chat, os agentes podem solicitar uma avaliação "boa" ou "ruim" ao cliente a qualquer momento durante a conversa.

### CHATS/MÊS

62

Número de conversas por chat por mês.

### TEMPO DA PRIMEIRA RESPOSTA

01 MIN 36 SEG

Tempo entre o chat iniciado pelo cliente e a resposta do agente.

### CHATS/AGENTE

22

Número de solicitações de chat por agente ao mês.

### DURAÇÃO

10 MIN 35 SEG

Duração da conversa por chat.

### MENSAGENS/CHAT

10

Número de mensagens trocadas durante uma conversa por chat.

### % DE PROATIVIDADE

2%

Porcentagem de conversas por chat iniciadas por um agente.

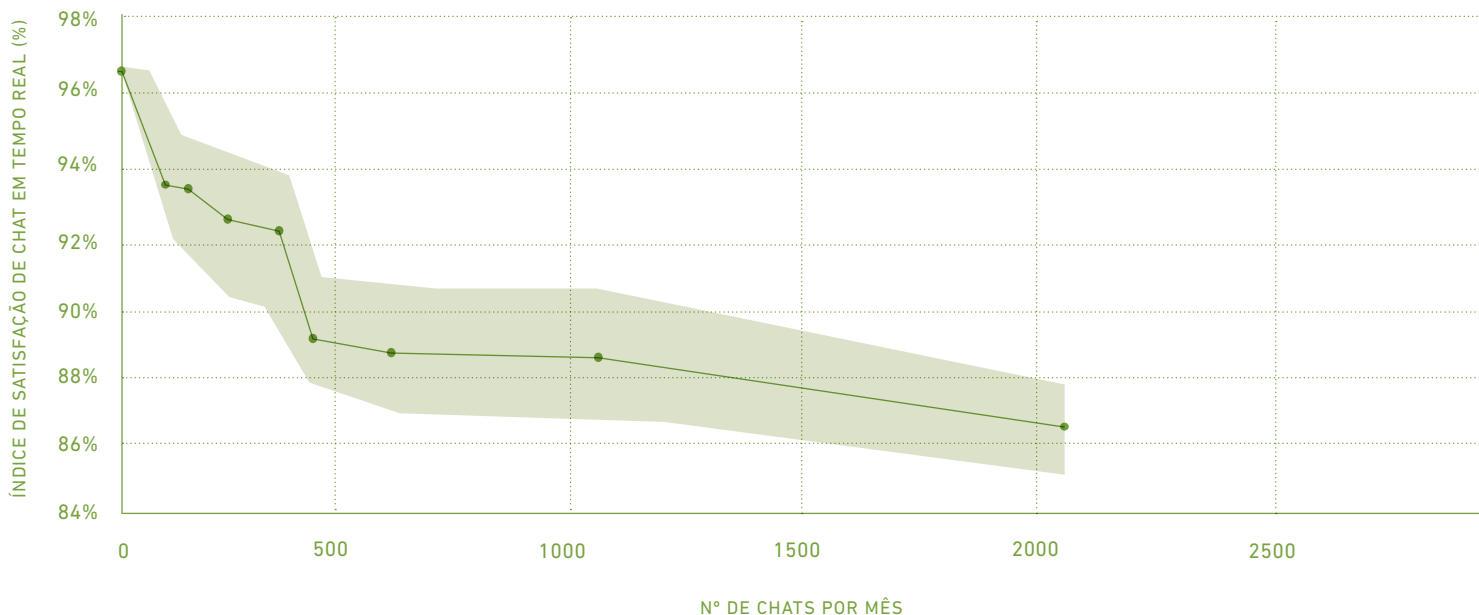
*No quesito satisfação com chat em tempo real, as empresas de Serviços de TI e Consultoria lideram enquanto as de Viagem estão em defasagem*

Ainda que muitos tipos diferentes de empresas contem com o chat em tempo real, os benchmarks de desempenho variam de um setor para o outro. Enquanto as empresas de Serviços de TI e Consultoria atingem o mais alto índice de satisfação de chat em tempo real (96% dos chats avaliados receberam feedback positivo), as do setor de Viagens receberam o índice mais baixo (87%). Mas isso não significa que o chat em tempo real não seja benéfico para as empresas do setor de Viagens: na próxima seção, veremos como essas diferenças entre setores não são superficiais.

*Satisfação com dimensionamento continua um desafio com chat*

No relatório Benchmark do Zendesk do último trimestre ("[Em foco: benchmark operacional](#)"), discutimos o desafio do dimensionamento das operações de suporte. Encontramos uma correlação negativa entre a satisfação dos clientes de uma empresa e seu volume de tickets mensal. Em outras palavras, à medida que o número de solicitações de suporte aumenta, a satisfação geral do cliente tende a diminuir. Estávamos curiosos para descobrir se havia uma relação semelhante entre chats por mês de uma empresa e seu índice de satisfação com o chat em tempo real. De fato, encontramos resultados semelhantes: conforme o número de conversas por chat por mês aumenta, a satisfação do cliente diminui (Figura 2).

Figura 2. Satisfação do cliente que se comunica por chat em tempo real diminui à medida que o número de chats por mês aumenta.



Tendo em conta essa informação, as diferenças entre os setores fazem mais sentido. Não é que as empresas de Viagens sejam ruins em chat em tempo real. Elas simplesmente têm uma carga de trabalho maior de conversas por chat do que as empresas de Serviços de TI e Consultoria. Sua média de chats por mês é de 92, significativamente maior do que o benchmark global de 62 e muito maior que o 45 de Serviços de TI e Consultoria. Não importa se você oferece suporte em tempo real ou tradicional; quanto maior a carga de trabalho, mais difícil será fornecer uma ótima experiência ao cliente.

*México gerencia os maiores volumes, Dinamarca fornece respostas mais rápidas*

Inclusive, encontramos variação no desempenho de chat em tempo real entre países (Figura 3). As equipes das empresas no México parecem ser mais falantes, com uma média de 143 chats por mês. As pessoas que trabalham em empresas na Dinamarca, país dos fundadores do Zendesk, mantêm as coisas simples e rápidas: elas têm o menor tempo de resposta, 1 minuto e 9 segundos, e são as mais concisas, com média de 7,7 mensagens a cada conversa por chat.

Figura 3. Tendências geográficas e de setores no desempenho de chat em tempo real.

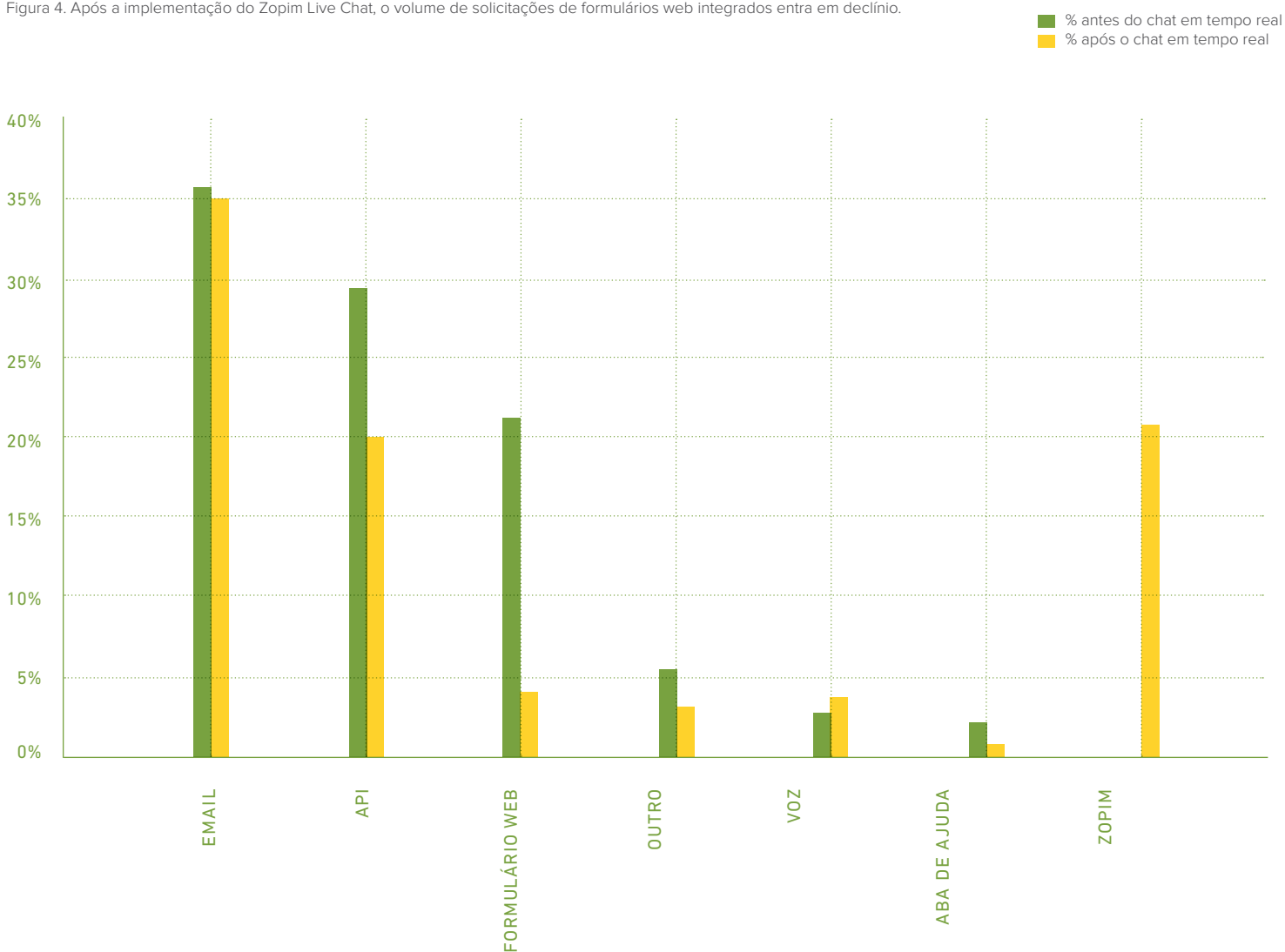
	SETOR	PAÍS
VOLUME DE CHATS MAIS ALTO	ENTRETENIMENTO 135 CHATS/MÊS	MÉXICO 143 CHATS/MÊS
VOLUME DE CHATS MAIS BAIXO	IMOBILIÁRIO 39 CHATS/MÊS	ITÁLIA 27 CHATS/MÊS
MAIS MENSAGENS/CHAT	SOFTWARE 12,0 MENSAGENS/CHAT	ITÁLIA 12,8 MENSAGENS/CHAT
MENOS MENSAGENS/CHAT	SAÚDE 8,3 MENSAGENS/CHAT	DINAMARCA 7,7 MENSAGENS/CHAT
MENOR TEMPO DE RESPOSTA	ENTRETENIMENTO 01 MIN 10 SEG	DINAMARCA 01 MIN 09 SEG
MAIOR TEMPO DE RESPOSTA	SEM FINS LUCRATIVOS 02 MIN 02 SEG	ALEMANHA 02 MIN 07 SEG

## Como o chat em tempo real afeta o volume em outros canais

Enquanto o chat em tempo real facilita o acesso do cliente ao suporte, isso não significa que a empresa deve atrair mais solicitações do que seus agentes podem lidar. Na verdade, o chat em tempo real pode desviar as solicitações das filas de tickets, enviando-as diretamente aos agentes para uma rápida resolução. Mia Chapa é Gerente de Atendimento ao Cliente na Sole Society, um site de comércio virtual que vende calçados e acessórios de alta qualidade a preços acessíveis. Ela teve uma boa surpresa quando introduziu o chat em tempo real. “O chat é fácil e requer pouco esforço de nossos clientes. Não só os nossos clientes responderam positivamente ao chat, como ele também diminuiu o volume de nossos outros canais de suporte”.

Para entender como o chat em tempo real muda a forma como os clientes interagem com o suporte, observamos o quanto cada canal contribuiu para a carga de trabalho de suporte antes e depois da implementação do chat em tempo real (Figura 4). Encontramos grandes retrações no volume de tickets gerados por formulários web, abas de ajuda e APIs (que são comumente usadas para criar formulários web personalizados) (Figura 5). Em outras palavras, o chat em tempo real recebeu um grande volume de solicitações que os visitantes normalmente enviariam através de outros (e mas menos imediatos) canais.

Figura 4. Após a implementação do Zopim Live Chat, o volume de solicitações de formulários web integrados entra em declínio.



As empresas que atualmente utilizam formulários web integrados provavelmente verão o redirecionamento de muitas solicitações para o chat em tempo real, uma vez que os visitantes do site que, normalmente, enviariam um formulário com suas perguntas verão, ao invés dele, uma janela para chat em tempo real. Isso permite que os agentes respondam rapidamente no momento mais importante: enquanto um cliente está comparando produtos, lendo conteúdo ou concluindo o processo de compra.

Entre em contato conosco

- ✓ Suporte ao produto
- Preços/vendas
- Faturamento
- Marketing/relações públicas
- Parcerias
- Empregos

**ENVIAR**

Figura 5. Um formulário web integrado para envio de tickets. Quando o chat em tempo real é exibido no site, os clientes muitas vezes optam por uma conversa em tempo real em vez de um formulário web, permitindo que os agentes respondam rapidamente a perguntas dos visitantes do site, mesmo no meio de uma compra.

Inclusive, o volume de tickets enviados por email também cai, mas o efeito não é tão impactante. Os clientes que enviam tickets por email estão menos propensos a visitarem o site da empresa para obter ajuda, portanto o chat não é uma alternativa imediatamente disponível quando eles enviam solicitações de atendimento. A lição: o chat diminui o volume de suporte dos canais menos eficientes, mas o efeito do chat no volume de tickets de uma empresa dependerá de como seus clientes entram em contato com o suporte.

## Equilíbrio entre a carga de trabalho do agente e a satisfação do cliente

O que faz com que o atendimento ao cliente por chat em tempo real seja ótimo? Analisamos diversas variáveis para descobrir quais delas estavam relacionadas à satisfação do cliente que se comunica por chat em tempo real. Não ficamos surpresos em descobrir que os clientes preferem um menor tempo de espera: esperávamos, e encontramos, uma correlação negativa entre a satisfação do cliente que se comunica por chat em tempo real e o tempo da primeira resposta. No entanto, encontramos dois fatores-chave relacionados à satisfação do cliente que se comunica por chat em tempo real: (1) o tamanho da carga de trabalho de chat do agente (medido em chats por agente por mês), e (2) a quantidade de perguntas e respostas durante a conversa entre o agente e o usuário final (medida em mensagens por chat). Assim, enquanto as empresas devem se preocupar com os tempos de espera, elas também precisam se certificar de que seus agentes não estejam sendo pouco atenciosos com cada cliente.

### *Como encontrar o número certo de chats por agente*

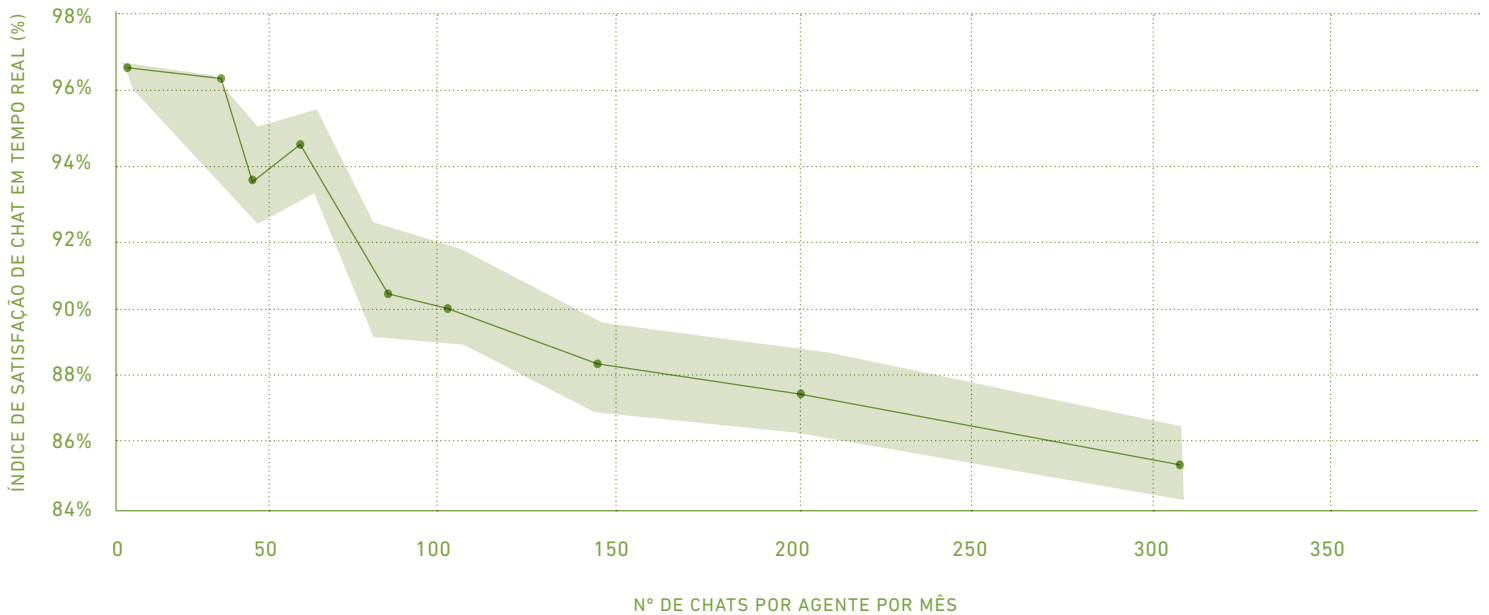
A Tucows, uma cliente do Zendesk, opera o Hover, um serviço de registro de nome do domínio, bem como o OpenSRS, uma plataforma para revendedores de domínio, e o Ting, um provedor de serviços sem fio. Quando Ross Rader, vice-presidente da experiência do cliente, implementou pela primeira vez o Zopim Live Chat, era difícil saber quantos chats simultâneos seus agentes podiam gerenciar. “No início, incentivamos nossos agentes a gerenciar muitos chats ao mesmo tempo”, explicou Rader. “E, então, percebemos uma queda na satisfação do cliente.”

A experiência de Rader se alinhou à nossa pesquisa. Constatamos que há uma correlação negativa entre o número de chats por agente por mês e a satisfação do cliente que se comunica por chat em tempo real (Figura 6). Ainda que o chat em tempo real permita que os agentes respondam a mais de um cliente simultaneamente, à medida que os agentes começam a gerenciar cada vez mais chats, a carga de trabalho aumentada pode afetar sua capacidade de responder de forma rápida e detalhada.





Figura 6. A satisfação do cliente diminui à medida que os chats por agente aumentam.



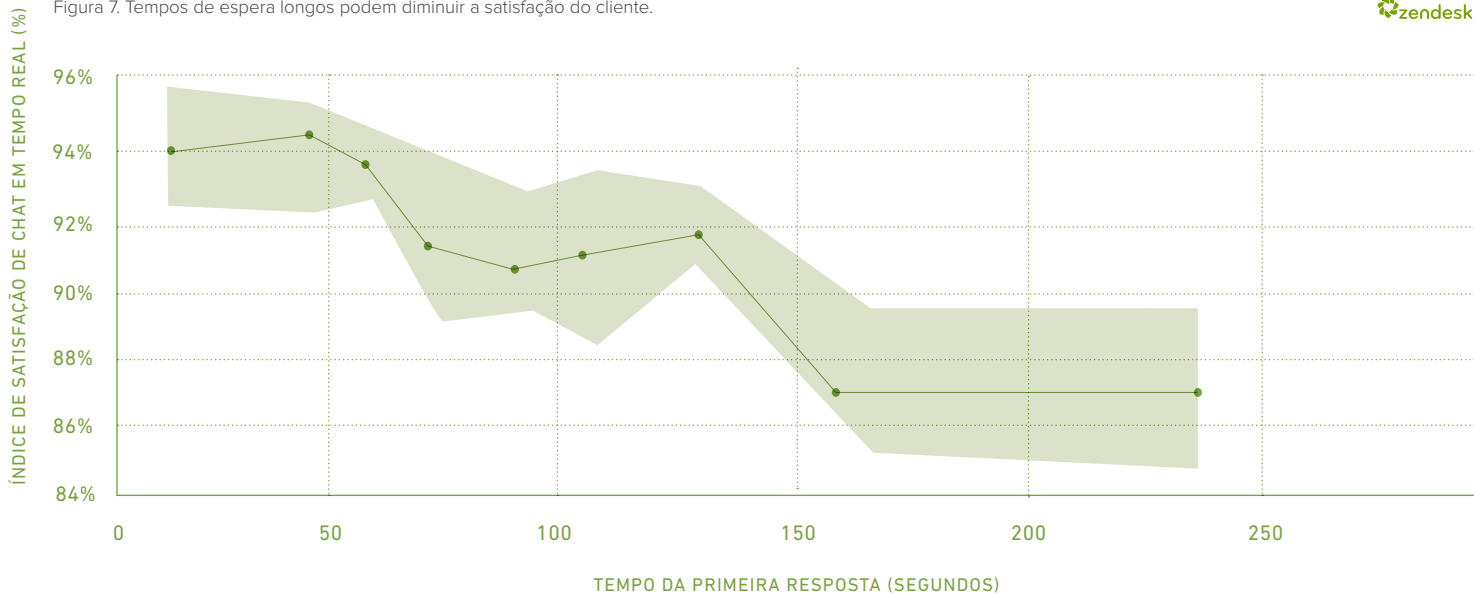
Depois de estudar as análises de chat em tempo real e conversar com as empresas com mais experiência em chat em tempo real, Rader e sua equipe descobriram que uma resposta em 30 segundos é o tempo ideal para oferecer aos clientes as melhores experiências. “Se você não consegue responder ao cliente em 30 segundos, você provavelmente está gerenciando muitos chats. Isso faz com que um agente novo diminua sua carga de quatro chats para um, agentes experientes de seis ou sete para dois ou três, e um superagente de dez ou doze para quatro. Reestruturar o número de interações que um agente pode gerenciar foi um processo interessante para nós.”

Como a Mia Chapa da Sole Society, Rader também está passando por uma mudança no modo como seus clientes entram em contato com o suporte. Ele diz que, em breve, o chat em tempo real será o canal primário preferido, superando o suporte por telefone. Essa tendência não significa apenas uma maior eficiência do agente (já que Rader estima que a taxa de agente por cliente seja pelo menos três a quatro vezes maior no chat em tempo real do que no telefone), mas também melhores experiências do cliente, uma vez que a Tucows pode estar disponível sempre e onde quer que seus clientes desejam.

#### *Cientes estão dispostos a esperar por um atendimento atencioso*

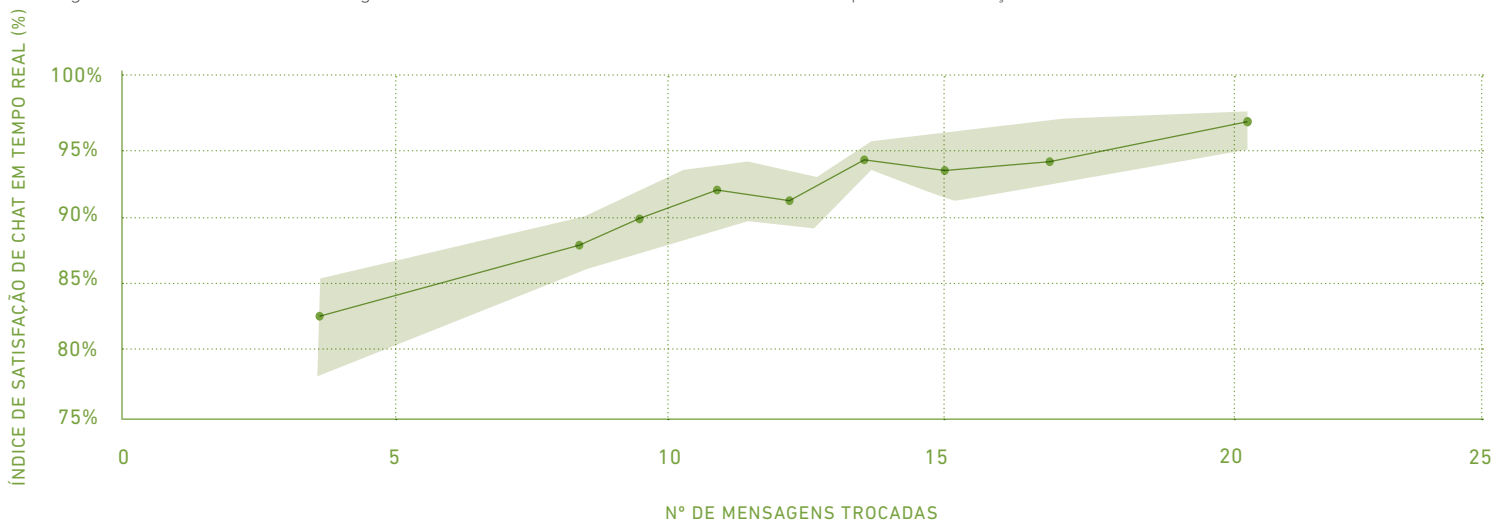
Não é surpresa que o tempo de espera desempenhe uma função importante na forma como os clientes avaliam a qualidade de uma experiência de suporte, e não foi difícil detectar essa tendência em nossos dados. Há uma relação negativa clara entre a satisfação do cliente que se comunica por chat em tempo real e a quantidade de tempo que um cliente gasta à espera da resposta de um agente (Figura 7). No entanto, a história completa é um pouco mais complicada, e encontramos uma boa razão para acreditar que as empresas podem se recuperar de classificações ruins decorrentes de longos tempos de espera oferecendo ao cliente um atendimento atencioso.

Figura 7. Tempos de espera longos podem diminuir a satisfação do cliente.



Encontramos uma variável que, inesperadamente, está ainda mais associada à satisfação do cliente do chat em tempo real do que ao tempo de resposta: a média de mensagens por chat. A satisfação do cliente tende a aumentar à medida que mais mensagens são trocadas entre o agente e o cliente durante uma conversa por chat (Figura 8). Não temos certeza do que impulsiona esse relacionamento (pode ser que alguns clientes ficam facilmente satisfeitos e falam muito!). No entanto, isso pode indicar que os clientes ficam mais felizes quando os agentes reservam um tempo para fazer mais perguntas ou encerram a conversa com um “Foi muito bom trabalhar com você!”

Figura 8. Um número maior de mensagens trocadas durante um chat está relacionado a um índice positivo de satisfação.



### Equipes para o chat em tempo real

Como os agentes de chat em tempo real precisam estar online com seus visitantes do site, os gerentes de suporte devem se familiarizar com a variação por dia e hora do volume de solicitações de chat. Os picos de volumes de chat em tempo real para os nossos clientes ocorrem entre 10h00 e 15h00, hora local, quando mais de 50% das solicitações de chat em tempo real do dia são criadas (Figura 9). O volume de solicitações aumenta rapidamente começando às 08h00, tem seu pico entre 11h00 e 15h00, e diminui gradualmente depois desse horário. Há também uma variação na demanda de chats em tempo real entre os dias da semana: o movimento maior ocorre em dias úteis, com pico na terça-feira.



Figura 9: mais da metade de todas as solicitações de chat em tempo real é enviada entre 10h00 e 15h00.

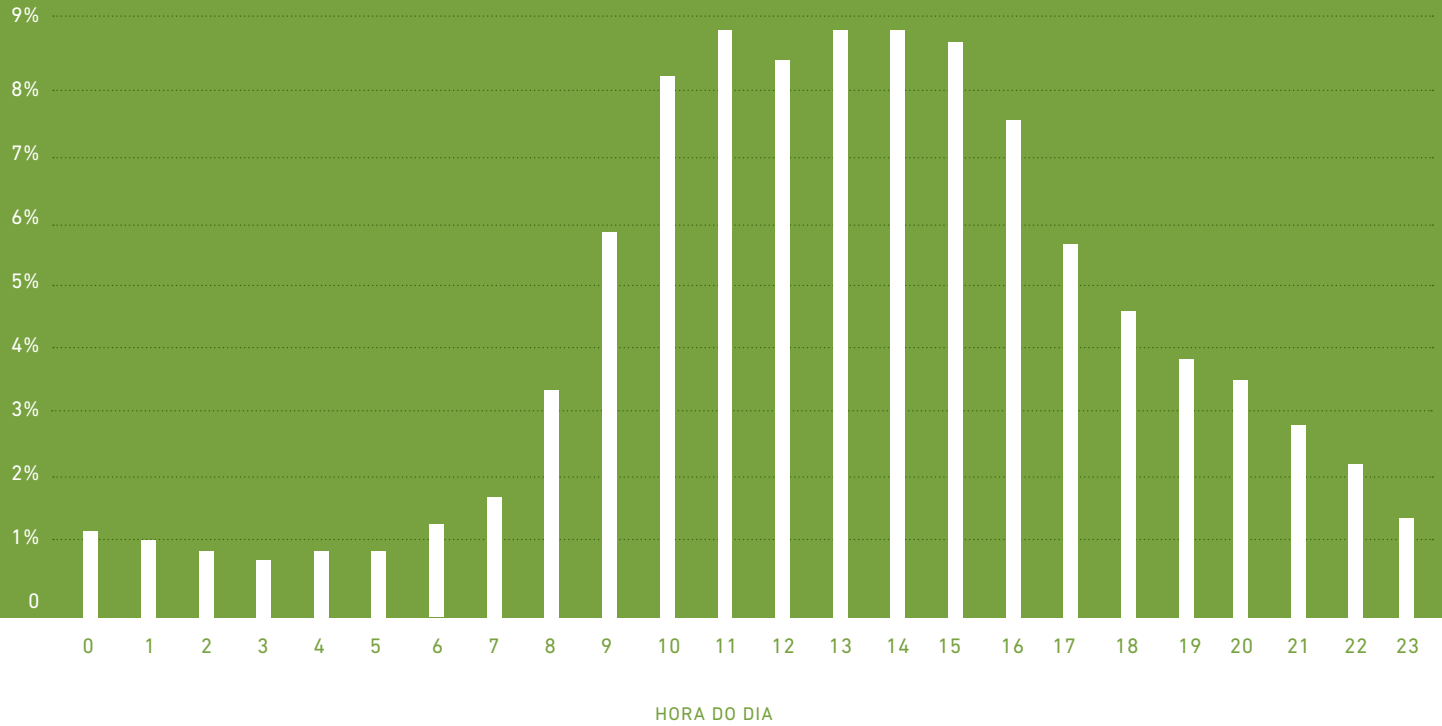
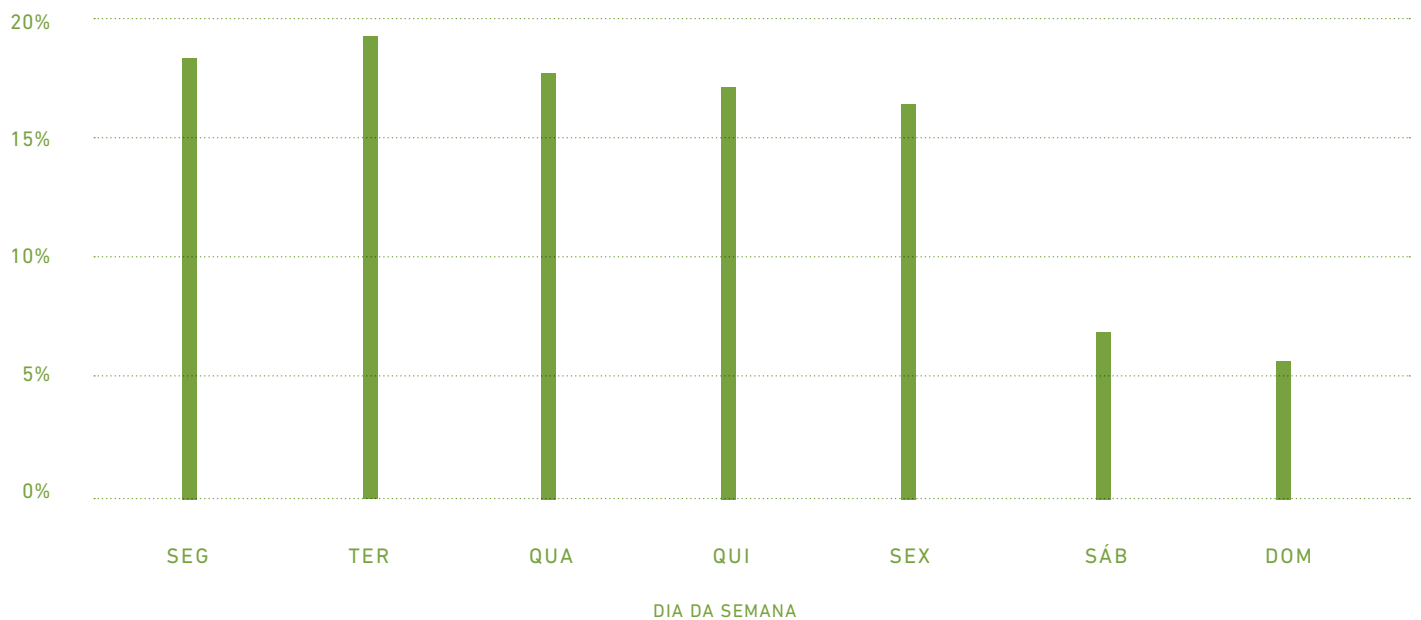


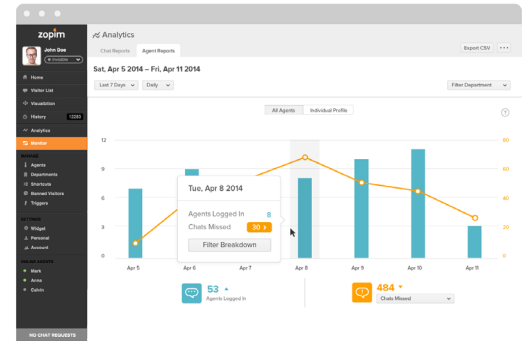
Figura 10. A maioria dos chats ocorre durante a semana, principalmente na segunda-feira e terça-feira.



A VitalSource, um cliente do Zendesk, é uma empresa de tecnologia educacional que fornece livros didáticos digitais e outros materiais de aprendizagem para alunos, passa por picos sazonais e semanais que acompanham a agenda acadêmica de um estudante universitário. Sean McKeever, engenheiro de suporte sênior, confia na análise do Zopim para compreender os padrões diários, semanais e anuais de solicitações de chat em tempo real da VitalSource. Agosto e setembro são os meses de maior volume, quando os alunos se preparam para o ano letivo, seguidos de janeiro e fevereiro (o início do novo semestre da faculdade). No domingo, na segunda-feira e terça-feira, o tráfego é mais intenso e McKeever e sua equipe constata um grande volume de solicitações de chat em tempo real frequente por volta das 19h00 ET.

McKeever usa relatórios históricos para identificar tendências e alocar sua equipe adequadamente. Diariamente e semanalmente, ele monitora o tempo de espera e o número de chats perdidos, tomando cuidado especial para que o tempo de espera de chats perdidos não exceda o tempo de espera de chats atendidos.

De modo geral, o canal de chat em tempo real é muito valioso para a equipe da VitalSource. Como McKeever explica, “o chat permite que um agente gerencie vários tickets ao mesmo tempo, enquanto um telefonema é individual, assim como o formulário web, que é basicamente uma interação de um agente com um cliente. A análise do Zopim é importante não só para nos auxiliar no gerenciamento de chats, mas também para nos oferecer uma visão holística de nossas operações de suporte.”



Os relatórios do agente e os relatórios em tempo real do Zopim permitem que as empresas monitorem os chats em tempo real e controlem suas operações de suporte. Nos painéis de controle do Zopim, os usuários podem ver as entradas do agente, os tempos de resposta e os índices de satisfação de chat em tempo real. Dividir esses dados por hora do dia e dia da semana permite que os gerentes determinem seus horários de pico e aloquem seus recursos de suporte de acordo.

## Satisfação do cliente do 1º trimestre: mudanças e surpresas

A cada trimestre, examinamos o desempenho das empresas por país e por setor em termos de satisfação do cliente. Nos concentrando nos países e setores que viram o maior aumento na satisfação do cliente e as maiores retrações na satisfação do cliente, abaixo estão as maiores mudanças e surpresas do 4º trimestre de 2014 ao 1º trimestre de 2015.



### Países com maior melhoria por satisfação do cliente

PAÍS	MUDANÇA TRIMESTRAL*	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO 1º TRI	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO 4º TRI
1. COLÔMBIA	↑ 6,6	91,4%	84,8%
2. FILIPINAS	↑ 5,4	84,0%	78,6%
3. INDONÉSIA	↑ 3,2	83,8%	80,6%

### Países com satisfação do cliente em queda

PAÍS	MUDANÇA TRIMESTRAL*	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO 1º TRI	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO 4º TRI
1. CHILE	↓ 3,4	84,5%	87,9%
2. ROMÊNIA	↓ 2,8	87,5%	90,3%
3. CINGAPURA	↓ 1,6	90,1%	91,7%

### Setores com maior melhoria por satisfação do cliente

SETOR	MUDANÇA TRIMESTRAL*	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO 1º TRI	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO 4º TRI
1. REDE SOCIAL	↑ 1,5	85,6%	84,1%
2. HOSPEDAGEM	↑ 0,6	96,0%	95,4%
3. MANUFATURA E HARDWARE DE COMPUTADORES	↑ 0,6	94,8%	94,2%

### Setores com satisfação do cliente em queda

SETOR	MUDANÇA TRIMESTRAL*	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO 1º TRI	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DO 4º TRI
1. VIAGENS	↓ 2,1	89,0%	91,1%
2. IMOBILIÁRIO	↓ 0,7	94,7%	95,4%
3. MARKETING	↓ 0,6	93,8%	94,4%

## Sobre o Benchmark do Zendesk

Começamos a criar o Benchmark do Zendesk em novembro de 2010 para fornecer às organizações uma maneira real e tangível de medir o desempenho do atendimento ao cliente, além de contextualizá-lo, para ajudar as empresas a compreenderem o desempenho delas em relação aos seus concorrentes.

Diferente de uma pesquisa ou opinião especializada, o Benchmark do Zendesk se baseia em interações reais de suporte e de atendimento ao cliente de mais de 25.000 organizações em 140 países que optaram por participar. Ele se concentra em três indicadores-chave de desempenho: 1) satisfação do cliente, 2) tempo até a primeira resposta e 3) volume de tickets. Quando uma empresa é parte do Benchmark do Zendesk, ela pode comparar sua organização com outras empresas similares por setor, público-alvo ou tamanho da empresa usando esses três indicadores de desempenho.

A cada trimestre, examinamos e relatamos tendências por nossas métricas de benchmark existentes, além de explorar novas maneiras pelas quais as empresas podem avaliar a integridade de suas relações com os clientes e oferecer suporte às operações. As métricas do benchmark normalmente 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 de no mínimo dez empresas do país no trimestre e, como consequência, nem todos os países aparecerão em cada relatório trimestral.

[zendeskbenchmark](http://zendeskbenchmark)

# Apêndice

1° TRI (2015) PAÍS	DESDE 4° TRI (2014)*	1° TRI (2015) PAÍS	DESDE 4° TRI (2014)*	1° TRI (2015) PAÍS	DESDE 4° TRI (2014)*
1. NOVA ZELÂNDIA 96,9%	⬇️ 0,1	14. PAÍSES BAIXOS 93,4%	⬆️ 0,4	27. MALÁSIA 88,0%	⬆️ 2,9
2. BÉLGICA 96,3%	⬇️ 0,9	15. SUÉCIA 93,3%	⬇️ 1,1	28. ROMÊNIA 87,8%	⬇️ 2,8
3. CANADÁ 96,1%	⬆️ 0,8	16. ITÁLIA 93,1%	⬆️ 0,5	29. POLÔNIA 87,2%	⬇️ 0,5
4. REINO UNIDO 96,1%	⬆️ 0,3	17. FINLÂNDIA 93,0%	⬆️ 1,2	30. TAILÂNDIA 86,5%	⬆️ 0,6
5. ÁFRICA DO SUL 95,9%	⬇️ 0,4	18. BRASIL 92,9%	⬆️ 1,2	31. VIETNÃ 85,0%	⬇️ 0,3
6. ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA 95,5%	⬆️ 0,2	19. ALEMANHA 92,9%	⬆️ 1,3	32. ÍNDIA 85,7%	⬆️ 0,9
7. AUSTRÁLIA 95,5%	⬆️ 0,2	20. RÚSSIA 92,6%	⬇️ 0,5	33. CHILE 84,5%	⬇️ 3,3
8. IRLANDA 95,2%	⬇️ 1,2	21. ISRAEL 92,3%	⬇️ 1,0	34. FILIPINAS 84,3%	⬆️ 5,4
9. NORUEGA 95,2%	⬇️ 0,2	22. MÉXICO 92,1%	⬇️ 0,8	35. INDONÉSIA 83,7%	⬆️ 3,2
10. SUÍÇA 94,6%	⬆️ 0,9	23. COLÔMBIA 91,4%	⬆️ 6,6	36. CHINA 81,1%	⬆️ 0,6
11. DINAMARCA 94,4%	⬇️ 0,2	24. ARGENTINA 91,4%	⬇️ 0,9	37. TURQUIA 70,4%	⬇️ 0,4
12. FRANÇA 94,1%	⬆️ 0,3	25. ESPANHA 90,2%	⬇️ 0,2		
13. JAPÃO 93,8%	⬆️ 3,0	26. CINGAPURA 90,1%	⬇️ 1,6		

\*ALTERAÇÃO EM PONTOS PERCENTUAIS





1º TRI (2015) POR SETOR	DESDE 4º TRI (2014)*	1º TRI (2015) POR SETOR	DESDE 4º TRI (2014)*	1º TRI (2015) POR SETOR	DESDE 4º TRI (2014)*
1. GOVERNAMENTAL E SEM FINS LUCRATIVOS 98,1%	⊖ 0	7. PROFISSIONAL E EMPRESARIAL 95,7%	⊖ 0,1	13. MÍDIA E TELECOMUNICAÇÕES 90,5%	⊕ 0,2
2. SERVIÇOS DE TI E CONSULTORIA 97,7%	⊕ 0,2	8. SERVIÇOS FINANCEIROS E DE SEGUROS 94,9%	⊖ 0,1	14. VIAGENS 89,0%	⊖ 2,0
3. SAÚDE 96,9%	⊖ 0	9. MANUFATURA E HARDWARE DE COMPUTADORES 94,8%	⊕ 0,6	15. VAREJO 88,9%	⊖ 0,2
4. EDUCAÇÃO 96,7%	⊕ 0,2	10. IMOBILIÁRIO 94,7%	⊖ 0,6	16. REDES SOCIAIS 84,0%	⊕ 1,4
5. HOSPEDAGEM WEB 96,1%	⊕ 0,7	11. APLICATIVOS DA WEB 94,1%	⊖ 0	17. ENTRETENIMENTO E JOGOS 83,2%	⊖ 2,0
6. SOFTWARE 95,6%	⊕ 0,1	12. MARKETING E PROPAGANDA 93,7%	⊖ 0,6		

\*ALTERAÇÃO EM PONTOS PERCENTUAIS

Satisfação global do cliente,  
primeiro trimestre de 2015

95,00% ↑ 0,05 pontos\*

## Metodologia de pesquisa para “Em foco: chat em tempo real”

Todas as pesquisas contidas neste relatório se baseiam em dados de 2.261 clientes do Zendesk que concluíram a pesquisa do Benchmark do Zendesk e utilizam o Zopim Live Chat para fornecer atendimento ao cliente em tempo real. Para serem incluídas, as empresas precisam ter recebido pelo menos 25 chats no primeiro trimestre de 2015. Para as descobertas relacionadas à satisfação dos clientes de chat em tempo real, as empresas precisam ter recebido pelo menos 25 classificações de satisfação no primeiro trimestre de 2015.