

TERMÔMETRO DE LEALDADE

METODOLOGIA NET PROMOTER SCORE É ALTERNATIVA PARA MEDIR COMO ANDA O RELACIONAMENTO ENTRE EMPRESA E CLIENTE

Identificar de forma clara e precisa, na voz de seu cliente, quais são os pontos que fortalecem o vínculo entre empresa e clientes – o que faz com que ele continue adquirindo produtos e serviços, e mais, se ele recomendaria seus serviços a outras pessoas. Essa é a essência do Prêmio Fornecedores de Confiança, criado há cinco anos pela Editora Segmento. Para isso, a 2B Brasil, empresa responsável pela pesquisa para a premiação, utiliza o Net Promoter Score (NPS), metodologia que foi apresentada ao mundo há quase 10 anos, em um artigo publicado pela *Harvard Business Review* “The one number you need to grow”, em 2003. Utilizado por grandes corporações como General Electric (GE), Procter & Gamble, American Express, entre outras, o NPS é uma medida alternativa à pesquisa tradicional de satisfação do cliente, e pode ser considerada

uma ferramenta gerencial usada para medir a lealdade do relacionamento dos clientes de uma empresa.

As empresas obtêm seu NPS ao fazer uma única pergunta a seus clientes. A questão está calcada no grau de probabilidade de o cliente recomendar a companhia fornecedora a um amigo ou colega. Baseados em suas respostas, os clientes podem ser classificados em: promotores, passivos ou neutros e detratores (*veja mais no quadro “Grau de confiança”*). Os promotores são vistos como um ativo de grande valor, que gera um crescimento lucrativo em função de sua taxa de repetição e crescimento de compras, sua longevidade e indicações a terceiros. Já os detratores são vistos como ameaças que destroem o crescimento lucrativo em razão de suas queixas, redução e perda de compras e propaganda boca a boca negativa.

GRAU DE CONFIANÇA

COMO FUNCIONA A NET PROMOTER SCORE

A metodologia NPS parte do princípio de que, para identificar a lealdade dos clientes com clareza e rapidez, basta fazer uma única pergunta: “qual a probabilidade de você recomendar a companhia fornecedora para um amigo ou colega?” A partir das respostas dos clientes e da pontuação que dão para cada empresa é possível classificá-los em:

- » **PROMOTORES:** divulgam a empresa fornecedora, estão satisfeitos com o produto ou serviço.
- » **NEUTROS:** embora satisfeitos, não manifestam vontade em indicar a empresa.
- » **DETRATORES:** Insatisfeitos, são uma verdadeira ameaça em função da propaganda boca a boca negativa

Assim, o NPS de uma empresa é determinado pela diferença entre os promotores e os detratores.

MECÂNICA DO PRÊMIO

ENTENDA COMO SÃO ESCOLHIDAS AS 50 EMPRESAS MAIS CONFIÁVEIS ENTRE OS FORNECEDORES DE SERVIÇOS PARA A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

1 INSCRIÇÃO

É o primeiro passo para as empresas que desejam avaliar como anda a percepção de seus clientes sobre seu negócio. Este ano foram 122 empresas inscritas. Para se inscrever para a próxima edição do prêmio, acesse www.fornecedoresdeconfianca.com.br/inscricoes e siga as instruções.

2 PESQUISA

As companhias inscritas indicam 40 clientes que serão entrevistados por telefone pela 2B Brasil, que utilizará

a metodologia Net Promoter Score (NPS). São considerados clientes válidos aqueles atendidos por um período superior a seis meses, e que ainda façam parte da carteira da empresa. Essa pesquisa identifica o grau de comprometimento e lealdade dos clientes em relação às fornecedoras e até que ponto eles estão dispostos a indicá-la a outros possíveis clientes. Este ano foram realizadas 4.880 entrevistas.

3 AS MAIS CONFIÁVEIS

A partir dos resultados obtidos, é elaborada uma lista com as 50

empresas destaques em confiança, no mercado de produtos e serviços para RH e gestão de pessoas.

4 RESULTADO

Ao final do estudo, todas as empresas inscritas recebem a pesquisa completa, com a avaliação de seus clientes e a análise dos resultados. As conclusões do estudo também serão publicadas em um especial da Editora Segmento, entregue no dia da premiação, quando as 50 mais bem classificadas receberão um troféu como reconhecimento ao seu desempenho.



Adeque o Controle de Ponto (REP) da sua empresa conforme Portaria 1.510/09

Na **MADIS ROBDEL** você encontra:

- Relógios de Ponto Eletrônicos
- Relógios de Ponto Convencionais
- Softwares de Gerenciamento de Ponto
- Soluções em Controle de Acesso de Pessoas e Veículos

Presente em todo o Brasil, consulte-nos e encontre a melhor solução para a sua empresa.

www.madis.com.br • matriz: (11) 3026.3000



MADIS

ETALENT

SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

GARANTIR SISTEMAS DE FÁCIL INTERAÇÃO E AUTÔNOMOS É O CAMINHO DA ETALENT PARA A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

A Etalent Editora e Educação Profissional e Gerencial tem direcionado seus investimentos para adoção de novas tecnologias, com o objetivo de oferecer produtos e serviços que, além de agregar valor aos negócios dos clientes, os auxiliam na aceleração de contratações, na redução da rotatividade de pessoal, além do desenvolvimento e retenção de talentos e aumento de produtividade. A estratégia é oferecer aos clientes sistemas amigáveis, de fácil interação e que garantem o máximo de autonomia; em outras palavras, o consumidor final poderá alterá-los sem a necessidade de recorrer à empresa fornecedora, no caso a Etalent. “Não que a gente não queira atender o cliente. Mas se ele está precisando [da presença do funcionário] é porque alguma coisa foi feita de maneira incorreta”, explica Jorge Fernandes de Matos, presidente da Etalent.

No ano passado, a empresa lançou o MyEtalent, uma ferramenta web que auxilia na descoberta de talentos e habilidades dos candidatos, permitindo a comparação de perfis profissionais para mais de 800 cargos, além da elaboração do Plano de Desenvolvimento Pessoal de cada um. A próxima investida é a criação da versão do sistema para dispositivos móveis, como tablets e smartphones, cujo lançamento deve ser anunciado em breve. Com isso, a companhia busca atender também pessoas físicas. No segmento corporativo, a Etalent conta atualmente com uma carteira de 500 clientes de grande porte ativos. Mas a ideia é marcar presença na faixa das pequenas e médias empresas e dobrar o tamanho da operação em 12 meses. A companhia ainda tem se preocupado com a capacitação de sua equipe para garantir um processo de melhoria contínua na prestação de serviços. (Inaldo Cristoni)



Principal atividade:
Consultoria em gestão de pessoas e prestação de serviços na área de educação corporativa, RH e benefícios

Participação na lista
2008 | 2012

Sede: Rio de Janeiro - RJ

Onde atua
Em todo o Brasil



Faturamento
Não divulgado

Investimentos
Parcerias com outras empresas, como a Véli Soluções em RH e a BRexpress

Número de funcionários
55 colaboradores, sendo:
40 diretos
15 terceirizados



“A EMPRESA PRECISA MERECE A CONFIANÇA DE SEUS CLIENTES E CRESCER COM OS NOVOS”

Jorge Fernandes de Matos, presidente

PONTOS FORTES

NA OPINIÃO DOS CLIENTES, O QUE TORNA A EMPRESA CONFIÁVEL:

- 1 Qualidade do produto ou serviço
- 2 Excelência e rapidez no atendimento
- 3 Pontualidade nos prazos e solução de problemas

LINHA DO TEMPO

1987

FUNDAÇÃO
A Etalent inicia as atividades, com o nome HLCA

1999


NOVIDADE
Lançamento do Programa de Coaching Etalent

2008

INOVAÇÃO
Criação do conceito do Cubo de Competências, modelo que associa comportamentos, habilidades e conhecimentos para exercer determinada função

2012

ESTRATÉGIAS PARA 2012
Lançamento do livro *Líderes*, obra dedicada a quem deseja descobrir e desenvolver atitudes de alta performance pessoal



ETALENT, RECONHECIDA
PELA EXCELÊNCIA E
COMPROMISSO COM
OS SEUS CLIENTES.



ETALENT

Desde 1986 no mercado, a ETALENT, acaba de receber o
PRÊMIO DE FORNECEDOR DE CONFIANÇA 2012.

Para todos que acreditam que rentabilidade caminha com um ambiente
saudável e desenvolvimento profissional, o nosso muito obrigado.



CONHEÇA
OS NOSSOS
SERVIÇOS

- ▣ Sistema ETALENT
- ▣ Workshop Talento & Sucesso
- ▣ Formação de Consultores DISC Etalent
- ▣ Arquitetura de Cargos
- ▣ Assessment
- ▣ Desenvolvimento de Líderes e Equipes
- ▣ Coaching Executivo
- ▣ Pesquisa e Gestão do Clima