



I B R C

INSTITUTO IBERO-BRASILEIRO DE
RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

IBRC
desde
1996
Desenvolvendo Excelência

Quem somos

O IBRC é um instituto **líder e referência** na **missão de Desenvolver o Relacionamento das empresas com seus clientes**, externos e internos, preenchendo uma Lacuna do mercado nacional que é a de educar empresas e executivos para uma **relação de consumo e excelência**.

Crescimento anual de dois dígitos nos últimos 3 anos, apesar da crise

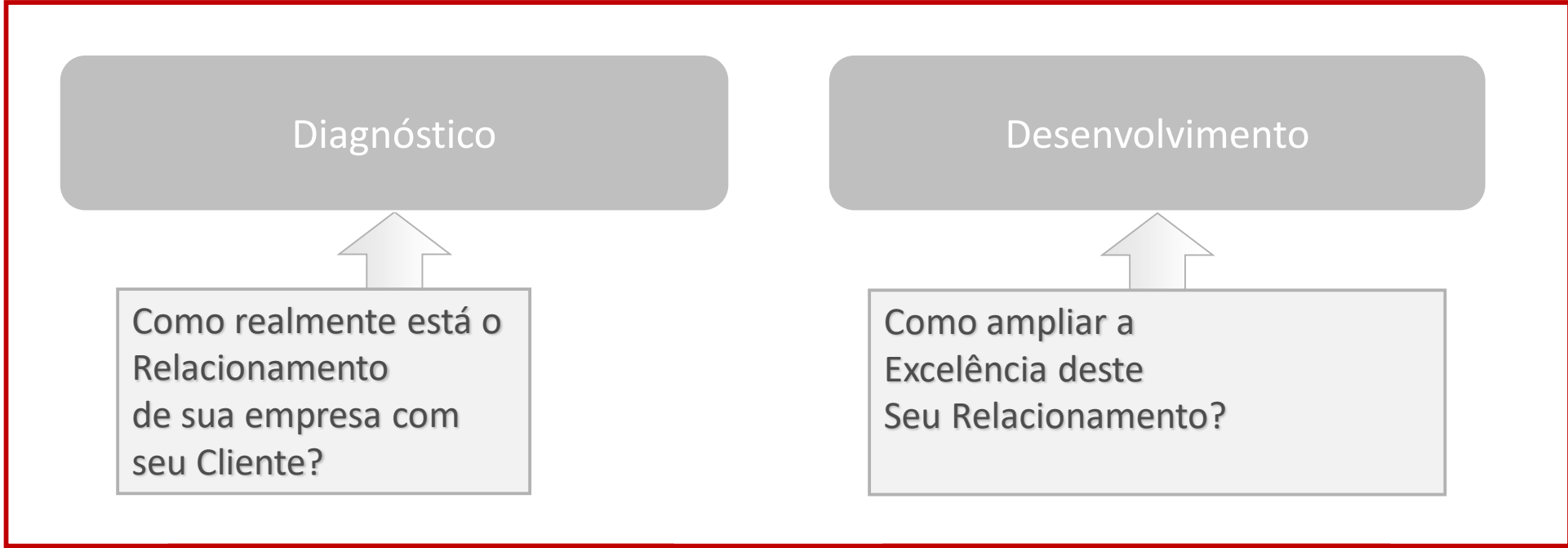
Infraestrutura Física e de Pessoas diferenciada no Brasil, América do Sul e Europa

Mais de 22 anos de excelência!

Clientes em todo planeta em diversos idiomas, mesmo fora de nossa presença física



O que fazemos



Como realmente está o Relacionamento de sua empresa com seu Cliente?

Como ampliar a Excelência deste Seu Relacionamento?

- Todos os momentos de relacionamento:**
- Pré-venda
 - Venda
 - Pós-venda

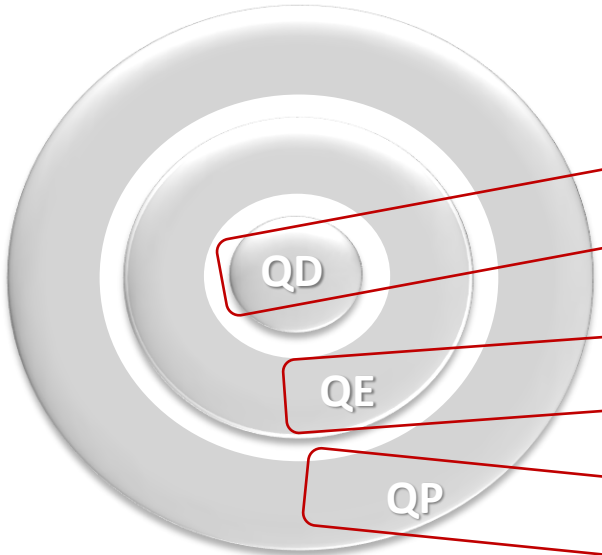
- Todos os canais de relacionamento:**
- Presencial
 - Telefônico
 - Virtual



O que fazemos

Diagnóstico

Desenvolvimento



Qualidade desenhada

Qualidade entregue

Qualidade percebida

Consultoria

KPIs

Cliente Oculto

SLAs

Monitoria Qualidade

Pesquisas

Pesquisas



O que fazemos

Diagnóstico

Desenvolvimento

Educação Empresarial

Ouvidoria

Teleserviços

Cultura Corporativa

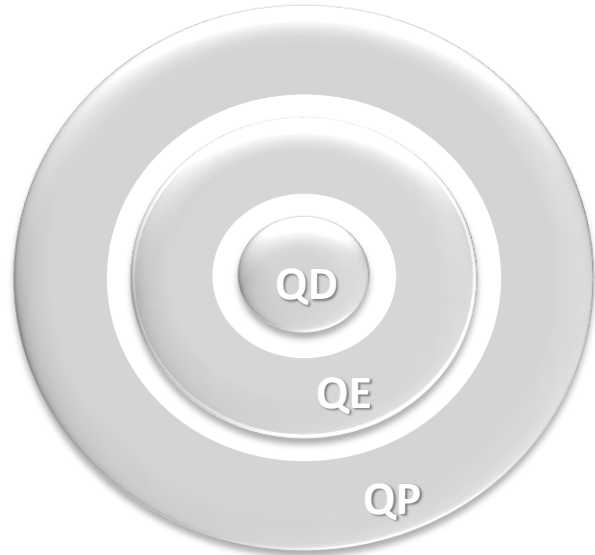




O que fazemos

Diagnóstico

Desenvolvimento



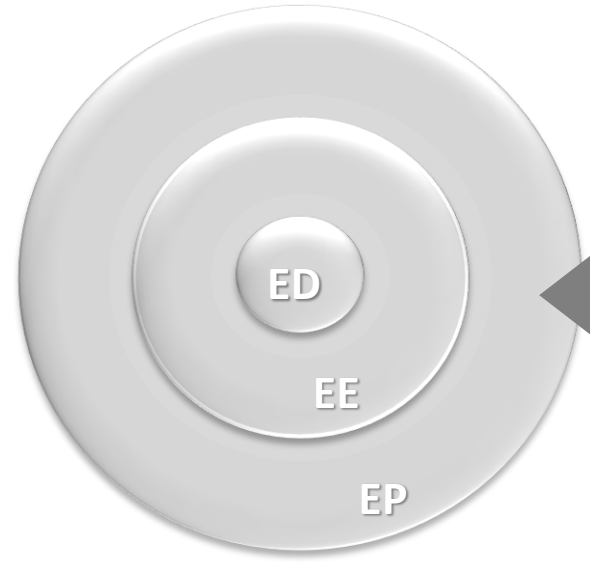
Evolução da Qualidade



O que fazemos

Diagnóstico

Desenvolvimento



Excelência



Diferenciais

Somos desde 2010, em parceria com a maior revista de negócios do país os formuladores do primeiro estudo nacional que ranqueia anualmente as melhores e piores empresas em atendimento, o **Ranking EXAME / IBRC de Atendimento ao Cliente**:



Diferenciais



Na Mídia - Em 2014 já foram mais de 100 programas, matérias e artigos publicados dentre outros.



Certificações

Somos filiados/certificados às principais entidades nacionais e internacionais, seguindo seus códigos de ética rigorosamente.



Cientes



Mais de 1.000 clientes corporativos já consumiram serviços desenvolvidos pelo IBRC.



Expertise ímpar em saúde

As principais fontes pagadoras e prestadores do país são nossos clientes





Pesquisa de Satisfação com Beneficiários

(ano base 2019)

Formulário ESTENDIDO



Metodologia

- ❖ Fora as questões de perfil, filtro ou para mensurações específicas, para a satisfação em si, usamos afirmativas, não perguntas, reduzindo a tendência à neutralidade;
- ❖ Para cada afirmativa, pedimos uma nota seguindo a escala de Likert, de 1 a 5, significando (1) discordo totalmente, (2) discordo, (3) não concordo nem discordo, (4) concordo e (5) concordo totalmente;
- ❖ O nível de satisfação com cada afirmativa é dado pela soma dos percentuais atribuídos ao top 2 box, assim:
 - 4 e 5 (Satisfeitos)
 - 3 (Neutros)
 - 1 e 2 (Insatisfeitos)
- ❖ Olhando para a constituição do top 2 box, classificamos a Satisfação em 3 níveis:

	De 90 – 100: Nível de satisfação de excelência (são as forças)
	De 80 – 89: Nível de satisfação conforme (são as oportunidades)
	De zero Até 79: Nível de satisfação não conforme (fraquezas de 51 a 79), sendo considerado Crítico o nível abaixo de 50 (ameaças)

A soma dos resultados pode variar entre 99 e 101% por motivos de arredondamento.

» SSI - Spontaneous Satisfaction Index©

O Índice de Satisfação Geral Espontâneo é obtido pela primeira afirmativa para a pesquisa como um todo e para cada bloco, onde o cliente expõe sua satisfação sem a contaminação de fazê-lo pensar nas etapas que compõem sua jornada na empresa/serviço/produto/área, etc. Precisa ser a primeira justamente para que traduza espontaneamente à experiência do cliente, o que ele tem em mente sem que tenha tempo de pensar nas etapas operacionais do relacionamento, ficando livre da análise de desempenho operacional representando uma percepção “mais pura”, “menos contaminada”. Representa mais a qualidade percebida e o aspecto mais relacional, afetivo com produto/serviço, marca e pessoas.

SSI é como se é visto/percebido, sem relação direta com as entregas em si.

» CES – Customer Effort Score

O Índice de Esforço do Cliente preconiza que quanto menor o esforço do cliente para cumprir seus objetivos, maiores serão as chances de fidelização com a marca.

Avalia o quão fácil foi solucionar um problema ou necessidade.

» CJI - Customer's Journey Index©

O Índice da Jornada do Cliente, é um indicador de satisfação geral induzido, obtido por um cálculo modal considerando os pesos auferidos na validação dos demais itens de cada bloco (exceto a afirmativa inicial, que é a SSI).

É calculado a partir do desempenho colhido dos diversos atributos específicos abordados após a satisfação geral espontânea. Representa a análise do desempenho de cada etapa do processo/percurso, “*step by step*” pelo qual o cliente passa – sua jornada - cuja satisfação está sendo pesquisada. Representa a qualidade entregue, ou seja, o aspecto operacional com produto/serviço, marca e pessoas.

O CJI é como se entrega. Independentemente de como se é visto/percebido.

SSI > CJI = Você é melhor visto/percebido do que efetivamente entrega

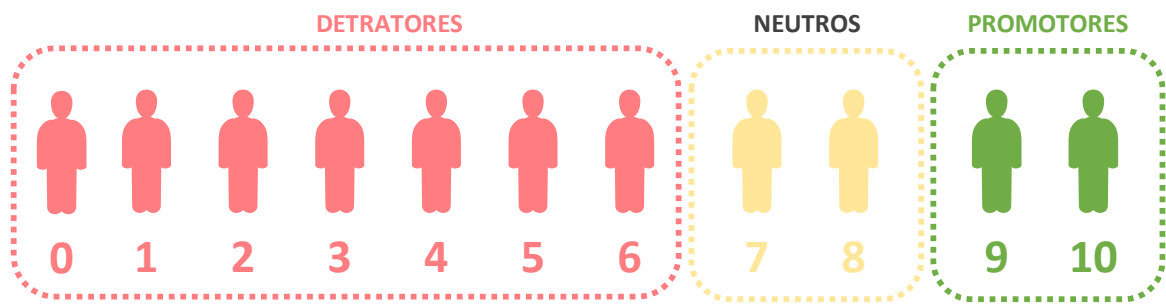
CJI > SSI = Você entrega melhor do que é visto/percebido

Indicadores

» NPS – Net Promoter Score

É o único índice de lealdade do cliente globalmente aceito, classifica os clientes, agrupados em: promotores, neutros e detratores.

Foi desenvolvido pela americana Bain & Company, por meio de estudos prospectivos. Utilizamos os conceitos publicados no livro “A Pergunta Definitiva” de Fred Reichheld. É obtido pelo que Reichheld chama de “a pergunta definitiva”: Você recomendaria o serviço/produto/empresa para parentes e amigos? Qual a probabilidade de você recomendar, dando nota de 0 a 10, onde 0 = nem um pouco provável e 10 = altamente provável?

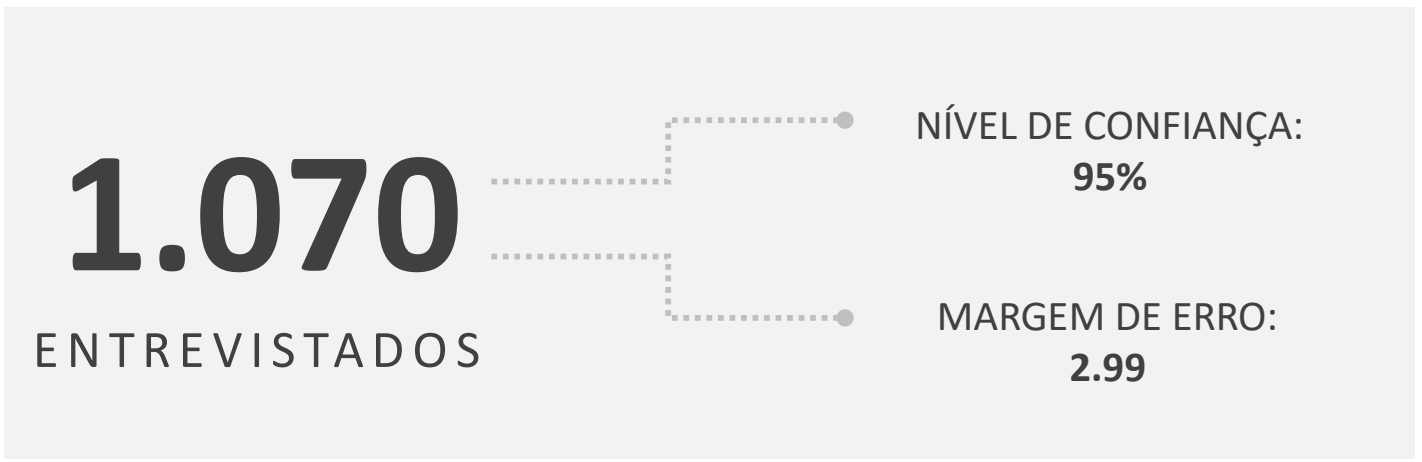


$$NPS = \% \text{ de PROMOTORES} - \% \text{ de DETRATORES}$$

Significado do NPS Obtido

- ≥ 60** Fidelidade e excelência
- ≥ 30 ≤ 59** Fidelidade conforme
- ≤ 29** Fidelidade não conforme

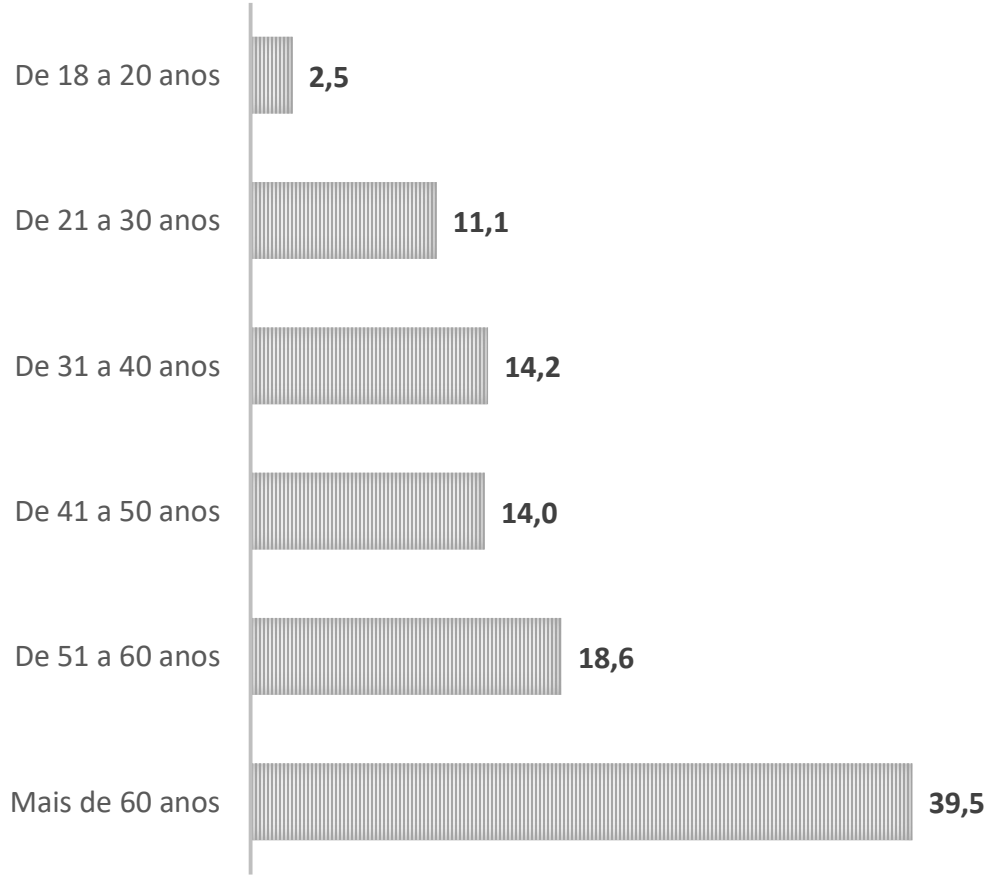
Dados técnicos



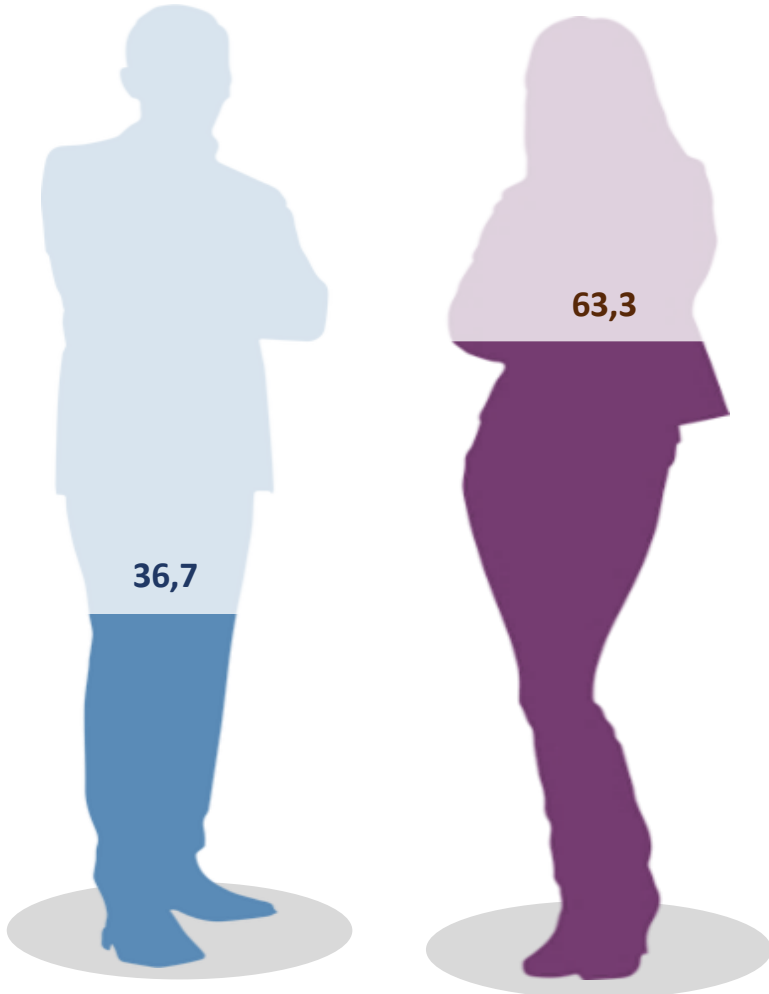
- ❖ **População:** Beneficiários com 18 anos ou mais possuidores do plano Unimed Fesp.
- ❖ **Universo:** 287.318.
- ❖ **Período de Campo:** Março de 2020.
- ❖ **Taxa de resposta:** 23%. Falamos com 4.707 pessoas para alcançar o volume amostral estabelecido.
- ❖ **Classificação:**
 - 1 - Questionário concluído: 1.070.
 - 2 - O beneficiário não aceitou participar da pesquisa: 87 (2%).
 - 3 - O beneficiário é incapacitado por limitações de saúde de responder a pesquisa: 86 (2%).
 - 4 - Não foi possível localizar o beneficiário: 3.464 (74%).
- ❖ **Forma de coleta dos dados:** Pesquisa telefônica (CATI).
- ❖ **Seguidos os códigos de ética ASQ, ICC/ESOMAR e a norma ABNT NBR ISO 20.252.**
- ❖ **Responsável técnico:** Adriana Aparecida Marçal, inscrita no Conselho Regional de Estatística da 3ª Região, sob o número 10524.
- ❖ **Instituto responsável pela coleta de dados:** Instituto Ibero-Brasileiro de Relacionamento com o Cliente.

Dados técnicos

Faixa Etária



Gênero



Nota: Resultados apresentados em percentual (%).



Painel de Indicadores

	GERAL			GÊNERO		TIPO DE PLANO		FAIXA ETÁRIA					
	2017	2018	2019	Feminino	Masculino	Coletivo por Adesão	Coletivo Empresarial	18 a 20	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	Mais de 60
SSI	73	77	87	86	89	85	88	81	83	89	85	85	89
CES	NA	NA	76	75	78	75	77	74	77	70	73	72	82
CJI	68	73	79	79	80	79	80	80	82	75	77	76	83
NPS	5	20	31	30	33	22	39	48	39	30	31	24	32
Base:	1.067	1.055	1.067	675	392	499	568	27	117	151	150	199	423

Variou acima da margem

Variou dentro da margem

Não variou

SSI, CES e CJI - % satisfeitos

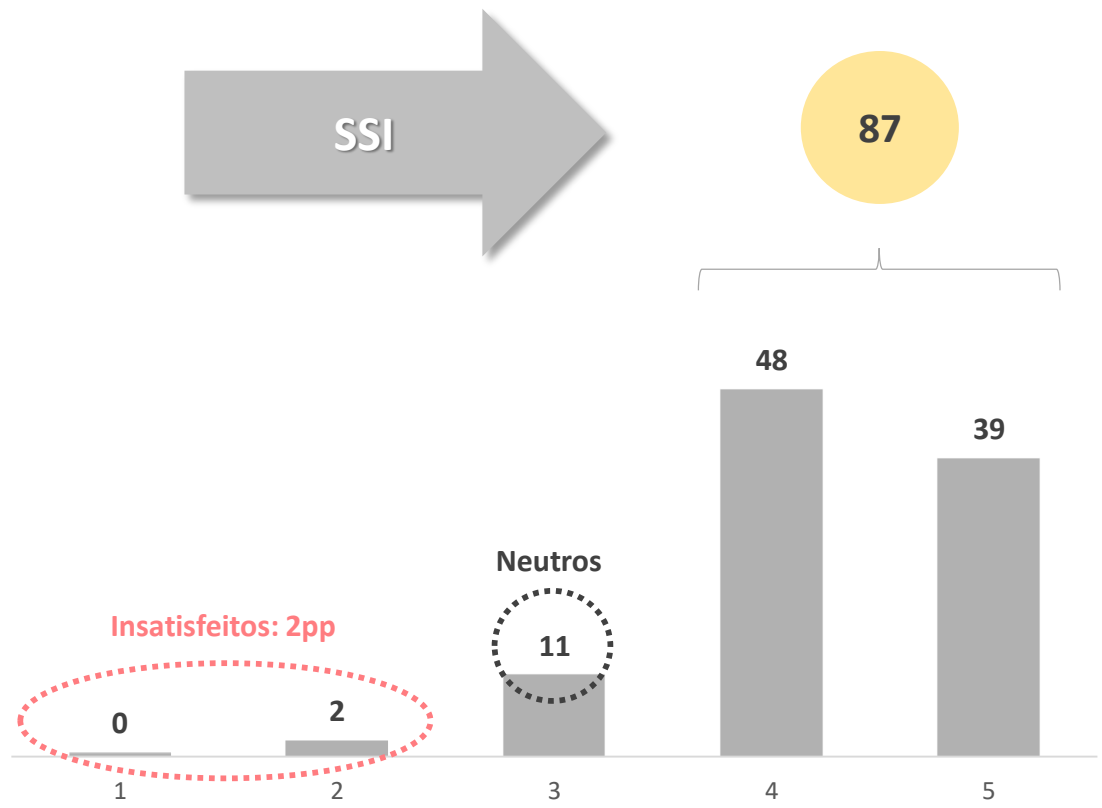
- 90 a 100 Excelência / Força
- 80 a 90 Conformidade / Oportunidade
- 0 a 79 Não conformidade / Fraquezas ou Ameaças

NPS

- ≥ 60
- ≥ 30 ≤ 59
- ≤ 29

SSI - Detalhamento

12 - No geral, estou satisfeito com o meu plano de saúde da Unimed Fesp



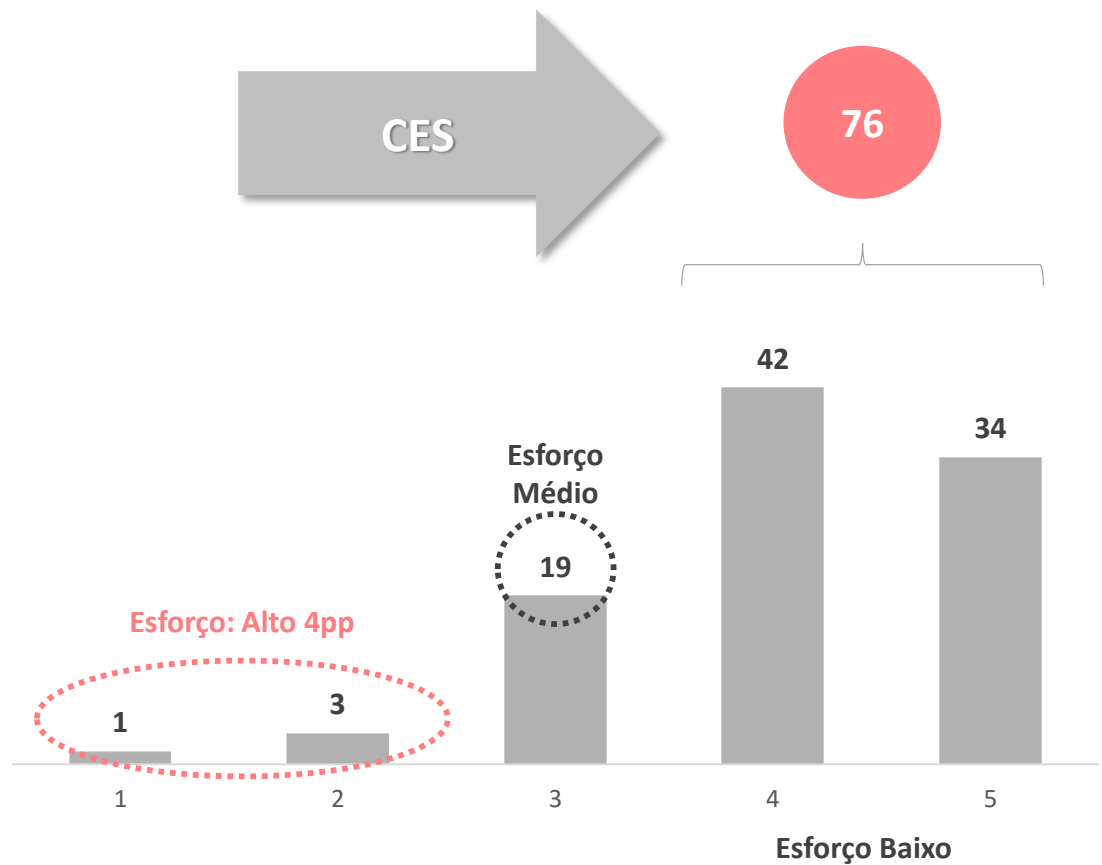
Justificativas dos não satisfeitos

- “Em São Paulo não consigo ser atendida pela Unimed Fesp, os bons hospitais não atendem.” (Empresarial)
- “O atendimento é péssimo e muito demorado, quando é pela Unimed o médico nem te olha na cara.” (Adesão)
- “A dificuldade de acessar o portal de agendamento de consultas, não tem como, só presencial.” (Empresarial)
- “O atendimento, no dia que eu fui demorou mais de meia hora.” (Empresarial)
- “Difícil ter atendimento médico, demora para atender a gente e não tem os médicos que eu gostaria.” (Empresarial)
- “É muito ruim na minha cidade que é Taubaté, você tem que ir para outra cidade, não pode usar os médicos que a gente quer.” (Adesão)
- “Às vezes não tem diferença de atendimento em relação ao SUS.” (Empresarial)
- “Às vezes demora para conseguir agendar uma consulta, às vezes só consigo agendar com um médicos desconhecidos porque os mais populares a gente não consegue.” (Empresarial)
- “Pois eu estou com um pedido de cirurgia há 3 semanas, está parado.” (Empresarial)
- “No geral fui atendida, mas o preço é muito alto.” (Adesão)
- “O valor da mensalidade é muito alto.” (Adesão)

Base: 1.067.
Nota: Resultados apresentados em percentual (%).

CES - Detalhamento

13 - Quando tenho necessidade de resolver um problema ou esclarecer dúvidas com a Unimed Fesp não preciso fazer muito esforço

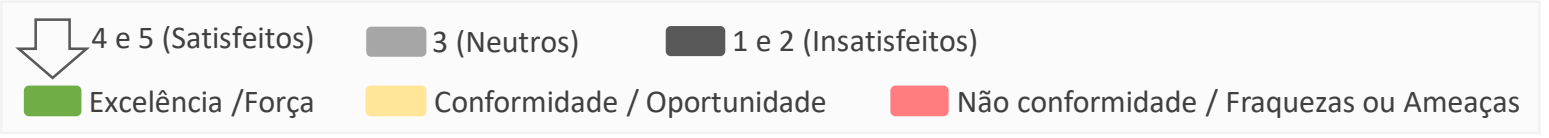
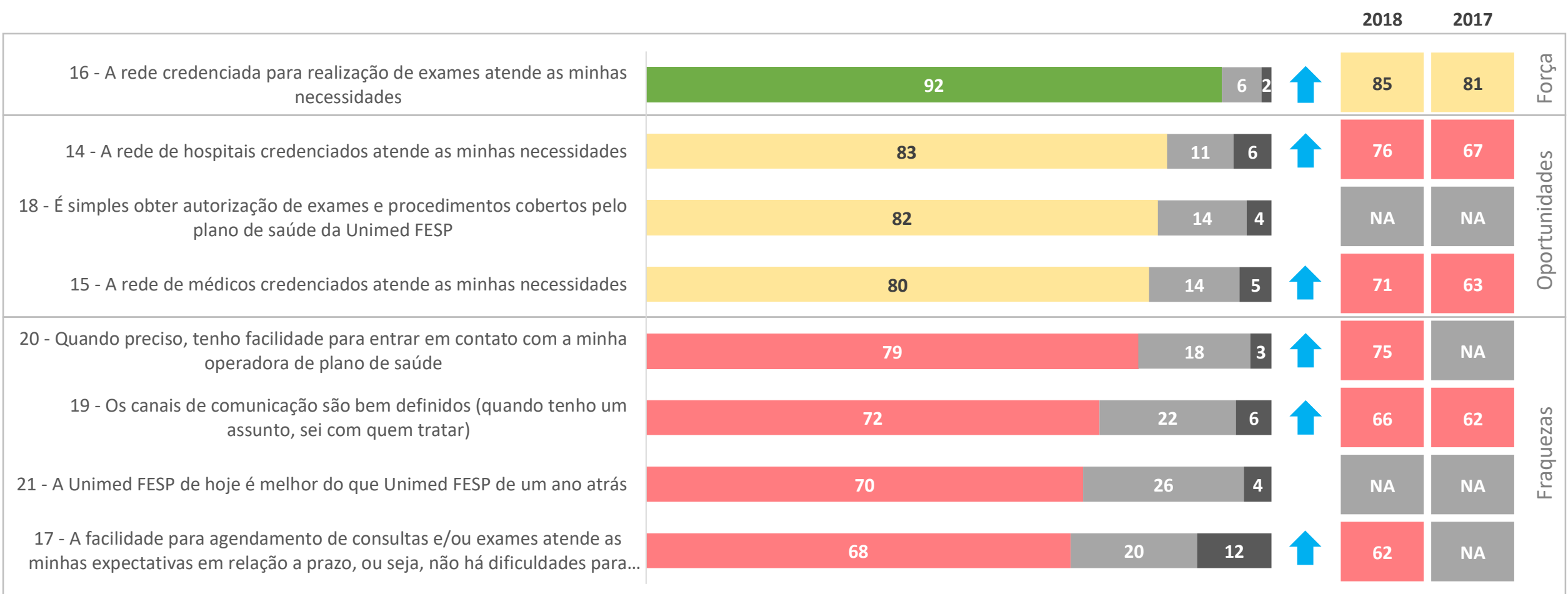


Justificativas dos que enxergam esforço Alto e Médio

- “Algumas vezes é necessário ficar ligando em SP ou em Bauru e tem horas que se torna confuso.” (Empresarial)
- “Para fazer alguns exames mais complexo demora para autorizar.” (Adesão)
- “Acho o site um pouco ruim para dar informação, tem que ter o número da carteirinha.” (Empresarial)
- “Precisei de uma autorização e ninguém sabia como me ajudar, fui jogada de um canto para outro até conseguir, fiquei 12 dias procurando pelo canal certo.” (Empresarial)
- “Por causa da burocracia e a falta de especialistas na cidade.” (Adesão)
- “A dificuldade de comunicação, a Unimed é nacional e tem um polo em todos os locais, mas a comunicação entre os polos é deficiente e não conseguimos utilizar rápido, em exames de urgência.” (Adesão)
- “Eu ligo e ficam enrolando e não dão respostas do que se precisa. E não acho justo por pagar R\$4.500,00 e ter que realizar coisas por fora do plano.” (Adesão)
- “Na verdade não consigo falar com eles, não consigo acessar o sistema.” (Adesão)
- “Para fazer pedidos para liberação de exames e cirurgias, tem que ir até a loja.” (Empresarial)

Base: 1.025.
Nota: Resultados apresentados em percentual (%).

Jornada do Cliente



Nota: Resultados apresentados em percentual (%).

Jornada do Cliente

	GERAL	Feminino	Masculino	Coletivo Adesão	Coletivo Empresarial	
16 - A rede credenciada para realização de exames atende as minhas necessidades	92	92	92	92	92	Força
14 - A rede de hospitais credenciados atende as minhas necessidades	83	83	84	82	85	Oportunidades
18 - É simples obter autorização de exames e procedimentos cobertos pelo plano de saúde da Unimed Fesp	82	81	83	82	81	
15 - A rede de médicos credenciados atende as minhas necessidades	80	79	84	77	84	
20 - Quando preciso, tenho facilidade para entrar em contato com a minha operadora de plano de saúde	79	77	82	78	80	Fraquezas
19 - Os canais de comunicação são bem definidos (quando tenho um assunto, sei com quem tratar)	72	72	73	74	71	
21 - A Unimed Fesp de hoje é melhor do que Unimed Fesp de um ano atrás	70	71	67	70	70	
17 - A facilidade para agendamento de consultas e/ou exames atende as minhas expectativas em relação a prazo, ou seja, não há dificuldades para agendar	68	66	71	68	68	

■ Excelência /Força
 ■ Conformidade / Oportunidade
 ■ Não conformidade / Fraquezas ou Ameaças

Nota: Resultados apresentados em percentual (%).



Jornada do Cliente

	GERAL	De 18 a 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	
16 - A rede credenciada para realização de exames atende as minhas necessidades	92	88	91	87	92	90	95	Força
14 - A rede de hospitais credenciados atende as minhas necessidades	83	92	89	81	81	81	84	Oportunidades
18 - É simples obter autorização de exames e procedimentos cobertos pelo plano de saúde da Unimed Fesp	82	69	81	76	82	78	86	
15 - A rede de médicos credenciados atende as minhas necessidades	80	77	90	79	72	78	83	
20 - Quando preciso, tenho facilidade para entrar em contato com a minha operadora de plano de saúde	79	65	79	73	78	76	83	Fraquezas
19 - Os canais de comunicação são bem definidos (quando tenho um assunto, sei com quem tratar)	72	81	73	62	72	67	78	
21 - A Unimed Fesp de hoje é melhor do que Unimed Fesp de um ano atrás	70	68	68	64	58	64	80	
17 - A facilidade para agendamento de consultas e/ou exames atende as minhas expectativas em relação a prazo, ou seja, não há dificuldades para agendar	68	88	74	61	59	63	73	

■ Excelência /Força
 ■ Conformidade / Oportunidade
 ■ Não conformidade / Fraquezas ou Ameaças

Nota: Resultados apresentados em percentual (%).



17 - A facilidade para agendamento de consultas e/ou exames atende as minhas expectativas em relação a prazo, ou seja, não há dificuldades para agendar (68%)

“Quando fala que é do plano demora mais de meses para as consultas, em torno de um mês e os médicos tiram férias todos juntos.” (Empresarial)

“A espera é muito longa, pois dependendo da especialidade leva de 3 a 4 meses em relação à consulta e os exames demoram 30 dias.”
(Empresarial)

“Não consigo, quando eu agendo leva em torno de 30 dias para uma consulta, aqui na minha cidade os médicos dão prioridade para quem passa no particular.” (Adesão)

21 - A Unimed Fesp de hoje é melhor do que Unimed Fesp de um ano atrás (70%)

“Acho que o número de pessoas cobertas pelo plano aumentou e os prestadores não aumentaram na mesma proporção.” (Empresarial)

“Não melhorou em nada, ela piorou, no interior ainda funciona um pouco, mas na capital nada.” (Empresarial)

“Não é melhor porque eu não sei se os médicos têm cotas para atendimento, mas a cada ano que passa fica mais distante para marcar consultas.” (Adesão)

19 - Os canais de comunicação são bem definidos, quando tenho um assunto, sei com quem tratar (72%)

“Quando perdi minha carteira, foi difícil resolver, cada número que ligava pedia para ligar para outro.”
(Adesão)

“Você não consegue falar diretamente com a Fesp, pois você fica passando de Unimed em Unimed até chegar na Fesp.” (Empresarial)

“Principalmente quando entro no site é muito difícil de encontrar os canais para poder falar, tenho dificuldades também de encontrar médicos.” (Empresarial)

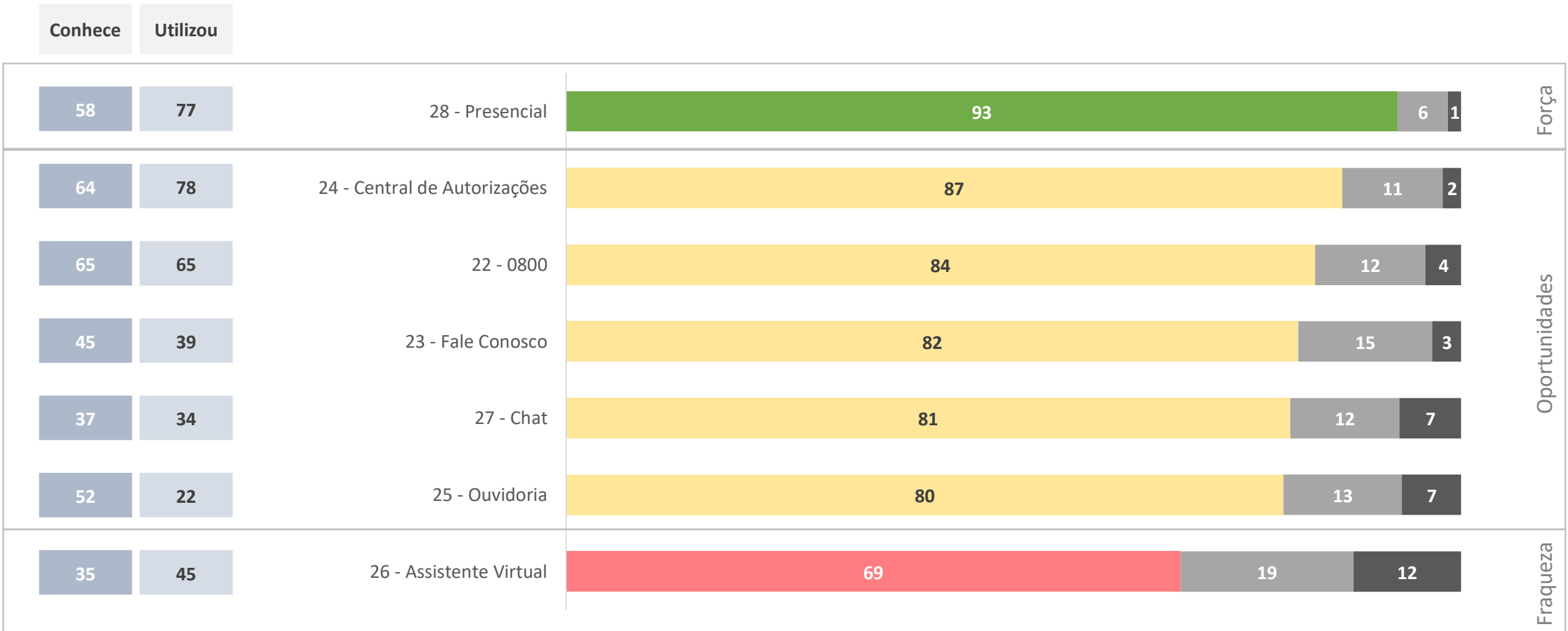
20 - Quando preciso, tenho facilidade para entrar em contato com a minha operadora de plano de saúde (79%)

“Como é em toda Unimed, é difícil saber com quem contatar. Moro em Votorantim e uso muito o plano em Sorocaba, são Unimed’s diferentes e sempre tenho que pegar uma autorização para usar, como é tudo Unimed acho que poderia simplificar. A Unimed costuma centralizar muito os exames da unidade deles e o hospital da Unimed aqui fica bem afastado.” (Adesão)

“Quando preciso é mais fácil ir até a Unidade do que entrar em contato por telefone, já tentei baixar o App, mas não consegui utilizar.” (Empresarial)

“Eles sempre ou quase sempre protelam o atendimento, não tem uma resposta imediata.” (Adesão)

Canais de Atendimento



4 e 5 (Satisfeitos)
 3 (Neutros)
 1 e 2 (Insatisfeitos)

Excelência / Força
 Conformidade / Oportunidade
 Não conformidade / Fraquezas ou Ameaças

Nota¹: Resultados apresentados em percentual (%).
 Nota²: Não há histórico para estas questões por ser o primeiro ano de aplicação.



Canais de Atendimento

Conhece		Utilizou			Geral	Feminino	Masculino	Coletivo Adesão	Coletivo Empresarial	
58	77	28 - Presencial	93	93	93	92	93			Força
64	78	24 - Central de Autorizações	87	87	87	88	85			Oportunidades
65	65	22 - 0800	84	83	86	82	85			
45	39	23 - Fale Conosco	82	81	83	78	85			
37	34	27 - Chat	81	78	87	67	88			
52	22	25 - Ouvidoria	80	80	79	82	79			
35	45	26 - Assistente Virtual	69	68	71	63	72			Fraqueza

■ Excelência /Força
 ■ Conformidade / Oportunidade
 ■ Não conformidade / Fraquezas ou Ameaças

Nota: Resultados apresentados em percentual (%).



Canais de Atendimento

Conhece		Utilizou			Geral	De 18 a 20 anos	De 21 a 30 anos	De 31 a 40 anos	De 41 a 50 anos	De 51 a 60 anos	Mais de 60 anos	
58	77	28 - Presencial	93	91	88	94	90	94	95	Força		
64	78	24 - Central de Autorizações	87	67	88	88	88	82	88	Oportunidades		
65	65	22 - 0800	84	80	90	88	88	79	81			
45	39	23 - Fale Conosco	82	100	85	83	81	74	84			
37	34	27 - Chat	81	100	93	88	92	60	66			
52	22	25 - Ouvidoria	80	100	100	71	75	75	84			
35	45	26 - Assistente Virtual	69	86	82	60	84	61	58	Fraqueza		

■ Excelência /Força
 ■ Conformidade / Oportunidade
 ■ Não conformidade / Fraquezas ou Ameaças

Nota: Resultados apresentados em percentual (%).



26 - Assistente Virtual (69%)

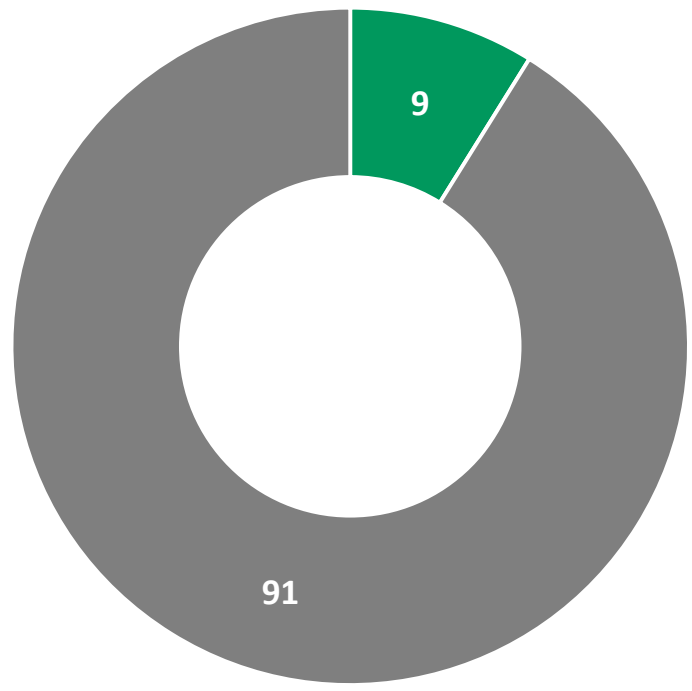
“A falta de funcionalidade, pois você acaba sendo redirecionado a um atendente, tornando inútil a utilização da assistência virtual.” (Adesão)

“Nunca consigo a resposta para a minha dúvida, é muito genérica a resposta.” (Empresarial)

“É horrível, porque são feitas inúmeras perguntas, para no final informar que não podem nos atender.” (Adesão)

Reclamação/Resolução

29 - Nos últimos 12 meses você registrou alguma reclamação na Unimed Fesp?



■ Sim
■ Não

Gênero

Feminino	Masculino
11	5
677	393

Tipo de Plano

Adesão	Empresarial
9	8
499	571

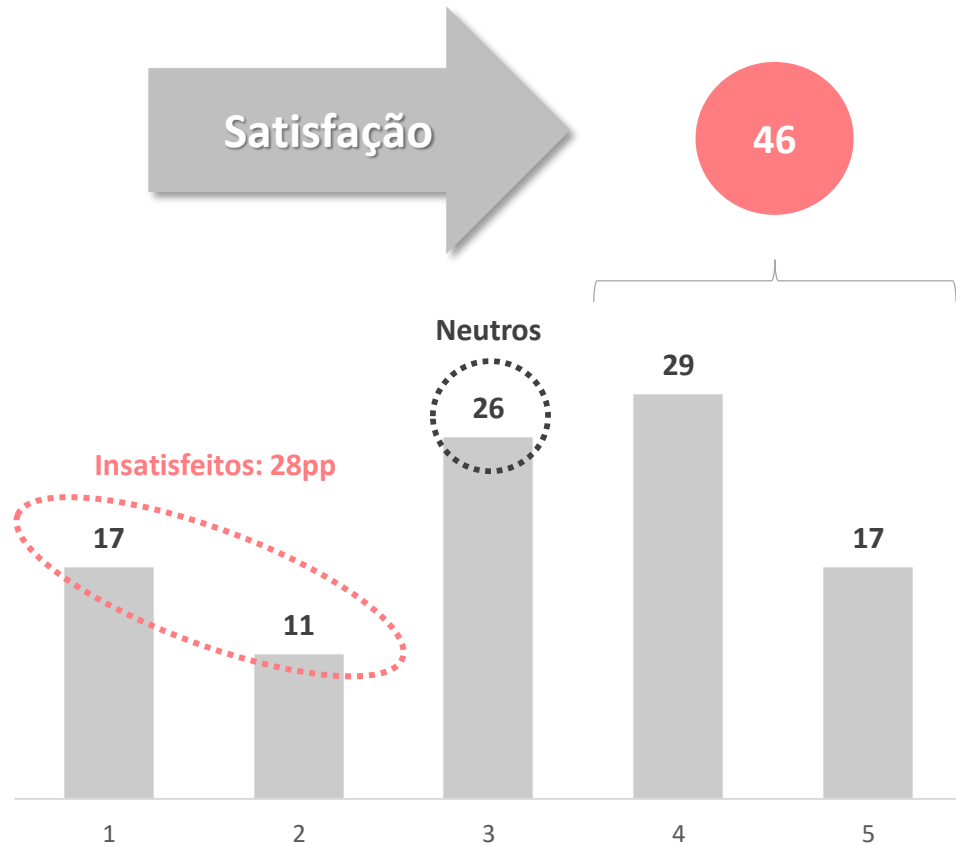
Faixa Etária

18 a 20	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	>60
0	3	11	11	12	8
27	119	152	150	199	423

Base: 1.070.
Nota: Resultados apresentados em percentual (%).

Reclamação/Resolução

29.1 - Fiquei totalmente satisfeito com resolução dada a minha reclamação



Gênero

Feminino	Masculino
51	29
74	21

Tipo de Plano

Adesão	Empresarial
45	48
47	48

Faixa Etária

18 a 20	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	>60
NA	75	35	41	43	53
0	4	17	17	23	34

Base: 95.

Nota¹: Resultados apresentados em percentual (%).

Nota²: Questão realizada apenas para quem respondeu "Sim" na pergunta anterior.

■ Excelência /Força
 ■ Conformidade / Oportunidade
 ■ Não conformidade / Fraquezas ou Ameaças

29.1 - Fiquei totalmente satisfeito com resolução dada a minha reclamação (46%)

“Expliquei para a Unimed o meu problema e tentaram solucionar no consultório. Resolveram parcialmente. Estou tentando resolver meu problema até agora. O médico me cobrou e não emitiu nota fiscal.”
(Empresarial)

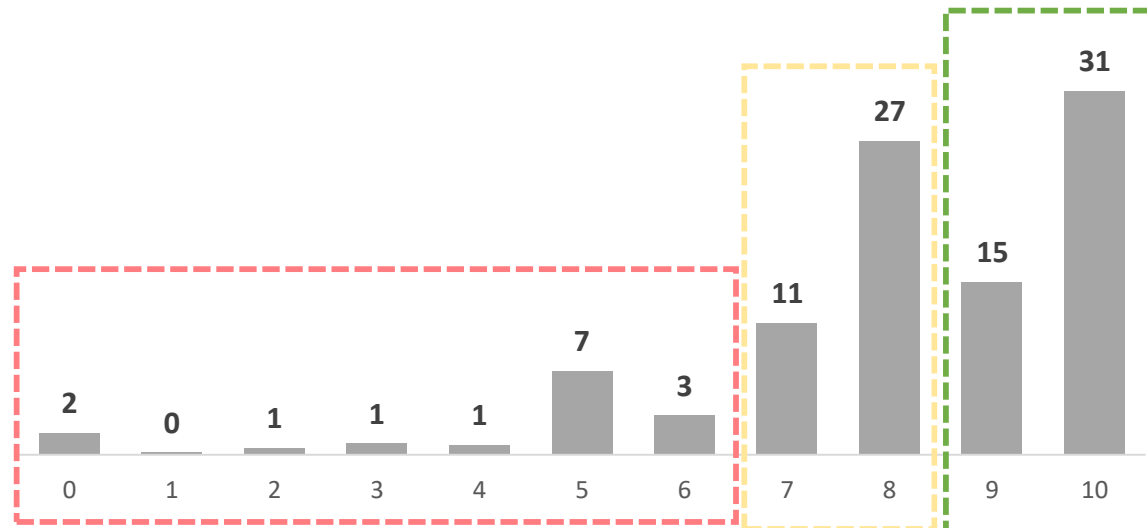
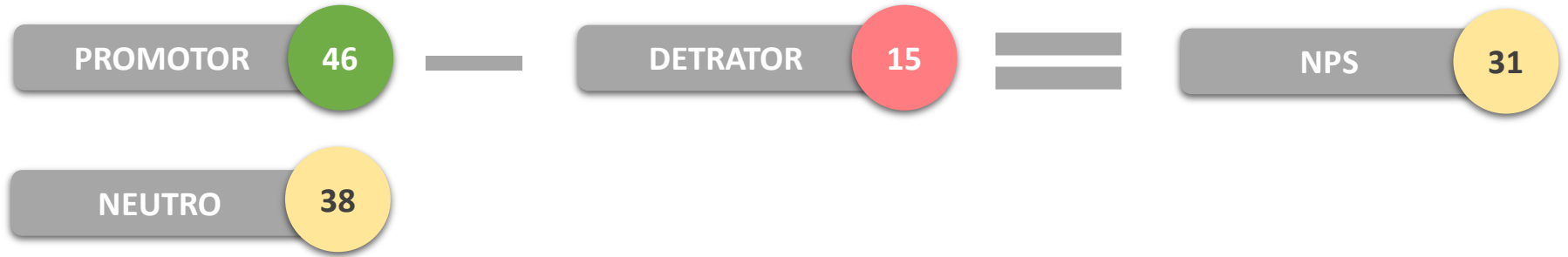
“Não fizeram o que eu solicitei. Disseram que eu deveria seguir o protocolo da Unimed de Jundiá. Estou insatisfeita e não vejo vantagem em ter Unimed Fesp.” (Adesão)

“Não resolveram meu problema sobre descontar automaticamente em conta corrente, bem como não enviam os boletos. Eu preciso sempre ir atrás do meu genro para ele realizar o pagamento pelo celular dele. Como sou idosa, tenho dificuldades de sempre tentar resolver este problema todo final de mês em ir atrás e pagar o boleto.” (Adesão)

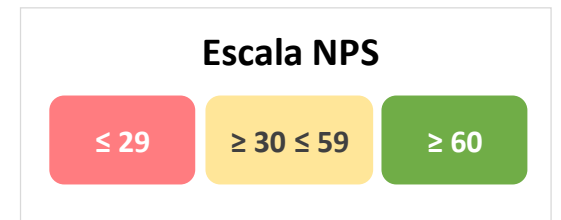
NPS – Fidelidade



30 - Qual a probabilidade de indicar a Unimed Fesp a um parente ou amigo? Dê uma nota de 0 a 10, onde 0 é nem um pouco provável e 10 é altamente provável.



Base: 1.063.



PROMOTORES

“Gosto e sou bem atendida. Faço tratamento fora da minha cidade e para mim é muito bom porque posso ser atendida em outra cidade, e em dois dias consegui consulta.” (Empresarial)

“Porque é muito bom em tudo, não tenho queixa de nada. Tudo o que precisei fui bem atendida.” (Empresarial)

“Sempre indiquei para meus amigos. Pois meu atendimento hospitalar foi muito bom, tive um caso grave e fiquei internada durante 5 dias, e fui muito bem atendida.” (Adesão)

NPS – Fidelidade

DETRATORES

“Ela não funciona como deveria, não tem rede credenciada suficiente, descredencia os médicos e não informa o usuário, você compra uma cobertura e quando vai usar não tem. A Unimed de São Paulo é um inferno, mas em Campinas funciona muito bem.”
(Empresarial)

“Por ser distante e por não ter um atendimento pronto principalmente com relação à consultas periódicas.”
(Adesão)

“Demora nas consultas, o hospital Unimed da minha cidade não atende há meses, não é 24 horas e não tem pediatra.” (Empresarial)



INSTITUTO IBERO-BRASILEIRO DE
RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

"Nós somos aquilo que repetidamente fazemos,
portanto a excelência não é um ato isolado, mas sim um
hábito."
Aristóteles

Obrigado!
www.ibrc.com.br