

A PESQUISA NPS COMO VOCÊ NUNCA PENSOU - UM CASE DE SUCESSO DA BRQ

[Usar dados na tomada de decisão](#) se tornou um processo essencial para qualquer empresa ou negócio. E isso se reflete de diferentes maneiras nas operações de uma organização. Para medir a satisfação do público com a sua marca, as companhias utilizam a **pesquisa NPS (Net Promoter Score)**, um sistema de medição que interpreta a avaliação da empresa sob o critério de recomendação dos seus clientes.

Um exemplo: após realizar a compra de um produto na internet, o [e-commerce](#) envia um e-mail questionando o que o consumidor achou da transação e, mais importante, **se recomendaria a empresa para alguém**. Essa é a pergunta-chave do NPS que faz total diferença para as empresas.

O problema é que tal método nem sempre é empregado da melhor forma: por que questionar o público apenas ao final da sua jornada? Confira a solução no case da BRQ que apresentaremos a seguir!

COMO O MÉTODO NPS É APLICADO GERALMENTE E QUAL É O PROBLEMA NISSO?

Antes de conhecer o case, porém, é preciso esclarecer alguns detalhes sobre a pesquisa NPS e como ela é feita na maioria dos casos. Criada em 2003 por Fred Reichheld, a ideia do Net Promoter Score é avaliar o nível de satisfação dos clientes com uma empresa. A partir de uma única pergunta — algo parecido com "de 0 a 10, quanto você recomendaria o nosso negócio?" — é possível metrificar essa informação.

Afinal, ninguém está mais fidelizado do que aquela pessoa disposta a promover a sua marca para amigos, colegas e outras pessoas. Além do seu uso para **entender como clientes estão avaliando a sua empresa**, existem outras possibilidades de aplicação. Uma delas é realizar a pesquisa NPS com os clientes internos, descobrindo como os próprios colaboradores se sentem, por exemplo, após um determinado período na companhia.

Apesar de ser uma excelente métrica a ser monitorada e de simples execução, a pesquisa NPS costuma analisar a satisfação do cliente apenas ao final de um longo período de relacionamento com a sua empresa. Essa tática acaba fornecendo **uma visão limitada de satisfação, o que pode gerar insights não tão exatos**.

Com base nesse contexto, apresentamos uma nova abordagem no uso do NPS que oferece às pessoas a chance de avaliar a empresa após cada momento-chave da cadeia de valor do cliente, baseada na metodologia assinada por Thales Teixeira, cofundador da consultoria [Decoupling do Brasil](#), especializada em inovação, disrupção e [transformação digital](#).

Conheça a experiência da BRQ na utilização dessa metodologia no processo de recrutamento e onboarding de novos funcionários. Continue a leitura!

O CONCEITO APRESENTADO POR THALES TEIXEIRA

Seguindo o exemplo de avaliação interna, por que não medir o grau de contentamento do início do processo de recrutamento e onboarding de um novo colaborador até o dia em que o seu primeiro salário cai na conta? É exatamente isso que propõe Thales Teixeira. **A ideia é tornar a pesquisa NPS ainda mais [Analytics-Driven](#)**.

Como isso é feito? Com uma análise mais detalhada de toda a cadeia de valor do funcionário. Em vez de aguardar até o final do processo, Thales recomenda que as empresas colham feedbacks dos seus colaboradores **em diferentes momentos ao longo de suas jornadas**. Afinal, o NPS no final de um ciclo não vai detalhar as variáveis ao longo do processo, como os pontos negativos e positivos.

Exemplo: ao se candidatar para uma vaga, a satisfação de um profissional pode não ser tão grande na hora de cadastrar seu perfil, com tantos dados para preencher. Porém, caso seja contratado, se sentirá realizado e acabará dando uma nota 10 para todo o processo. Mas essa nota, de fato, traduz tudo o que foi vivenciado pelo candidato?

Provavelmente não, e a empresa vai ter mais dificuldades em encontrar pontos que precisam de ajustes. A ideia, portanto, é **segmentar ainda mais a análise da satisfação do colaborador e medir as notas de NPS após cada atividade principal**. Isso fornecerá informações mais valiosas para o RH, identificando os momentos de máxima e de mínima recomendação. Afinal, como aplicar melhorias no processo se não sabemos quais etapas geraram contentamento ou descontentamento?

QUAIS FORAM OS RESULTADOS DO PILOTO DE AFERIÇÃO DA PESQUISA NPS NA BRQ?

Implementada por Thales em parceria com o time de Transformação Digital da BRQ, liderado pelo CTO de Digital Solutions Lifecycle Giovani Pansanato, a pesquisa de NPS foi realizada no processo de recrutamento e onboarding de candidatos.

A área de Recrutamento e Seleção tinha como desafio superar a grande concorrência na atração por novos talentos do setor de Tecnologia e encontrar os melhores profissionais para os projetos de Transformação Digital, entendendo que o processo de recrutamento deve prover a melhor [experiência](#) aos colaboradores em suas jornadas com a BRQ.

Já havia uma percepção positiva sobre o processo, que se encontrava bastante estável e com bons resultados, com metas sendo alcançadas. Então, por que mudar? Thales acredita que **uma melhoria não deve ser feita apenas onde há um desempenho mais baixo, mas também em áreas em que a performance já é positiva** - afinal, a melhoria precisa ser constante. E foi pensando nisso que as pesquisas de NPS passaram a ser utilizadas em momentos-chave do processo de contratação, como ao final das conversas com as recrutadoras, na etapa de entregas de documentação, no primeiro dia de trabalho e assim por diante.

Essas etapas foram então mapeadas e metrificadas uma por uma. Com a fragmentação da avaliação, foi possível **enxergar com mais precisão o que poderia ser melhorado em cada uma das etapas**. Os resultados não poderiam ter sido melhores a partir da implementação de melhorias ao longo do período. No geral, a nota do NPS para a área — que já era considerada alta — cresceu ainda mais com os ajustes.

Mas, para Carolina Piombo, CPO - Chief People Officer da BRQ, o resultado mais importante é a visibilidade da satisfação dos novos funcionários. **“Hoje, temos 100% de visibilidade da satisfação dos novos funcionários no processo de onboarding**. Queremos que as pessoas se sintam bem desde o primeiro momento na BRQ e o NPS nos ajuda a manter o padrão de qualidade”, afirma.

A próxima etapa é aplicar a pesquisa em outros momentos dentro do primeiro ano dos funcionários na empresa, dessa forma ampliando a avaliação da jornada.

COMO SUA EMPRESA PODE ACESSAR MELHORIAS COMO ESSA?

Em um cenário de competição cada vez mais acirrada por um lugar de destaque no mercado, as empresas não podem se acomodar. Como mostramos com o nosso case, **mesmo uma área que já tinha indicadores positivos conseguiu se aprimorar ainda mais** a partir da aplicação da pesquisa NPS.

A conclusão a que chegamos, portanto, é que a busca por inovações nos processos internos deve ser constante e não precisa se limitar à tecnologia. Mais do que adicionar diferentes ferramentas e soluções ao seu negócio, é necessário **encontrar outros olhares e possibilidades de melhoria**. Muitas vezes, basta uma visão externa para encontrar soluções que tornem a sua empresa ainda mais desenvolvida e consolidada.

Agora que você já sabe como a parceria entre a Decoupling do Brasil e a BRQ melhorou nosso processo de recrutamento e onboarding de candidatos por meio de uma visão e implementação diferente da pesquisa NPS, que tal fazer o mesmo com o seu negócio? [Entre em contato conosco](#), e descubra como podemos ajudar a sua empresa a fazer o mesmo!