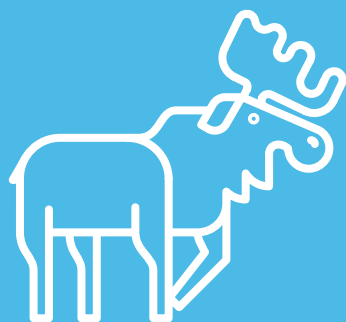


1º TRI  
2014

# ZENDESK BENCHMARK

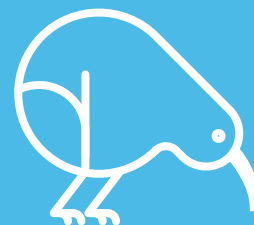
EM FOCO: ANÁLISES



Noruega



Canada



Nova Zelândia

# Sumário

Resumo da satisfação global do cliente Histórico do Benchmark do Zendesk	<b>Página 1</b>
Recuperações do setor de viagens, hotelaria e turismo	<b>Página 2</b>
Nova Zelândia retoma o primeiro lugar Satisfação do cliente por país	<b>Página 3</b>
Empresas que medem o desempenho fornecem melhor serviço Satisfação do cliente por setor	<b>Página 4</b>
Os resultados: medir o desempenho tem grandes retornos	<b>Página 5</b>
Setores de alta tecnologia e alto volume mais orientados por dados	<b>Página 6</b>
Histórias de sucesso com análises	<b>Página 7</b>
Metodologia	<b>Página 8</b>

## O BENCHMARK DO ZENDESK

### Satisfação global do cliente, primeiro trimestre de 2014

81% ↑ 1 ponto\*

MELHORES PAÍSES		1º TRI (2014)	DESDE O 4º TRI (2013)*
1	Nova Zelândia	92%	0 **
2	Canadá	90%	↑ 1
3	Noruega	90%	↓ 1

PIORES PAÍSES		1º TRI (2014)	DESDE O 4º TRI (2013)*
1	Índia	59%	↑ 5
2	Turquia	62%	↑ 1
3	Malásia	69%	↓ 4

MELHORES SETORES		1º TRI (2014)	DESDE O 4º TRI (2013)*
1	Governamental e sem fins lucrativos	95%	0
2	Serviços de TI e consultoria	94%	↓ 2
3	Educação	92%	↓ 1

PIORES SETORES		1º TRI (2014)	DESDE O 4º TRI (2013)*
1	Rede social	69%	0
2	Entretenimento e jogos	74%	↓ 2
3	Varejo	79%	↑ 3

\*alteração em pontos percentuais

\*\* não atingiu o limite de resposta mínimo no 4º TRI

## Resumo

### Dados dos países e do setor

A satisfação do cliente melhorou um ponto percentual no primeiro trimestre, com um aumento global de 81%. Isso marca a recuperação de uma queda na satisfação do cliente durante o período de fim de ano agitado do quatro trimestre.

A Nova Zelândia atendeu aos critérios de inclusão no relatório pela primeira vez desde o segundo trimestre de 2013. Com a conquista da satisfação do cliente de 92%, a Nova Zelândia, mais uma vez, conquistou o primeiro lugar.

### Em foco: análises

Em relação ao primeiro trimestre de 2014, estamos analisando com mais detalhes os efeitos da análise de negócios para responder a uma simples pergunta: as empresas que contam com análises têm um desempenho melhor que as outras que não as utilizam?

### Histórico do Benchmark do Zendesk

O Benchmark do Zendesk foi introduzido inicialmente em março de 2012 como um modo de comparação do desempenho de suporte das empresas ao desempenho de seus concorrentes. Diferente de uma pesquisa ou opinião especializada, o Benchmark do Zendesk se

baseia nas interações reais de suporte e atendimento ao cliente de mais de 16.000 empresas em 125 países que optaram por participar. Elas foram escolhidas entre as mais de 40.000 empresas que usam o Zendesk para fornecer atendimento ao cliente para mais de 300 milhões de pessoas. Ele mede as principais métricas de eficiência do suporte ao cliente, comportamento de autoatendimento do cliente e níveis de envolvimento do cliente.

O Benchmark do Zendesk traz informações sobre a integridade do serviço de atendimento ao cliente e identifica tendências em como as empresas fornecem suporte e como os consumidores o recebem. O relatório trimestral monitora a satisfação geral do cliente, com base nas respostas agregadas de clientes reais à pergunta sobre a satisfação deles com a interação de suporte.

As métricas do benchmark 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 no trimestre e, como consequência, nem todos os países aparecerão em cada relatório trimestral. Em outras palavras, alguns países que apareceram em um relatório trimestral anterior podem não aparecer no relatório deste trimestre. Países que aparecem neste relatório podem não ter aparecido nos relatórios anteriores e podem não atender aos requisitos para estar no próximo ou em outros relatórios no futuro.

## Recuperações do setor de viagens, hotelaria e turismo

Pelo terceiro trimestre consecutivo, os mesmos dois setores conquistaram os dois primeiros lugares em satisfação do cliente mais alta – governamental e sem fins lucrativos e serviços de TI e de consultoria, obtendo 95% e 94%, respectivamente. A educação, que tende a disputar com o setor imobiliário o terceiro lugar, caiu um ponto percentual mas ainda obteve o terceiro lugar na satisfação do cliente, com 92%.

O setor de viagens, hotelaria e turismo se manteve firme nessa edição do relatório de benchmark. Apesar de estar enfrentando uma demanda maior neste trimestre, o setor de viagens conseguiu melhorar sua satisfação do cliente geral em 5 pontos, de 75% para 80%. Para fornecer uma visualização do funcionamento interno desse setor, as seguintes histórias ilustram como empresas como HappyHome e Liftopia lidaram com a demanda elevada do período de fim de ano e aumentaram a satisfação do cliente.

### HAPPYHOME

A HappyHome oferece fornece casas de férias para aluguel exclusivas na Europa. Como empresa, eles decidiram oferecer um ótimo serviço, o que já é um desafio. Mas uma campanha de publicidade recente resultou em um aumento significativo nas solicitações de atendimento ao cliente.

"Na HappyHome, discutimos em conjunto sobre o que significa oferecer um bom atendimento ao cliente. Nossa grande solução? Vamos perguntar ao cliente", informa Robert de Jong, CTO da HappyHome. "Cada pesquisa de satisfação é verificada pelo nosso gerente de Qualidade do cliente nas áreas que podemos melhorar. Nossos procedimento e o treinamento de agentes são atualizados com base em tais resultados".

Como resultado, o HappyHome aumentou a satisfação do cliente em 4 pontos percentuais apesar de quase triplicar o número de tickets do cliente.

#### 4° TRI 2013

<b>89%</b> SATISFAÇÃO DO CLIENTE	<b>6.145</b> TICKETS
--	-------------------------

#### 1° TRI 2014

<b>93%</b> SATISFAÇÃO DO CLIENTE	<b>18.019</b> TICKETS
--	--------------------------

[www.happyhome.nl](http://www.happyhome.nl)

### LIFTOPIA

A Liftopia vende mais de 1% de todos os tickets de teleférico de esqui na América do Norte. Do quatro trimestre de 2013 até o primeiro trimestre de 2014, os tickets de atendimento ao cliente mais que dobraram à medida que a temporada de esqui atingiu os meses de pico do inverno.

"Nossos tickets de teleférico específicos para a data e de compra antecipada não são reembolsáveis, por isso, nossa equipe de atendimento ao cliente gasta uma boa parte do dia negando solicitações de troca", disse Otto Imken, Vice-presidente do Atendimento ao cliente da Liftopia. "Mesmo com uma política rígida, ainda queremos ter certeza de nossos clientes vão ter ótimas férias".

Como uma empresa que dobra seus tickets de suporte pode e tem de dizer "não" aos seus clientes e, na verdade, aumentar a satisfação do cliente? Ao colocar sua política de cancelamento na frente do processo de compra, em vez de escondê-la, a Liftopia assegura que os clientes estão mesmo cientes da situação antes mesmo de entrar em contato com a empresa. Quando o cliente entre em contato, eles encontram uma equipe de suporte amigável e simpática, dedica a respondê-lo prontamente.

#### 4° TRI 2013

<b>81%</b> SATISFAÇÃO DO CLIENTE	<b>10.256</b> TICKETS
--	--------------------------

#### 1° TRI 2014

<b>83%</b> SATISFAÇÃO DO CLIENTE	<b>22.135</b> TICKETS
--	--------------------------

[www.liftopia.com](http://www.liftopia.com)

## Nova Zelândia retoma o primeiro lugar

O que tem de novo no relatório deste trimestre é México e Filipinas, que atingiram o limite para inclusão pela primeira vez. Nova Zelândia, que assumiu o primeiro lugar novamente com 92% de satisfação do cliente, voltou para o relatório, atendendo aos critérios de inclusão pela primeira vez desde o segundo trimestre de 2013.

Apesar do aumento de 5 pontos percentuais, a Índia ficou na última posição no segundo trimestre consecutivo. Na verdade, é notável que 8 entre os 10 país ao final do benchmark melhoraram desde o último trimestre.

### SATISFAÇÃO DO CLIENTE POR PAÍS

	PAÍS	1º TRI (2014)	DESDE 4º TRI (2013)*
1	Nova Zelândia	92%	n/d**
2	Canadá	90%	↑ 1
3	Noruega	90%	↓ 1
4	Austrália	89%	↑ 1
5	Dinamarca	89%	— 0
6	México	88%	n/d**
7	Israel	84%	↓ 3
8	Emirados Árabes Unidos	84%	↑ 17
9	Brasil	83%	↑ 1
10	Rússia	83%	↑ 1
11	Suécia	83%	↓ 1
12	Reino Unido	83%	— 0
13	Chile	82%	↓ 3
14	Holanda	82%	↑ 4
15	Estados Unidos	82%	↑ 2
16	Alemanha	79%	↑ 1
17	França	78%	↑ 4
18	Filipinas	78%	n/d**
19	Espanha	76%	↑ 2
20	Bélgica	74%	↑ 3
21	Malásia	69%	↓ 4
22	Turquia	62%	↑ 1
23	Índia	59%	↑ 5



\* alteração em pontos percentuais

\*\* não alcançou o limite de resposta mínimo no 4º TRI

## Empresas que medem o desempenho fornecem melhor serviço

O relatório analítico é necessário para qualquer empresa que não somente mede o sucesso de seus esforços, mas que, objetivamente, entende quais áreas precisam de melhorias. No atendimento ao cliente, essas métricas normalmente incluem a satisfação do cliente, assim como fatores que contribuem para a satisfação do cliente, como o tempo da primeira resposta (quando tempo o agente levou para responder um usuário final), tempo total de solução (quando tempo levou para que o ticket fosse resolvido) e a porcentagem das resoluções com um contato (a porcentagem dos tickets resolvidos com uma única interação).

Neste trimestre, analisamos um grupo de clientes do Zendesk que habilitaram a análise no Zendesk e a dividiu em dois grupos: os que fazem alto uso de análise e os que usam pouco<sup>3</sup>. Verificamos algumas das métricas principais de desempenho de cada grupo e tentamos responder a esta pergunta: as empresas utilizam melhor a análise ultrapassam as que não utilizam nas métricas informadas acima?

<sup>3</sup> Se as execuções totais da aba do painel de controle de uma empresa estiverem acima do número médio, elas serão consideradas como Alto uso.

## SATISFAÇÃO DO CLIENTE POR SETOR

	SETOR	4º TRI (2013)	DESDE 3º TRI (2013)*
1	Governamental e sem fins lucrativos	95%	0
2	Serviços e consultoria de TI	94%	2
3	Educação	92%	1
4	Imobiliário	91%	2
5	Hospedagem web	91%	0
6	Saúde	89%	2
7	Fabricação e hardware de computador	87%	1
8	Serviços de suporte profissional e empresarial	86%	0
9	Serviços financeiros e seguros	84%	2
10	Software	83%	4
11	Aplicativos da web	83%	0
12	Mídia e telecomunicações	83%	1
13	Marketing e propaganda	80%	1
14	Viagens, hotelaria e turismo	80%	5
15	Varejo	79%	3
16	Entretenimento e jogos	74%	2
17	Rede social	69%	0



\*alteração em pontos percentuais

## Os resultados: medir o desempenho tem grandes retornos

As contas no grupo de alto uso de análise baseadas no número de visualizações de painel de controle por mês mostram índices de satisfação 1,6% mais altos, tempos de primeira resposta 12% mais baixos, tempos totais de resolução 16% mais baixos e uma porcentagem mais alta de 4,4% de respostas com contato único nos tickets. O que é medido realmente melhora.

# O que é medido realmente melhora.

### AS MÉTRICAS DE DESEMPENHO DE ANÁLISE PARA USUÁRIOS DO ZENDESK

USO DE ANÁLISE	ÍNDICE DE SATISFAÇÃO	TEMPO DA PRIMEIRA RESPOSTA	TEMPO TOTAL PARA RESOLUÇÃO	% COM CONTATO ÚNICO
ALTO USO	79,9%	10,4 horas	50,8 horas	77,8%
USO BAIXO	78,6%	11,9 horas	60,1 horas	74,5%
% ALTERAÇÃO	1,6% maior	12% menor	16% menor	14,4% maior



Os dados mostram claramente que os clientes com alto uso têm índices de satisfação mais altos, tempos de resposta e de resolução mais rápidos e uma maior proporção de tickets com contato único que os cliente de baixo uso.

As empresas de alto uso estão tomando boas decisões em relação ao atendimento ao cliente e estão criando painéis de controle para complementar seus processos de aprimoramento do suporte. Devido a variáveis não capturadas aqui, não é possível afirmar que os clientes de alto uso têm melhor desempenho de suporte porque eles olham em seus painéis de controle. No entanto, é justo informar que as empresas com altos índices de satisfação e tempos de resposta/resolução rápidos são as mesmas que estão criando painéis de controle analíticos para monitorar rotineiramente seu desempenho.

## Setores de alta tecnologia e alto volume mais orientados por dados

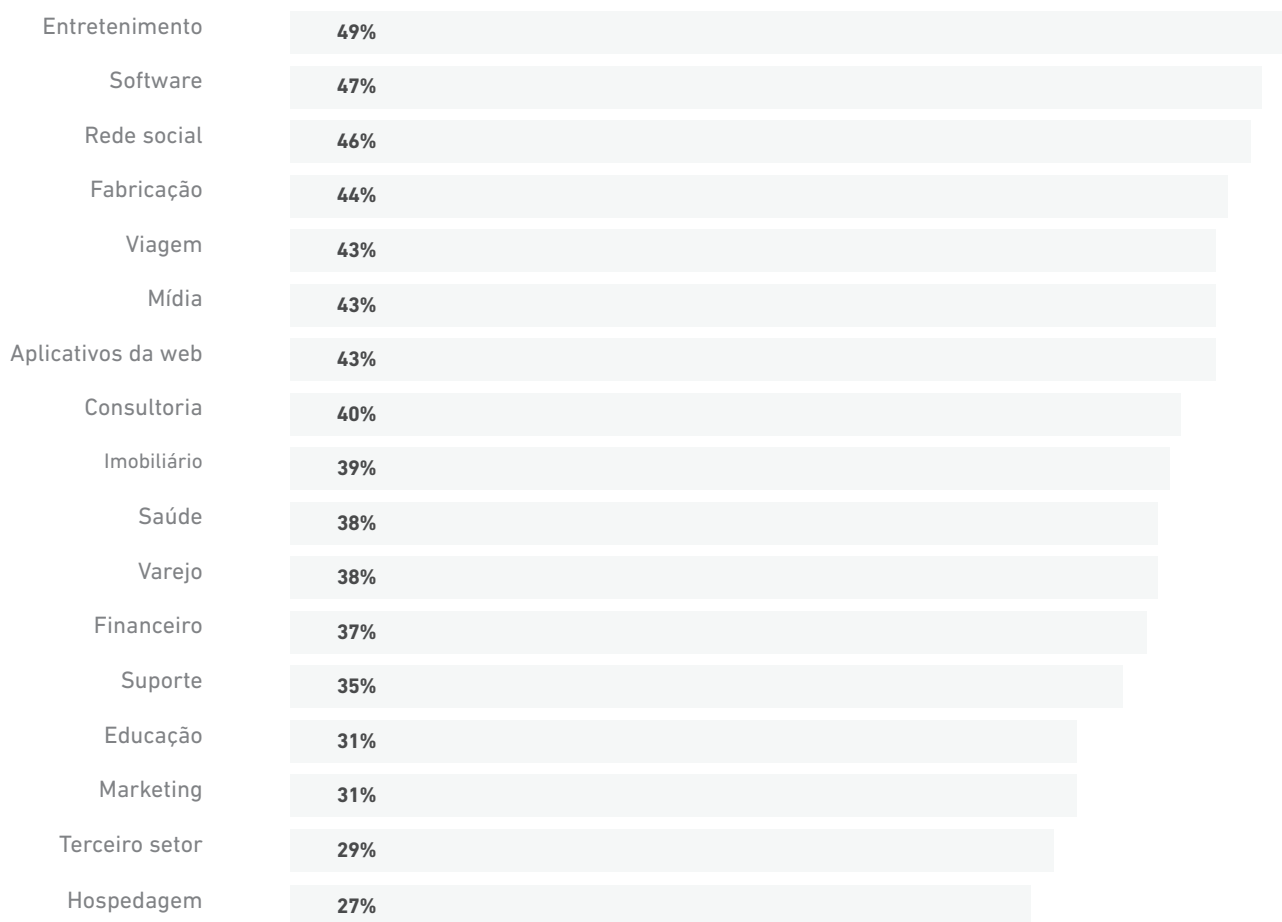
Classificamos vários segmentos de clientes segundo a forma como são orientados por dados. Foram considerados de alto uso quem visualizasse mais de 20 relatórios em média por mês, ou que visualizasse aproximadamente um relatório por dia útil.

A maioria dos setores orientados por dados nesta edição do nosso relatório de benchmark tende a ser o que pertence a uma (às vezes as duas) destas categorias: os que estão à frente da curva na adoção de novas tecnologias e os que estão repletos de volumes altos de solicitações de suporte.

Já que empresas em setores como mídia e telecomunicações, entretenimento e jogos e viagens, hotelaria e turismo ajustam seus departamentos de atendimento ao cliente, acreditamos que elas estão sujeitas a um volume muito alto de solicitações. Isso os força indiretamente a encontrar formas diferentes de melhorar e ajustar suas operações. Consequentemente, empresas nesses tipos de setores dependem fortemente da extração de informações de dados para fazer ajustes e antecipar as tendências futuras do atendimento ao cliente.

Em setores como software, rede social e fabricação, os departamentos de atendimento ao cliente têm inerentemente experiência com tecnologia, de acordo com a disposição geral de setores orientados tecnicamente. Essa inclinação garante que eles lideram com uma abordagem orientada por dados, em oposição ao fato de ser uma consideração tardia.

### SETORES MAIS ORIENTADOS POR DADOS





## SHOPIFY

A Shopify é uma plataforma de comércio com o objetivo de fornecer uma experiência de suporte perfeita, sem importar qual departamento precisa alcançar ou qual canal usa para entrar em contato com a empresa. A Shopify, uma empresa orientada por dados, utiliza os dados do atendimento ao cliente para definir objetivos ambiciosos para seus agentes. Ela usa o Benchmark do Zendesk como uma ferramenta motivacional que aumenta os padrões de sua organização de atendimento ao cliente.

"Os dados são realmente importantes para nosso treinamento e cultura", diz Richard Hall, Diretor de operações de receita. "Nós usamos os dados do envolvimento do cliente para ver se melhoramos, para identificar o que nossa equipe de atendimento ao cliente precisa para trabalhar e também para ver como estamos indo no setor."

### USO DE ANÁLISE

<b>37</b>	<b>8</b>
RELATÓRIOS VISUALIZADOS POR MÊS	USUÁRIOS ATIVOS

### DESEMPENHO DO 1º TRI

<b>18,6</b>	<b>6,2</b>	<b>81%</b>
TEMPO MÉDIO TOTAL PARA RESOLUÇÃO (HRS)	TEMPO MÉDIO DA PRIMEIRA RESPOSTA (HRS)	TICKETS COM CONTATO ÚNICO

<http://docs.shopify.com/support>

## REPUBLIC WIRELESS

A Republic Wireless deseja entender como seus clientes estão se envolvendo com o suporte. "Precisamos completar a visibilidade no ciclo de vida de cada ticket porque cada interação é uma oportunidade para melhorar a experiência do cliente", disse Doc Shufelt, Vice-presidente de operações, Republic Wireless.

Ter a capacidade de ver o ciclo de vida de cada ticket, assim como os dados históricos do tickets ajuda a Republic Wireless a medir métricas importantes como quantos tickets têm sido criados e como as interações do atendimento ao cliente influenciam a equipes de engenharia e de produtos, fornecendo uma visualização realística do impacto total e da eficácia de seu atendimento ao cliente.

### USO DE ANÁLISE

<b>569</b>
RELATÓRIOS VISUALIZADOS POR MÊS

### DESEMPENHO DO 1º TRI

<b>86,5%</b>	<b>2,2</b>	<b>49%</b>
SATISFAÇÃO DO CLIENTE	TEMPO MÉDIO DA PRIMEIRA RESPOSTA EM HORAS	TICKETS COM CONTATO ÚNICO

<https://help.republicwireless.com>

## Metodologia

Na seção com foco na análise, verificamos a população de todos os clientes que tiveram um projeto analítico habilitado, cujos dados de suporte foram carregados com êxito em sua conta do GoodData. Podemos pensar em várias formas de medir a "utilização" da análise do Zendesk, mas estabelecidos em uma métrica chamada número de execuções da aba do painel de controle como nossa unidade de análise "usa". Uma execução da aba do painel de controle ocorre quando um painel analítico é aberto em um navegador e cada relatório na aba do painel de controle atual pode ser carregado. Sentimos que essa era uma melhor medida de utilização que o número de relatórios criados, por exemplo, porque uma execução da aba do painel de controle represente alguém que visita uma série de relatórios que foram agrupados juntos para uma finalidade específica. O número de execuções da aba do painel de controle de uma empresa é provavelmente a melhor forma de medir se a empresa está examinando criticamente seus dados, em vez de simplesmente criar relatórios, que podem ser testes ou experimentações que não são úteis para o funcionamento dos negócios.

Os clientes foram classificados em dois grupos, Alto uso e Baixo uso, com base em seu número de execuções da aba do painel de controle. Se as execuções totais da aba do painel de controle de uma empresa estiverem acima do número médio, elas serão consideradas como Alto uso; se estiverem abaixo, Baixo uso.