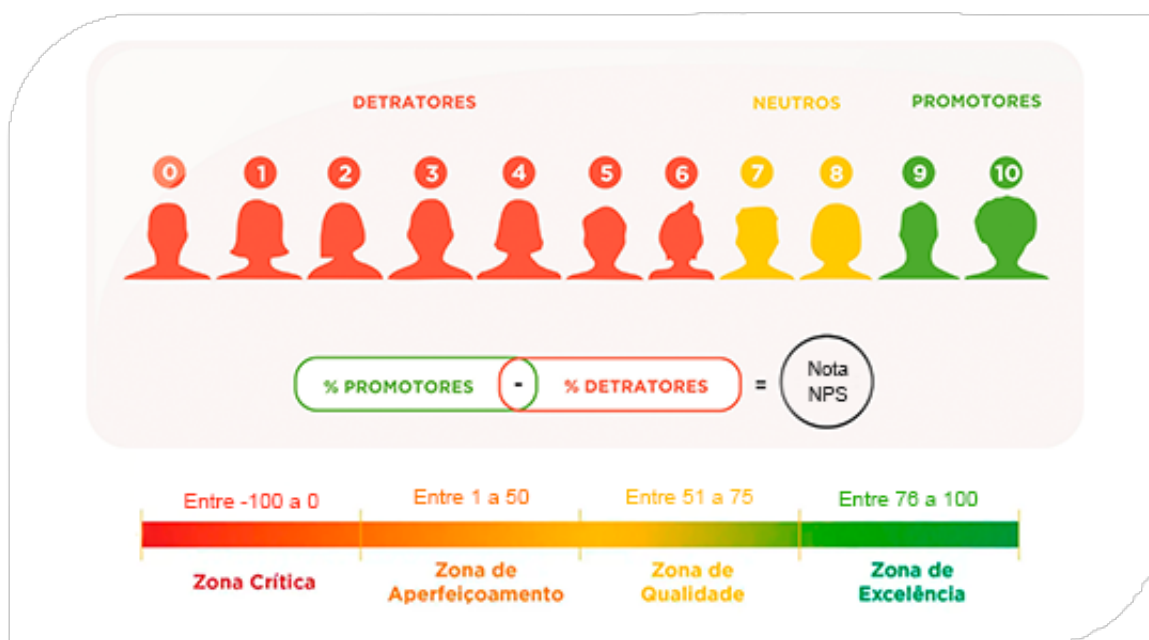


Como reflexo de um amplo trabalho de reestruturação da área de relacionamento, que levou a uma profunda mudança na gestão dos canais de atendimento com os participantes, nosso atendimento alcançou, em 2022, o “nível de qualidade” na Net Promoter Score (NPS), pesquisa amplamente utilizada pelo mercado para avaliar a satisfação dos clientes. A nossa pontuação anual avançou 14 pontos na comparação entre 2021 e 2022, saindo da “zona de aperfeiçoamento” para a “zona de qualidade”, com nota NPS saltando de 44 para 58. Implementada em meados de 2021, a pesquisa NPS é uma ferramenta para ouvir e nos aproximar ainda mais dos participantes. Com base nas avaliações, junto com outros insumos gerados dentro da área, identificamos oportunidades de melhoria e atuamos para qualificar cada vez mais o nosso atendimento. Ao longo de 2022, foram avaliados 16,4 mil atendimentos, de 14,1 mil participantes, e a nossa nota NPS se manteve em todos os meses no patamar de qualidade.



Como funciona a pesquisa NPS

A pesquisa é enviada por e-mail aos participantes após o contato com um de nossos canais de atendimento, para que seja avaliado em uma escala de 0 a 10. As respostas são classificadas de acordo com a nota como “detratoras”, “neutras” e “promotoras”, e a nota NPS resulta da subtração do percentual de detratores do percentual de promotores. A nota NPS é classificada como “Crítica”, “Aperfeiçoamento”, “Qualidade” e “Excelência”.



O avanço desse indicador na Petros é resultado de uma série de medidas implementadas a partir de abril de 2020, quando a área de relacionamento foi completamente reestruturada. As mudanças incluíram qualificação dos times, com o recrutamento de profissionais com ampla experiência em grandes instituições de mercado. Soma-se a isso a contratação de uma empresa altamente especializada em atendimento, gerando ganhos de eficiência e redução de custos. Também houve uma revisão dos processos da área em linha com as melhores práticas, incluindo adoção de métricas de atendimento utilizadas no mercado, a exemplo da NPS.

O investimento em treinamento dos atendentes também contribuiu para a evolução da nossa operação, permitindo mais autonomia para os profissionais e uma tentativa crescente no sentido de oferecer respostas cada vez mais ágeis, claras e assertivas aos participantes. A revisão e a otimização de processos nos canais de atendimento resultaram, ainda, na redução no tempo médio de espera.

Tempo médio de espera

	Voz (em horas)	Chat (em horas)	E-mail (em dias)
2020	0:04:14	0:02:17	5,9
2021	0:05:19	0:02:04	3,9
2022	0:00:36	0:00:17	0,4

Além disso, iniciamos um trabalho de contato ativo, para nos anteciparmos a demandas. E implementamos o retorno de ligações quando a chamada é abandonada antes do atendimento, oferecendo maior comodidade aos participantes.

Com a reestruturação, a área de relacionamento também passou a se dedicar à experiência do participante como um todo. Montamos uma equipe específica de customer experience para analisar toda a jornada do participante com a Petros, desde o pedido de inscrição até o pagamento de benefícios.

Com base nessa análise, implementamos melhorias nos serviços, como a digitalização de formulários de aposentadoria, que oferece maior simplicidade e agilidade. Pelos canais digitais também é possível acompanhar o status dos pedidos de aposentadoria nos PPSPs e no PP-2, e dos pedidos de pecúlio nos PPSPs, permitindo ao participante entender exatamente os prazos e as exigências de cada etapa. Ao todo, já atuamos em 120 pontos de melhoria.

Todo esse resultado é motivo de orgulho para a Petros, mas sabemos que ainda temos muito a melhorar para alcançarmos o nível de excelência. Seguiremos melhorando e comprometidos com o aprimoramento contínuo dos nossos serviços.

Fonte: [Petros](#), em 18.01.2023.