



RiNIP

Educação, Pesquisa
e Inovação em Rede

Do SLA ao XLA: Repensando
a Satisfação do Cliente em
Provedores de Internet

— Quem sou eu?

Murilo Oliveira, Coordenador de Operações na RNP, graduado e pós-graduado em tecnologia, algumas certificações em TIC: ITIL Expert/ITIL 4 Managing, Scrum Master, ISO20000, Lean IT.



—● SLA (Acordo de Nível de Serviço)

O SLA (Service Level Agreement) é um acordo formal entre um prestador de serviços e um cliente que define os níveis esperados de serviço. Este documento estabelece parâmetros mensuráveis, como disponibilidade, desempenho, tempo de resposta e resolução, garantindo que o fornecedor atenda às expectativas do cliente. Os SLAs são essenciais para alinhar as expectativas, fornecer um padrão de qualidade e servir como referência para medir e melhorar a performance do serviço. Eles também detalham as consequências de não cumprir os níveis acordados, promovendo transparência e confiança entre as partes envolvidas.

—●● XLA (Acordo de Nível de Experiência)

O XLA (Experience Level Agreement) é um acordo que vai além dos aspectos técnicos do SLA, focando na experiência geral do cliente ao utilizar um serviço ou produto. Em vez de medir apenas métricas operacionais, como tempo de resposta e disponibilidade, o XLA avalia a satisfação e o impacto emocional do cliente. Ele considera aspectos qualitativos, como a facilidade de uso, suporte recebido, e a percepção de valor agregado. O objetivo do XLA é garantir que o cliente não apenas receba um serviço funcional, mas também tenha uma experiência positiva e memorável, promovendo lealdade e satisfação contínua.



Exemplos de SLA



Tempo de Resposta:

Medida de tempo desde a abertura de um ticket até a primeira resposta do suporte.

Exemplo: Responder a todas as solicitações de suporte em até 30 minutos

Tempo de Resolução:

Medida de tempo desde a abertura de um ticket até a sua resolução.

Exemplo: Resolver 95% dos tickets críticos em até 4 horas.

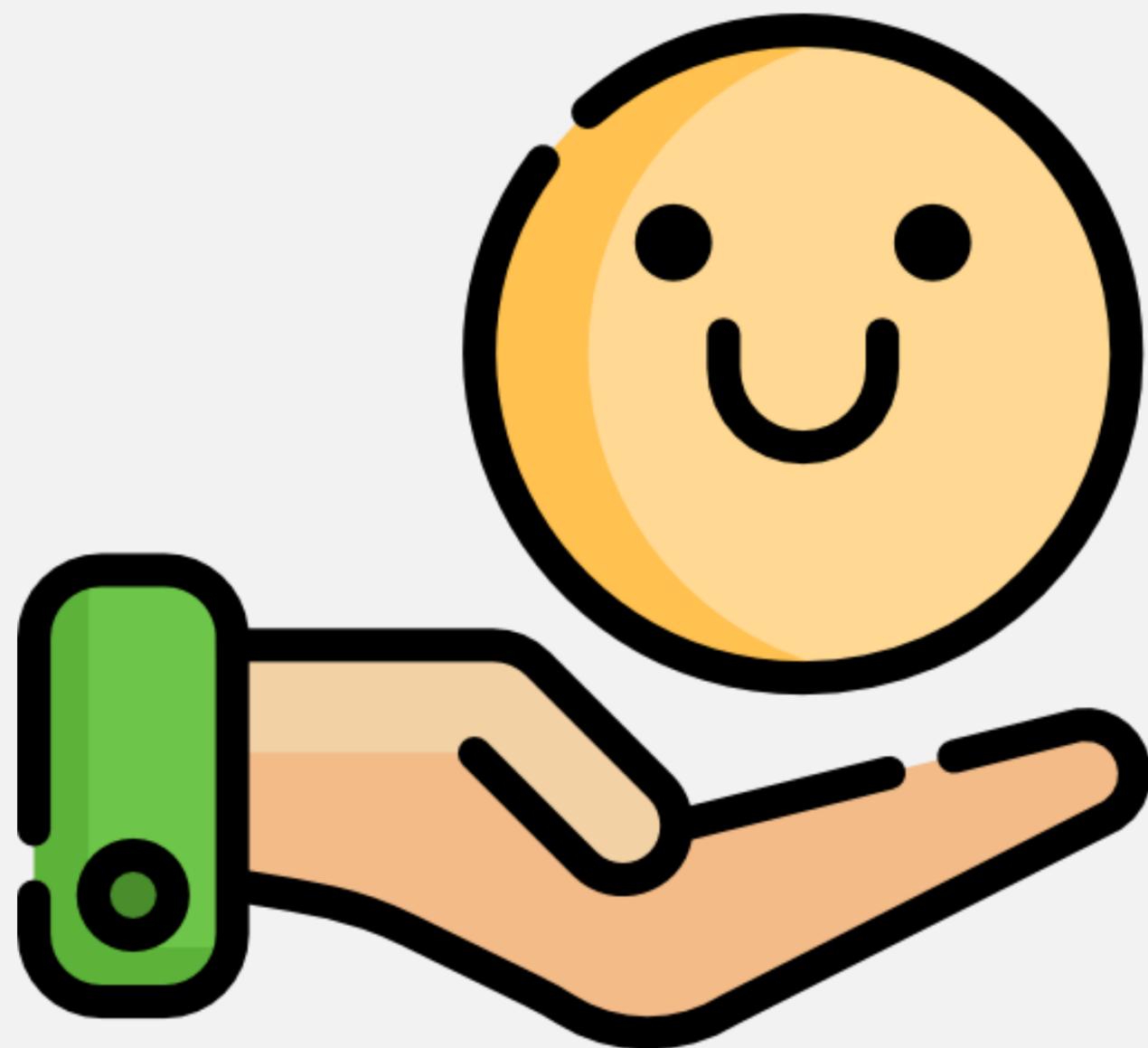
Disponibilidade do Serviço:

Porcentagem de tempo que um serviço está disponível e operacional.

Exemplo: Garantir 99,9% de uptime mensal para serviços de hospedagem.



Exemplos de XLA



Net Promoter Score (NPS):

Índice que mede a disposição dos clientes a recomendar a empresa a outros.

Exemplo: Alcançar um NPS de +50.

Customer Satisfaction Score (CSAT):

Medida de satisfação do cliente com um produto ou serviço.

Exemplo: Alcançar um CSAT de 90% nas pesquisas pós-suporte.

Customer Effort Score (CES):

Medida do esforço que o cliente precisa fazer para resolver um problema.

Exemplo: Alcançar um CES de 1,5 ou menor (de 1 a 5).



SLA vs XLA?

SLA e XLA diferem em vários aspectos:

- XLAs complementam ou apoiam, mas não substituem os SLAs;
- XLAs são dinâmicos e devem ser reavaliados sempre, e qualquer item que esteja impactando a experiência, deve ser mudado;
- Os XLAs não devem ser contratuais, independente do que você estiver medindo;
- Os XLAs analisam o desempenho da central de forma ampla, para refletir o sentimento do cliente com mais precisão.
- XLA é sobre cultura de satisfazer e servir clientes.
- XLA é totalmente compatível com uma empresa focada no cliente.

Crescente Importância do XLA

Aumento de Competitividade:

O mercado é cada dia mais competitivo, muitas empresas entram no mercado todos os anos, a economia é muito mais globalizada.

Evolução tecnológica:

Hoje devido as diversas evoluções tecnológicas, monitorar e manter um serviço disponível é bem mais viável do que anos atrás.

Maior Foco na Retenção de Clientes:

Manter clientes existentes é mais rentável do que adquirir novos. Os XLAs ajudam a identificar áreas de melhoria na experiência do cliente, promovendo maior lealdade e retenção.

— Dados de mercado sobre experiência do cliente

- Nas empresas que se concentram na experiência do cliente, há um aumento médio de 80% na receita. (Zippia)
- Marcas centradas no cliente relatam lucros 60% maiores do que aquelas que não conseguem focar na experiência. (Índice CX)
- 49% dos clientes que abandonaram uma marca à qual eram fiéis nos últimos 12 meses dizem que isso se deve a uma experiência deficiente. (Emplificado)
- Os clientes têm 2,4 vezes mais probabilidade de permanecer com uma marca quando seus problemas são resolvidos rapidamente. (Forrester)
- 66% dos consumidores afirmam que compartilharão dados pessoais sobre si mesmos se acharem que isso melhorará a experiência do cliente. (Redpoint e Harris)

Fonte: CX Trends Report 2023



Cases de Sucesso em Experiência do Cliente



nubank



amazon



WALT DISNEY



NETFLIX





Conceitos para implementação de práticas de experiência do cliente

1. Mapeie a jornada do seu cliente

É crucial entender detalhadamente a jornada atual do cliente com sua marca

2. Prepare os colaboradores

É essencial alinhar e engajar os colaboradores com o propósito das ações de melhoria.

3. Envolver todas as áreas da empresa

A experiência do cliente deve ser responsabilidade de toda a empresa.

4. Defina um método de trabalho

Trabalhar a experiência do cliente requer uma metodologia definida para gerar melhoria contínua com base no feedback do cliente.

5. Utilize números ao seu favor (XLA's)

Utilize métricas como CES, CSAT, NPS e Churn para monitorar e avaliar o impacto das ações.

6. Se apoie na tecnologia

Evolua com o apoio da tecnologia, como IA, aprendizado de máquina, e CRM para melhorar interações.

inclua também em cada exemplo uma ação a ser realizada para o resultado das aplicações em questão



Aqui estão os exemplos de métricas de XLA para provedores de internet, cada um acompanhado de uma ação a ser realizada com base nos resultados das aplicações:

1. Net Promoter Score (NPS):

- **Exemplo:** Após cada interação com o suporte técnico, enviar uma pesquisa NPS para medir a disposição dos clientes em recomendar o serviço para amigos e familiares.
- **Aplicação:** "Em uma escala de 0 a 10, qual a probabilidade de você recomendar nosso serviço de internet para um amigo?"
- **Ação:** Analisar as respostas e implementar um programa de melhoria contínua para abordar áreas de baixa pontuação, como tempo de resposta ou qualidade do atendimento, visando transformar clientes detratores em promotores.

2. Customer Satisfaction Score (CSAT):

- **Exemplo:** Após resolver um problema ou concluir uma instalação, pedir ao cliente para avaliar sua satisfação com o serviço recebido.
- **Aplicação:** "Como você classificaria sua satisfação com o serviço recebido hoje? (Muito satisfeito, Satisfeito, Neutro, Insatisfeito, Muito insatisfeito)"
- **Ação:** Realizar uma análise detalhada das áreas com baixa satisfação e proporcionar treinamentos adicionais para a equipe de suporte, além de implementar melhorias nos processos de atendimento. 

**Crie formulários de pesquisa;
Organize sua lista de clientes;
Apure respostas de pesquisas;
Entenda sentimentos no texto/fala;
Sintetize e resuma problemas;
Facilite a busca por suporte e
informações;**





“As pessoas vão esquecer o que você disse, o que você fez, mas nunca vão esquecer de como você as fez sentir.”

- Carl William Buehner, 1971.

OBRIGADO



murilo.santos@rnp.br



MINISTÉRIO DA
CULTURA

MINISTÉRIO DA
DEFESA

MINISTÉRIO DA
SAÚDE

MINISTÉRIO DAS
COMUNICAÇÕES

MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO

MINISTÉRIO DA
CIÊNCIA, TECNOLOGIA
E INOVAÇÃO

