

Atingir um patamar elevado de satisfação diante de seus clientes é uma missão relevante para qualquer empresa. Mas, sustentar essa posição é ainda mais desafiador. E com dedicação e foco na experiência do participante, é o que a Forluz vem conseguindo. A Fundação obteve nota 9,1 na Pesquisa Anual de Satisfação, realizada em novembro de 2024. Uma pequena variação para o ano anterior, quando o índice ficou em 9,2. Cabe ressaltar que o percentual de percepção positiva do público permaneceu em 100%.

O levantamento foi conduzido pela empresa Gestner Gestão e Consultoria. Ao contrário de edições anteriores, desta vez, não houve contato telefônico e o envio do questionário foi feito somente por e-mail. A mudança na metodologia foi uma modernização e simplificação do formato, dando mais conforto aos respondentes. No total, 1.200 participantes preencheram a pesquisa.

Modernização no Atendimento

A pesquisa indicou um aumento de 14% com relação à 2023, na quantidade de participantes que recorrem ao atendimento via 0800. Aspectos como interesse em resolver a demanda, capacidade de transmitir confiança e cordialidade do atendente seguem com notas acima de 9. "São dados que nos mostram que o participante tem mais consciência sobre o uso deste canal, sabe que pode acionar a Forluz, reconhece a qualidade do nosso atendimento, e nos vê como parceira para solucionar suas demandas", avalia a gerente de Atendimento ao Cliente, Lidianne Mello.

Os participantes reconhecem a nossa rapidez no atendimento e o cumprimento dos prazos prometidos, segundo as notas de 8,6 e 8,8 respectivamente registradas na pesquisa. Segundo Lidianne, a Fundação tem feito um trabalho intenso de melhoria nos processos e jornadas, além de constante capacitação para garantir um retorno cada vez mais ágil. Cada integrante da equipe acumulou, em média, 5 horas de treinamento mensais no ano passado. "Conforme nossos indicadores internos, o tempo médio de espera para o atendimento caiu de 45 segundos para 30 segundos em 2024. Isso quer dizer que, em média, o participante espera em torno de 30 segundos para falar com um atendente. Além disso, 78% das demandas recebidas por e-mail são respondidas em até 24 horas. São indicadores muito positivos e que comprovam o resultado das melhorias implementadas. Seguiremos trabalhando fortemente para aprimorar cada vez mais", afirma.

Neste sentido, ela explica que o atendimento da Entidade está passando por uma fase de modernização em toda a sua estrutura. Entre as medidas já adotadas, estão: a diminuição das opções disponíveis via 0800, para que a pessoa seja direcionada de forma mais rápida ao ligar, e a troca do sistema de senhas no atendimento presencial.

São ações que integram um projeto amplo de mudança do sistema de gestão do atendimento ao cliente. Com o novo software, o e-mail atendimento@forluz.org.br foi descontinuado. Agora, as solicitações on-line devem ser feitas por meio da Central de Atendimento digital, no Portal Forluz. (<https://institucional.forluz.org.br/CentralDeAtendimento/central-atendimento>).

"Todas essas iniciativas estão integradas. O participante será identificado pelo CPF ao chegar para ser atendido, independentemente do canal escolhido. Assim, teremos acesso rápido ao histórico dele, seus pedidos e trajetória na Forluz, proporcionando uma experiência mais proveitosa e tornando o trabalho do atendente mais assertivo", ressalta.

Ainda conforme Lidianne, aprimorar a operação visa atender, em um futuro breve, um pedido frequente do público: o atendimento humano via Whatsapp. "Já temos um atendente virtual, o Bolt. Agora, nosso foco é termos condições de evoluir para o humano, caso o questionamento do participante demande intervenção da equipe. Assim, será possível atendê-lo do início ao fim, dentro do mesmo canal".

Comunicação digital e acessível

Outro ponto que apresentou estabilidade no grau de satisfação se refere à comunicação da Entidade. O tópico recebeu 99% de avaliações positivas, com nota geral de 8,7. Para a gerente de Comunicação e Marketing, Cinara Rabello, a manutenção da nota aponta a maturidade e qualidade dos serviços prestados. "Receber essa nota é muito gratificante. Sabemos que não é um assunto fácil porque lidamos com muitos termos técnicos. Este retorno do participante nos mostra que temos feito corretamente o dever de casa de traduzir, em linguagem acessível, nossas informações".

Ela conta também que o ano de 2024 foi dedicado à reformulação das redes sociais da Fundação. "As pessoas buscam informações através de canais ágeis e modernos, com comunicação mais visual e menos textual. É um caminho sem volta. E percebemos que o trabalho trouxe resultados, já que a avaliação do LinkedIn subiu 0,6% na pesquisa, e o Instagram e Youtube estão mais conhecidos pelos participantes", comenta.

O Para Viver Melhor, programa de educação financeira e previdenciária da Fundação, também ganhou mais espaço. O nível de conhecimento do programa saiu de 23% entre os respondentes no ano de 2023 para 50% em 2024. "Depois de 16 anos investindo em ações diversas, fomos surpreendidos positivamente com este crescimento. Atribuímos, principalmente, às novidades trazidas em parceria com a Sara Marques, educadora financeira. Além de palestras e consultorias individuais, lançamos com ela um grupo de Whatsapp que divulga dicas de economia, investimentos e previdência", pontua.

Fonte: [Forluz](#), em 03.02.2025.