

Pesquisa de satisfação | New Place |

Dezembro de 2021

São Paulo - SP

Agenda













Objetivo e metodologia



Objetivo

- Medir a satisfação geral dos clientes da New Place com os serviços prestados;
- Mensurar o Net Promoter
 Score (NPS) da empresa;
- Quantificar uso e satisfação com os departamentos da New Place;
- Identificar quais são os canais de comunicação utilizados, assim como a preferência dos clientes.

Metodologia

- Pesquisa quantitativa com questionário estruturado e abordagem telefônica e por e-mail;
- Foram entrevistados clientes da New Place conforme listagem de contatos disponibilizada;
- Foram realizadas 209
 entrevistas. A margem de
 erro é 5,7 pontos
 percentuais para mais ou
 para menos, considerando
 nível de confiança de 95%.

Data de campo

- As entrevistas foram realizadas entre os dias 15 de outubro e 15 de novembro de 2021;
- Foram realizadas pelo menos 4 tentativas de contato em cada canal de contato (telefone e email), em datas e horários diferentes.

Notas metodológicas



O controle de qualidade foi realizado por meio de escuta das gravações (posterior à coleta de dados), cobrindo, no mínimo, 20% do material de cada pesquisador.

Todos os questionários e a base de dados para processamento são submetidos a uma análise de consistência entre as respostas.

Em todos os gráficos, os resultados são apresentados em percentual e as bases em números absolutos.

Em alguns gráficos de respostas únicas, os resultados não somam exatamente 100%; variam de 99% a 101%, devido a arredondamentos.

As análises são baseadas nas proporções ou em estatísticas de tendência central, tais como média e mediana. Os resultados cujas bases apresentem número insuficiente para análise estatística (menos de 30 casos) estão identificados com asterisco e deverão ser observados com cautela.

Margem de erro: toda amostra tem um erro associado (margem de erro). Quanto maior a amostra, mais próxima do universo, então menor é o erro. A leitura dos dados é sempre estatística – situa-se dentro de determinadas margens – e não numérica.

Nível de confiança de 95%: significa que, se fossem realizados 100 levantamentos simultâneos com a mesma metodologia, em 95 deles os resultados estariam dentro da margem de erro prevista.

Agenda

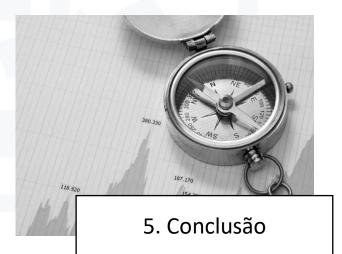












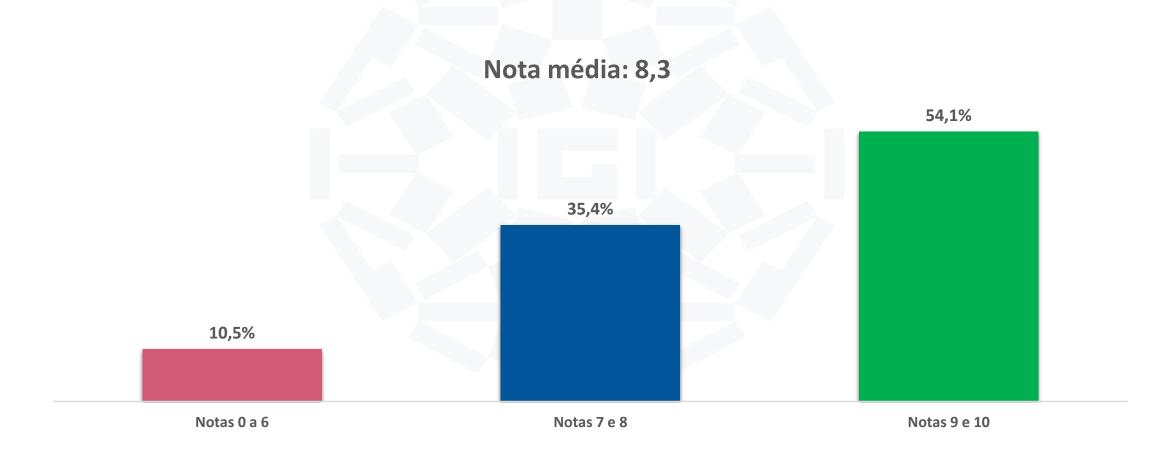
Satisfação geral com a New Place

Estimulada e única



9 em cada 10 clientes estão satisfeitos com a New Place.

54,1% avaliaram a empresa com as notas máximas da escala.



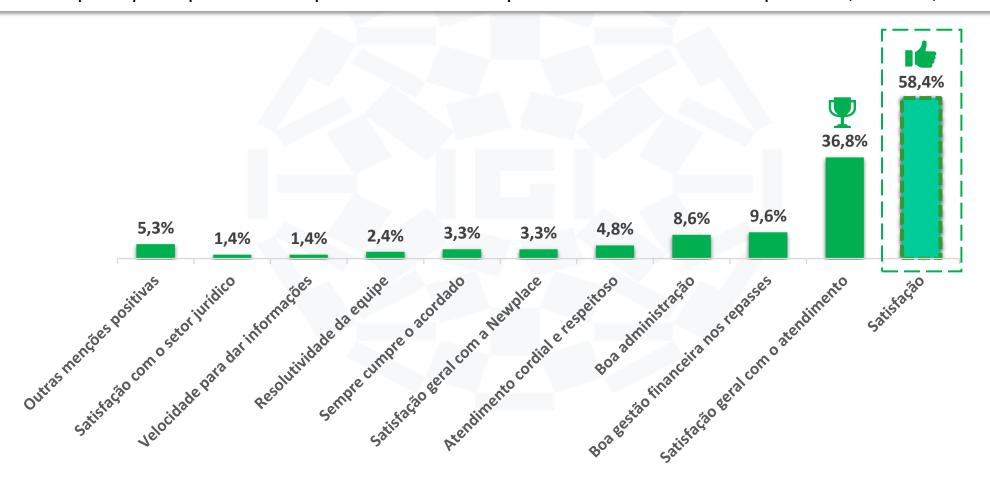
Principais motivos de satisfação com a New Place

Espontânea e múltipla



58,4% das menções justificando a nota de satisfação atribuída foram positivas.

O principal aspecto citado pelos clientes foi a qualidade do atendimento prestado, com 36,8%.



Verbatins



Satisfação

Nunca tive problema.
Sempre que precisei fui
muito bem atendida. Sempre
falei com pessoas e não
máquinas.

Satisfação

Pontualidade no repasse de aluguéis e contato rápido com a minha assistente.

Satisfação

Porque são super atenciosos. Sou respondida prontamente pelos canais de contato, tem comunicação fácil, são sempre gentis e educados.

Satisfação

Sempre sou muitíssimo bem atendida! Os processos e serviços correm automaticamente. A comunicação é sempre eficiente.

Satisfação

Por ser uma empresa responsável e capacitada. Os serviços prestados são de total confiança. A atenção, a organização, a comunicação e a agilidade em resolver os problemas dos clientes faz toda diferença!

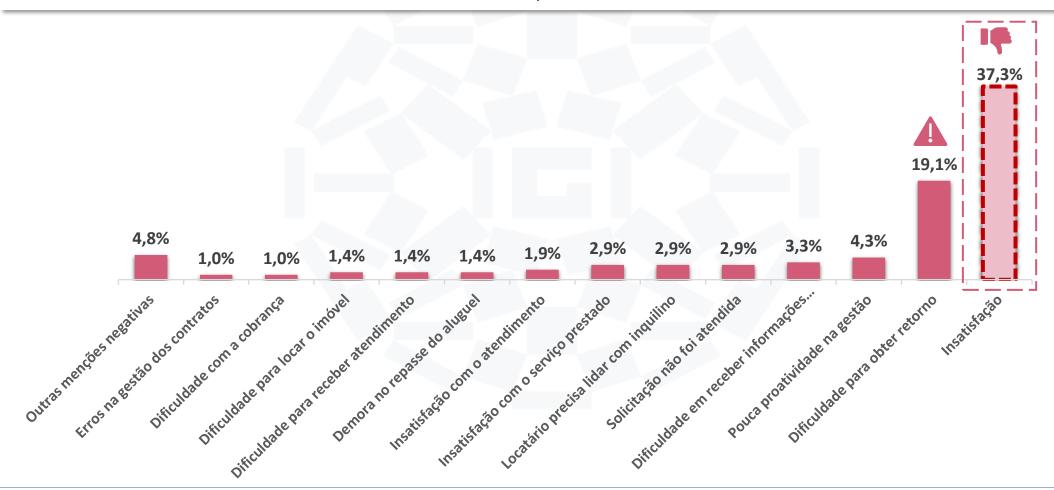
Principais motivos de insatisfação com a New Place

Espontânea e múltipla



Menções negativas ficaram presentes em 37,3% das respostas.

O principal ponto de insatisfação entre os respondentes foi a dificuldade para obter retorno a uma solicitação, com 19,1% das respostas.



Verbatins



Crítica

Pelo preço deles. Cobram uma porcentagem de 10,5%, mas todos os demais cobram no máximo 8%. Pedi para baixar e o fizeram.

Crítica

Moro no interior e a comunicação foi muito difícil, principalmente no período da pandemia. Não há retorno sobre a locação do apartamento em Perdizes.

Crítica

Não me mandam o extrato por e-mail. Tenho que ligar e pedir. Gostaria de receber mensalmente, para controle.

Crítica

O atendimento é ruim. Demoram para ver se inquilino saiu, demoram na vistoria e no pagamento do aluguel.

Crítica

Estou insatisfeito com a falta de comunicação da administração. Minhas mensagens não são respondidas rapidamente as vezes depois de 1 dia a administradora me responde. O aluguel só cai na minha conta depois de eu cobrar de vocês. O e-mail com a prestação das contas só veio uma vez. Isso tudo é só um resumo do meu desapontamento com vocês.

NPS

Net Promoter Score

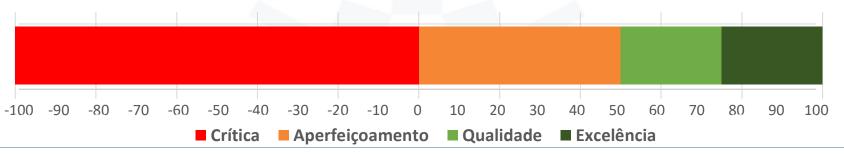


O *Net Promoter Score* (NPS) é um indicador de mercado bastante utilizado e toma como princípio a intenção de recomendar uma marca, empresa, produto ou serviço a um amigo ou familiar. Esta recomendação é medida em uma escala de 0 a 10 e os respondentes são classificados em três grupos a partir de sua resposta:

- Promotores (Notas 9 e 10): são as pessoas que provavelmente vão promover positivamente e possivelmente advogar pela empresa;
- Neutros (Notas 7 e 8): são as pessoas que tendem a não se manifestar sobre a empresa e;
- Detratores (Notas de 0 a 6): são as pessoas que possivelmente irão criticar a empresa para seus amigos e familiares.

O NPS é calculado a partir do saldo entre o percentual de promotores e o percentual de detratores. O resultado pode ser interpretado a partir de 4 zonas:

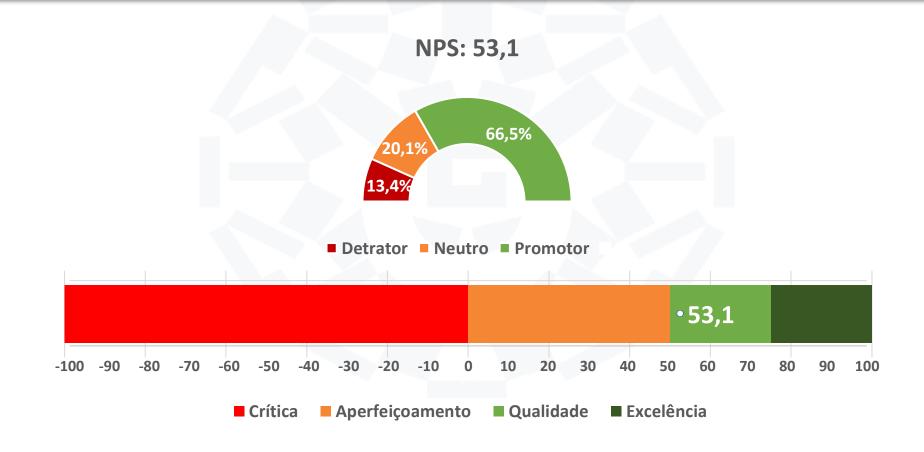
- **Zona de excelência (pontuação entre 75 e 100):** Empresas que atingiram esta pontuação realmente geraram grandes experiências para os seus os seus clientes;
- Zona de qualidade (pontuação entre 50 e 75): Os clientes nesta faixa de avaliação certamente viram vários pontos positivos durante a experiência com a empresa, porém certamente alguns pontos deixaram a desejar;
- **Zona de aperfeiçoamento (pontuação entre 0 e 50):** Normalmente a experiência oferecida nesta faixa de NPS tem pontos importantes de ajustes. Em muitos casos, o cliente não percebeu atenção por parte da empresa com o seu caso ou sua necessidade;
- Zona crítica (pontuação entre -100 e -1): Nestes casos a experiência foi altamente frustrante para o cliente e ele certamente será o primeiro a reclamar e denegrir a imagem da empresa com outras pessoas.



NPSEstimulada e única



O NPS da New Place atingiu 53,1 pontos, posicionando a empresa na zona de qualidade do indicador.



Agenda





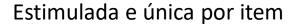








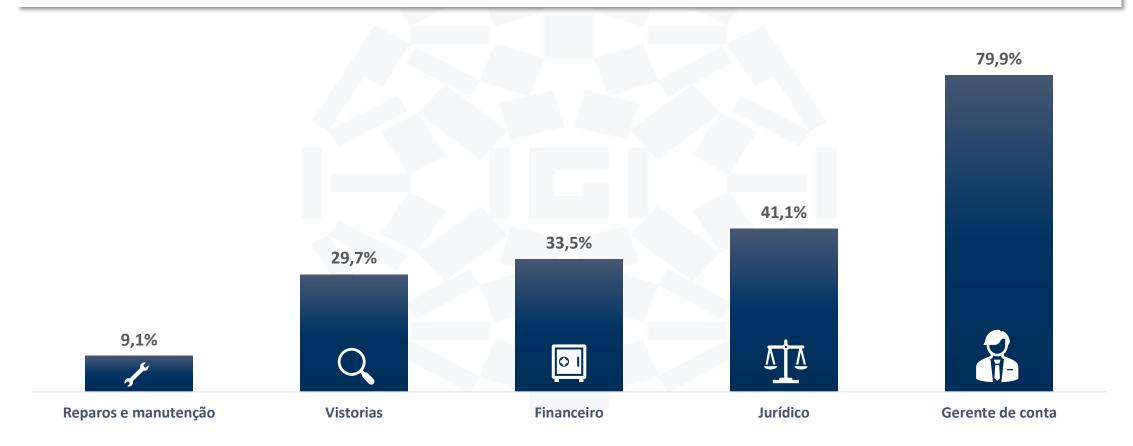
Contato com as áreas da New Place





O maior ponto de contato dos respondentes foi com o gerente de contas. 79,9% deles entrou em contato.

O setor jurídico aparece em segundo como maior ponto de contato, com 41,1%. Apenas 9,1% dos clientes acionaram o setor de reparos e manutenção.



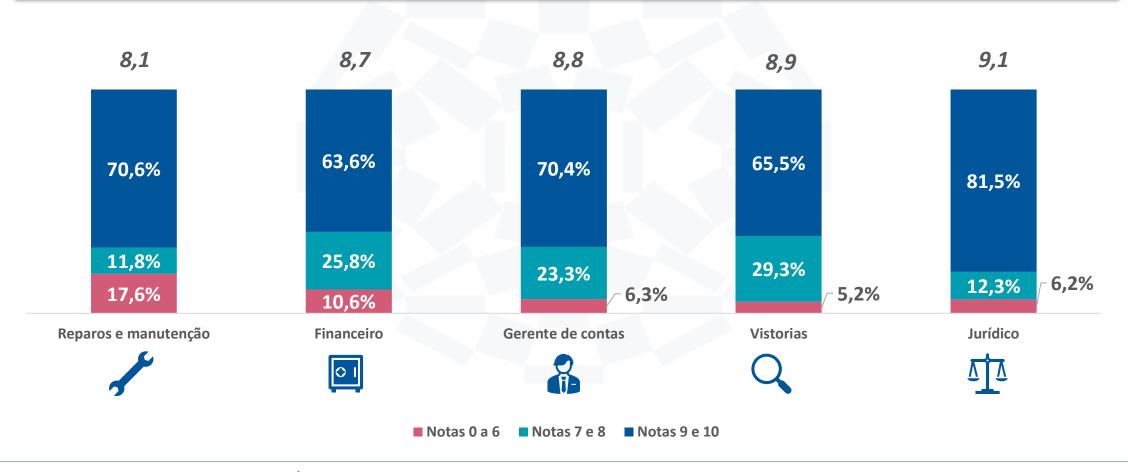
Satisfação com as áreas da New Place

Estimulada e única por item



O setor jurídico obteve a melhor avaliação, atingido nota média de 9,1.

Todos os setores alcançaram nota média superior a 8,1. O principal ponto de atenção é a quantidade de avaliações com nota 6 ou inferior para o setor de reparos e manutenção (17,6%).



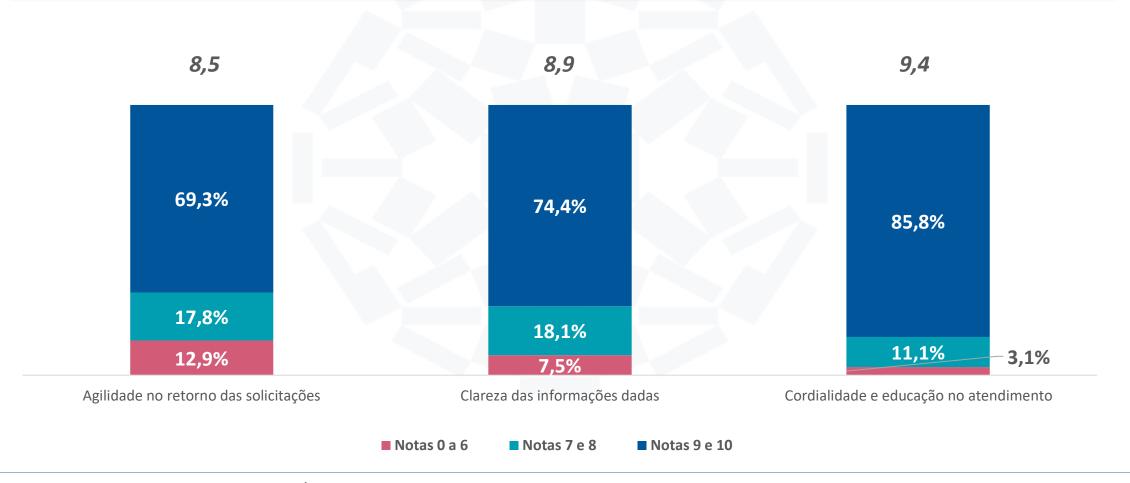
Satisfação | Gerente de contas

Estimulada e única por item



Cordialidade e educação foram os aspectos com melhor avaliação para o atendimento do gerente de contas, com nota média de 9,4.

A agilidade, embora tenha obtido nota média de 8,5, tem o maior índice de notas iguais ou menores que 6 (12,9%).



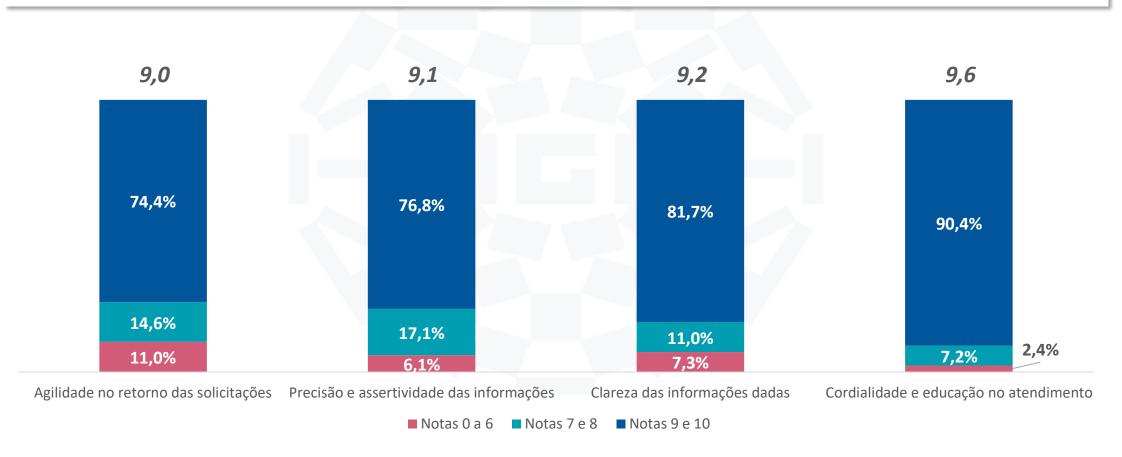
Satisfação | Jurídico

Estimulada e única por item



Para o setor jurídico a cordialidade e educação também preponderam na avaliação dos clientes, com nota média de 9,6.

Para esse setor todos os aspectos obtiveram nota 9,0 ou superior.

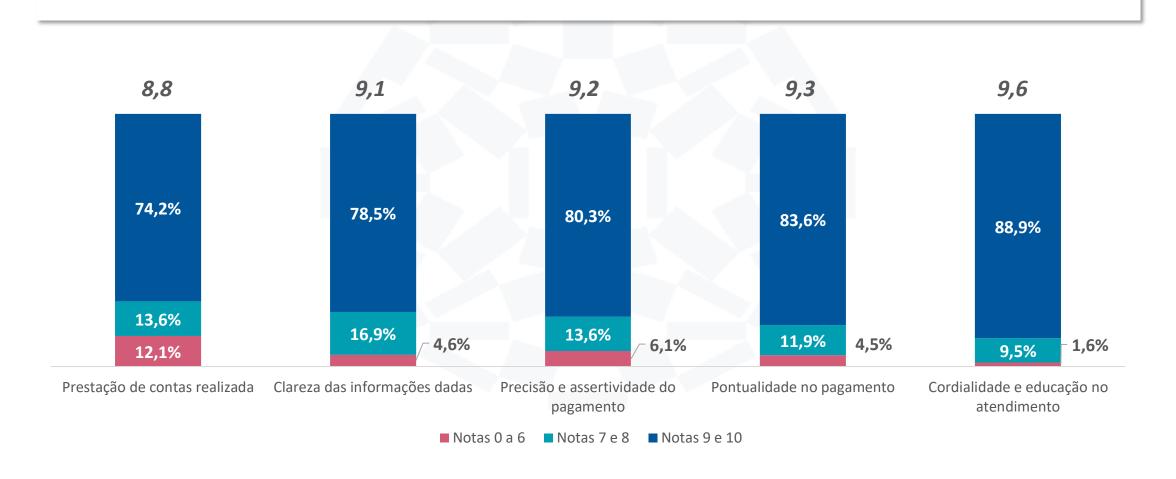


Satisfação | Financeiro

Estimulada e única por item



Para o setor financeiro, a prestação de contas realizada atingiu a menor nota média (8,8).



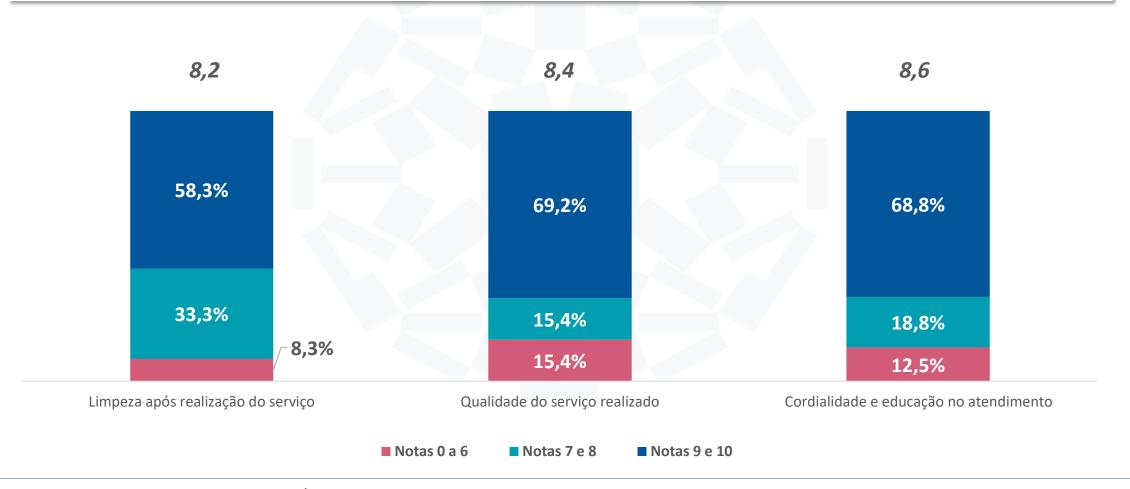
Satisfação | Reparos e manutenção

Estimulada e única por item



Para o setor de reparos e manutenção todos os aspectos ficaram com nota média igual ou maior a 8,2.

Qualidade do serviço (15,4%) e cordialidade e educação (12,5%) tiveram, em comparação aos demais setores, um volume maior de notas iguais ou menores que 6.

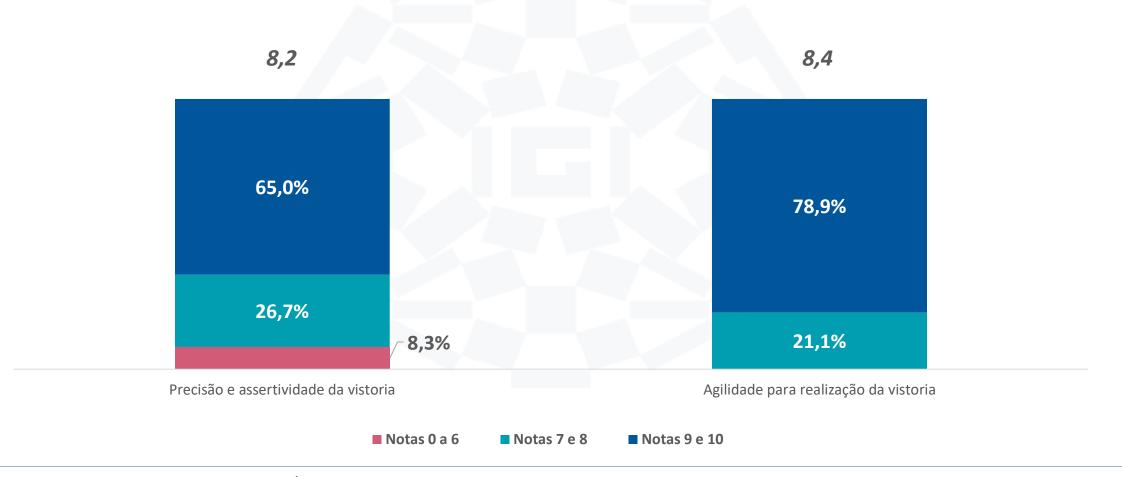


Satisfação | Vistoria

Estimulada e única por item



A agilidade para realização da vistoria obteve apenas notas iguais ou superiores a 7, ficando com nota média de 8,4.



Agenda

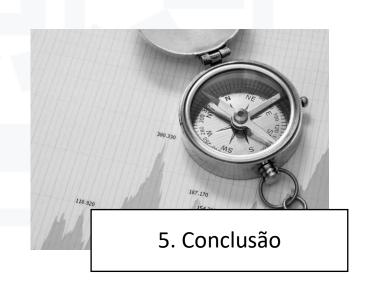












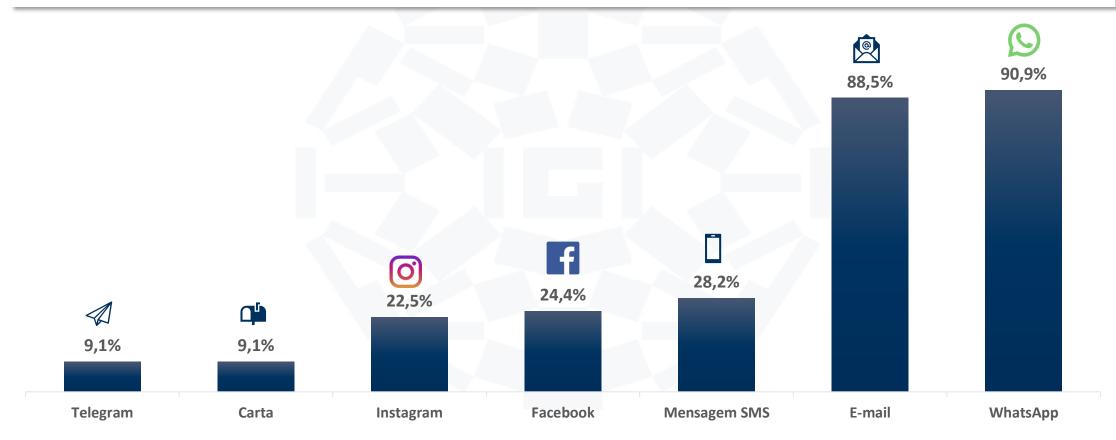
Canais de contato utilizados

Estimulada e múltipla



WhatsApp e e-mail são amplamente utilizados pelos clientes da New Place.

Os demais canais aparecem com menor relevância, com Telegram e carta aparecendo como os menos citados.



Canais preferidos | Uso e contato com a New Place

Estimulada e única por item



WhatsApp é o canal preferido para 67,5% dos clientes da New Place, seguido pelo e-mail com 30,6%.

Entretanto, para receber comunicação da New Place, as posições se invertem. 57,4% dos entrevistados preferem receber comunicados por e-mail.



Agenda

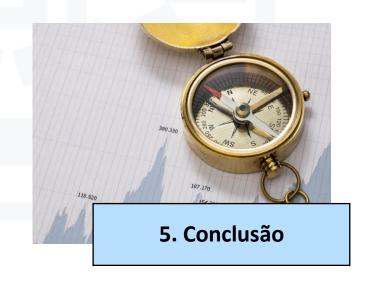






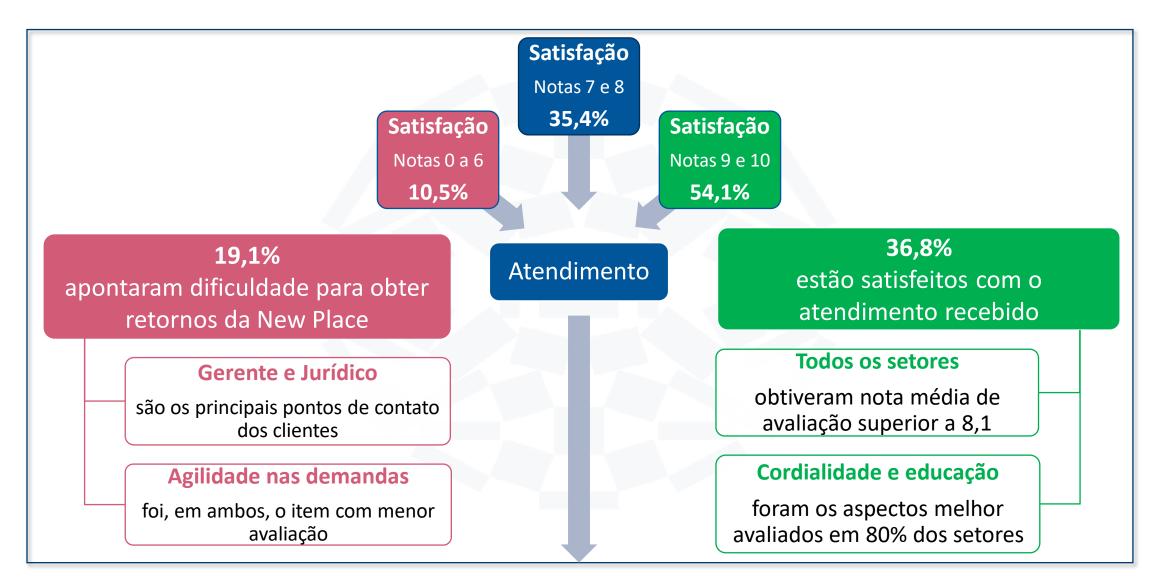






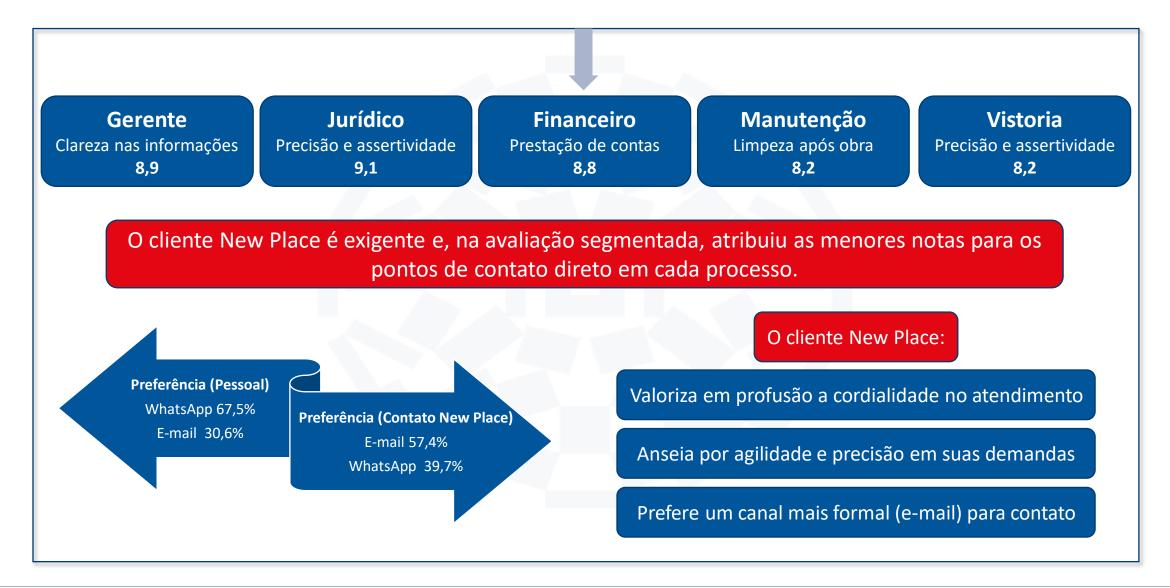
Conclusão





Conclusão







www.globaltrevo.com.br