

ENCONTRO NACIONAL UNIMED DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE



REUNINDO
IDEIAS

GfK – Growth from Knowledge



A GfK é uma empresa alemã, há mais de 25 anos no Brasil, *full service* em pesquisas, capaz de apoiar os clientes em diferentes tipos de estudos e setores, e especialista em integração de informações.

16 anos Prêmio Consumidor Moderno | Grandes Programas do Mercado

O Prêmio

- Como funciona
- Amostra por canal de atendimento

O Prêmio Nacional Unimed de Relacionamento com o cliente é estruturado em 5 fases:

- 1. Fase 1 – Inscrição, Estrutura Unimed**
- 2. Fase 2 – Análise da Qualidade das Centrais Unimed**
- 3. Fase 3 – Atendimento Presencial**
- 4. Fase 4 – Cliente Real**
- 5. Fase 5 – Avaliação Reclame Aqui**

Amostra por canal

1 Ligação

10 ligações programadas para cada Unimed.

2 E-mail

5 e-mails enviados para cada Unimed inscrita.

3 Chat

1 dúvida enviada via chat para cada Unimed inscrita.

4 Redes Sociais

Tanto Facebook quanto Twitter receberam 1 publicação por Unimed inscrita.

5 Fale Conosco

1 mensagem enviada para cada fale conosco inscrito.

6 Reclame Aqui

Todas as Unimeds inscritas foram consultadas no Reclame Aqui

6 Presencial

1 visita presencial por cada Unimed inscrita.

Exemplos de perguntas feitas durante as interações:

O aplicativo da Unimed esta disponível para Windows Phone?

A Unimed possui projetos assistenciais?

Gostaria de entender por que existe o período de carência?

Posso agendar consultas pela aplicativo Unimed?

Quero me candidatar a uma vaga na Unimed como devo proceder?

O que pode ser considerado atendimento de urgência?

Posso usar este canal para tirar dúvidas?

Não tenho um plano da Unimed ainda, mas como viajo bastante gostaria de saber se ao virar cliente pode ser atendido em qualquer unidade Unimed?

O guia medico está disponível online?

Dependentes também podem ser atendidos na modalidade intercâmbio

Evolução do Prêmio

Performance Geral: Evolução da Premiação

2014
63%

Federação do Estado do Paraná
Unimed São José do Rio Preto
Unimed Vale do Sinos
Cooperativa de Trabalho Médico de Videira

2015
68%

Federação do Rio Grande do Sul
Vales do Taquari e Rio Pardo
Unimed Litoral
Unimed Planalto Norte

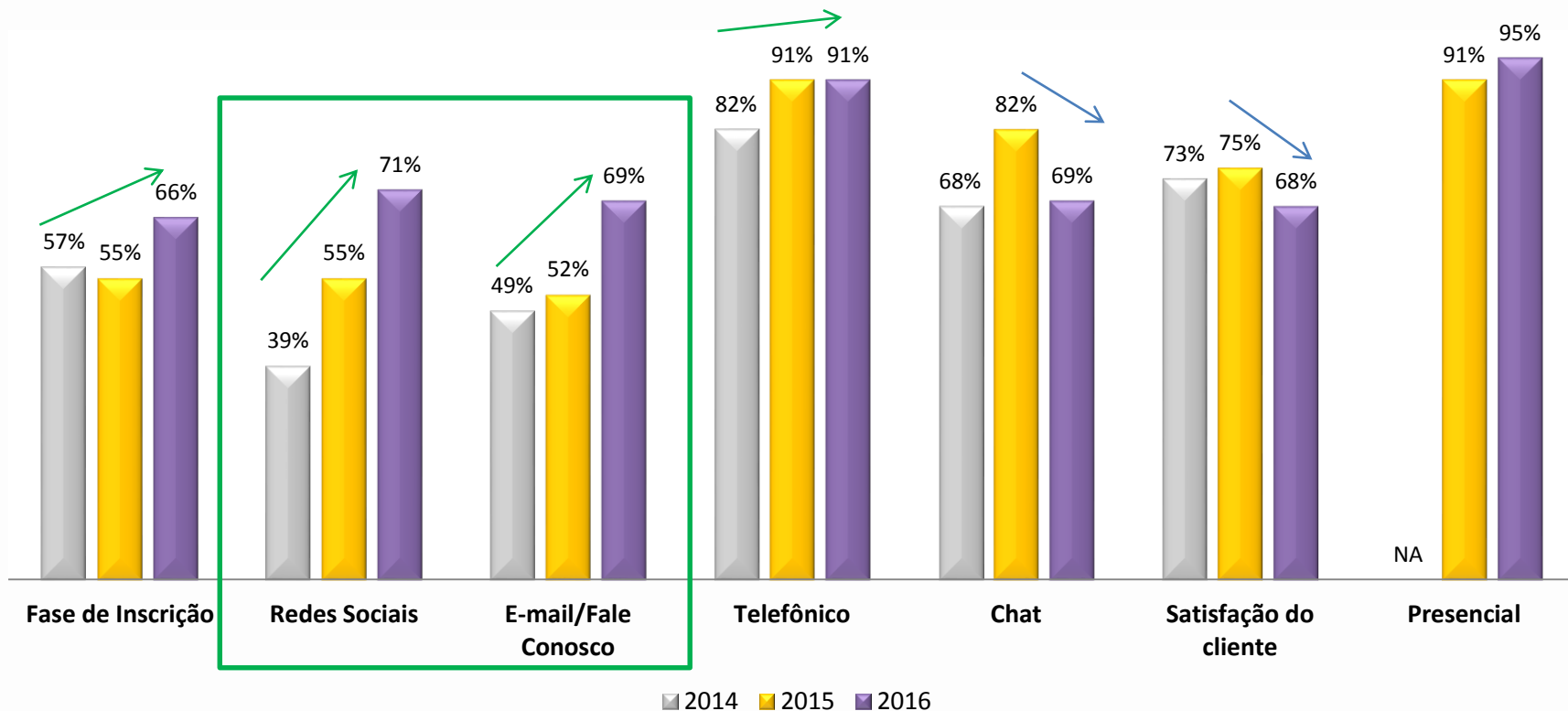
2016
75%

Federação do Estado do Rio Grande do Sul
Unimed São José do Rio Preto
Unimed Erechim
Unimed Itapetininga



Atendimento por canais: Evolução da Premiação

- Grande e sustentável evolução dos canais Offline, seguidos por Estrutura (Fase de Inscrição) e estabilidade em alto patamar do Canal Telefônico.





Resultados 2016


- Resultados Gerais
- Resultados por porte / canal
- Resultados por canais de atendimento

Ranking por porte

Ranking Federação

 Federação do Estado do Rio Grande do Sul

 Federação do Estado de Santa Catarina

 Federação do Estado do Rio de Janeiro

Ranking Porte Grande

 Unimed São José do Rio Preto

 Unimed São Carlos

 Unimed Curitiba

Ranking Porte Médio

 Unimed Erechim

 Unimed Regional de Jaú

 Unimed Vale do Sinos





Ranking Porte Pequeno

 Unimed Itapetininga

 Unimed Alfenas





 Unimed Canoinhas

Atendentes Nota 10

| Porte | Unimed | Número de avaliações nota 10 | Atendente |
|-----------|--------------|------------------------------|---|
| Federação | FESC | 2 | Camila  |
| Grande | Campinas | 2 | Juliana Barreto  |
| Médio | Erechim | 5 | Jandimara  |
| Pequeno | Além Paraíba | 2 | Camila  |

Parabéns a cada um que realiza o tralho com excelência !!!

TODOS OS PORTES EVOLUIRAM DE FORMA SIGNIFICATIVA NOS ÚLTIMOS 3 ANOS

| | | Performance Geral | | | | |
|---|--|-------------------|------|------|---|----------------------------------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | | |
| Federação 5 UnimedS inscritas | | 63% | 72% | 81% |  | Aumento de performance de 18 p.p |
| | | | | | | |
| Grande 23 UnimedS inscritas | | 61% | 68% | 75% |  | Aumento de performance de 14 p.p |
| | | | | | | |
| Média 19 UnimedS inscritas | | 62% | 69% | 76% |  | Aumento de performance de 14 p.p |
| | | | | | | |
| Pequena 12 UnimedS inscritas | | 62% | 66% | 74% |  | Aumento de performance de 12 p.p |
| | | | | | | |

Evolução significativa dos resultados gerais nos últimos 3 anos do Prêmio.



Performance na Inscrição (estruturais) e Satisfação do Cliente são aspectos que impactaram negativamente na crescente performance total, que poderia ter atingido mais de 10pp de ganho se considerássemos APENAS as avaliações dos canais de atendimento.

Performance Geral – por porte e canal

Atendimentos Presencial e Telefônico estão caminhando para a excelência!

Canais que exigem interação em tempo real



| | Atendimento Presencial ↑ | | | Atendimento Telefônico ↑ | | | Atendimento por Chat ↓ | | | Satisfação / Cliente Real ↓ | | |
|------------------|--------------------------|------|------|--------------------------|------|------|------------------------|------|------|-----------------------------|------|------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Federação | 100% | 100% | 100% | 81% | 92% | 93% | 82% | 63% | 84% | 79% | 78% | 67% |
| Grande | 100% | 88% | 94% | 83% | 91% | 88% | 55% | 92% | 74% | 75% | 79% | 75% |
| Média | 100% | 82% | 93% | 82% | 89% | 93% | 57% | 82% | 71% | 72% | 68% | 69% |
| Pequena | 100% | 92% | 95% | 82% | 94% | 92% | 81% | 91% | 47% | 70% | 75% | 54% |



Performance Geral – por porte e canal

Melhora geral nos canais *offline* e redes sociais →

Com resultados bem diferentes entre um porte e outro da Unimed e alguns saltos de melhoria (→)
 Facebook atinge uma diferença de 26% p.p entre a performance da Federação comparada com Pequeno Porte.

| | Facebook | | | Twitter | | | E-mail | | | Fale conosco | | |
|-----------|----------|------|------|---------|------|------|--------|------|------|--------------|------|------|
| Federação | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 |
| | 0% | 86% | 100% | - | 79% | 86% | % | 68% | 66% | % | 35% | 63% |
| Grande | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 |
| | 77% | 56% | 72% | 38% | 50% | 54% | % | 56% | 71% | % | 47% | 57% |
| Média | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 |
| | 75% | 58% | 86% | 17% | 47% | 64% | % | 71% | 80% | % | 60% | 63% |
| Pequena | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 |
| | - | 67% | 74% | 0% | 0% | 0% | % | 64% | 86% | % | 18% | 69% |

Canais offline e redes sociais



Resultados por canal

- Atendimento Presencial
- Canal Telefônico
- Canais E-mail e Fale conosco
- Canais Facebook e Twitter
- Canal Chat
- Reclame Aqui

Atendimento Presencial



66%

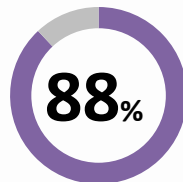
Das Unimeds visitadas atingiram **100% de performance.**

Uma melhora em relação a 2015 onde 45% das Unimeds atingiram esse resultado.

* Para o atendimento Presencial não temos uma análise de TOP 5, pois 35 Unimeds alcançaram 100% de performance

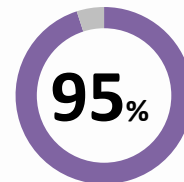
Entre todas as unidades

Atendimento em até **10 minutos**



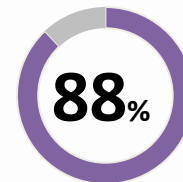
Tempo médio de atendimento – 04:50

Atendimento **cortês**



2 Unimeds Grande Porte e 1 Médio Porte não ofereceram um atendimento cortês

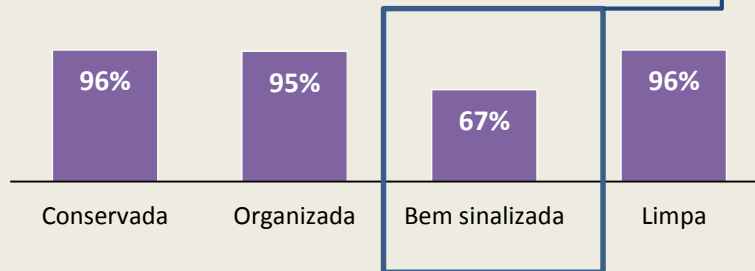
Solução da dúvida



42% (3) das Unimeds que não solucionaram a dúvida (7) são do segmento Grande Porte

Pesquisa GfK com os clientes misteriosos

A Unimed que você visitou estava...



Atenção à sinalização, principalmente no segmento Médio Porte



É extremamente importante solucionar a dúvida do cliente durante o atendimento presencial. A não solução gera um descontentamento maior nestes clientes, uma vez que houve um investimento de tempo e valores com o deslocamento.

Atendimento Telefônico

- **Unimed muito bem posicionada neste canal!**
- **Top 5, superiores ao mercado e Demais Unidades, alinhadas ao mercado.**

| | TOP 5 | Demais | Mercado |
|--|------------|------------|------------|
| Resultado Operacional | 93% | 84% | 86% |
| Atendimento sem espera | 31% | 30% | 60% |
| Espera até 30 segundos | 47% | 35% | 18% |
| Resultado Atitudinal | 98% | 90% | 91% |
| Personalização do atendimento | 98% | 84% | 70% |
| Demonstração de interesse pelo atendente | 100% | 92% | 92% |
| Resposta sem pausas ou interrupções | 53% | 69% | 68% |
| Solução da dúvida | 100% | 80% | 78% |



Top 5 → Brusque, Jaraguá do Sul, Juiz de Fora, Joaçaba e Vale do Iguaçu.



Atender o cliente de imediato ou com uma espera mínima é fundamental.

Durante o atendimento, o tempo é uma equação fundamental, de agilidade + assertividade + cordialidade = eficiência.

Cliente quer ser bem atendido!

Atendimento E-mail e Fale Conosco

- Unimed com oportunidade **IMPORTANTE**: implementar a resposta automática.
- Top 5 respondem muito mais rápido e com 100% de resolutividade.

| | TOP 5 | Demais | Mercado |
|----------------------------|------------|------------|------------|
| Resultado E-mail | 93% | 72% | 55% |
| Resposta automática | 30% | 28% | 72% |
| Houve resposta em 72 horas | 100% | 91% | 66% |
| Tempo médio de espera | 1h21min | 10h | 14h54min |
| Solução da dúvida | 100% | 75% | 60% |
| Resultado Fale conosco | 96% | 51% | |
| Resposta automática | 42% | 17% | - |
| Houve resposta em 72 horas | 100% | 70% | - |
| Tempo médio de espera | 37 minutos | 21 horas | - |
| Solução da dúvida | 100% | 68% | - |





O uso da resposta automática é importante para o cliente saber que sua mensagem foi recebida, formalizar o encaminhamento do assunto e o prazo para resposta.

Cliente quer receber “retorno”!

Atendimento Facebook e Twitter

- **Top 5 responde bem e rápido no Facebook, no Twitter, tempo é um desafio para Top 5 e um GRANDE alerta para as demais.**

| | TOP 5 | Demais | Mercado |
|----------------------------|------------|----------|----------|
| Resultado Facebook | 100% | 57% | 75% |
| Houve resposta em 24 horas | 100% | 72% | 100% |
| Tempo médio de espera | 15 minutos | 6h07 min | 11h21min |
| Solução da dúvida | 100% | 66% | 100% |
| Resultado Twitter | 100% | 46% | - |
| Houve resposta em 24 horas | 100% | 57% | - |
| Tempo médio de espera | 54 minutos | 6 horas | - |
| Solução da dúvida | 100% | 57% | - |





Atenção à importância que as redes sociais vem adquirindo na vida das pessoas, principalmente entre o público jovem. Uma postagem sem monitoramento pode gerar prejuízo à imagem da Unimed.

Atendimento Chat

Tempo é fundamental! Top 5 – 100% atendimento imediato!

- O atendente identificar-se com clareza é fundamental para iniciar a conversa com o cliente, pois desta maneira o cliente desde o início é situado com quem esta falando, se é a Unimed correta e afins.
- Tempo de atendimento para as demais Unimeds deve ser foco para 2017, somente 55% delas prestaram atendimento de imediato.

| | TOP 5 | Demais | Mercado |
|---------------------------------------|-------|--------|---------|
| Resultado Operacional | 100% | 55% | 85% |
| Atendimento imediato | 100% | 55% | 75% |
| Resultado Atitudinal | 93% | 65% | 100% |
| O atendente se identifica com clareza | 60% | 10% | 100% |
| Cordialidade | 100% | 70% | 100% |
| Solução da dúvida | 100% | 80% | 100% |



Vitória, FERS, Jaú, Litoral, Cuiabá

Federação - 33% | Grande - 20% | Média - 14% | Pequena - 20%



Quem procura este canal espera que o atendimento seja mais rápido e eficiente do que um contato telefônico. Atenção ao tempo de permanência de espera na fila, isto pode gerar descontentamentos e inflar o atendimento em outro canal.

Reclame Aqui

Unimeds sem demandas no Reclame Aqui

34%

Resposta em até 02 dias

30%

90% a 100% de reclamações atendidas

90%

Notas médias do consumidor acima de 7,0

2%

20 Unimeds que alcançaram 100% de performance, por não possuírem reclamações registradas.

18% possui tempo de resposta superior a 5 dias.

Somente 2 Unimeds possuem demandas sem respostas.

Somente 5% (2 unidades) das Unimeds avaliadas possuem um índice de retorno abaixo de 50%.

Apenas 18% possuem notas entre 5 e 6,9.

A maior fatia possui nota entre 3 e 4,9 – 36%.

✓ **Reclame Aqui vem se tornando uma importante ferramenta para o consumidor dia após dia. Tornou-se comum antes de iniciar um relacionamento com qualquer empresa avaliar a sua reputação neste canal. Atenção aos casos não respondidos e ao tempo de resposta das reclamações.**



Foco ao tempo de resposta a uma reclamação, um cliente já descontente tendo que esperar pode gerar ainda mais frustrações.


Pontos chaves — Atendimento de Sucesso

PONTOS CHAVES

- ✓ Tempo de Atendimento → tempo médio de atendimento dentro de cada canal avaliado – quanto tempo o cliente leva para receber a solução/ resposta;
- ✓ Esclarecimento da dúvida → performance de resolução das dúvidas em cada canal avaliado.

Tempo de
atendimento

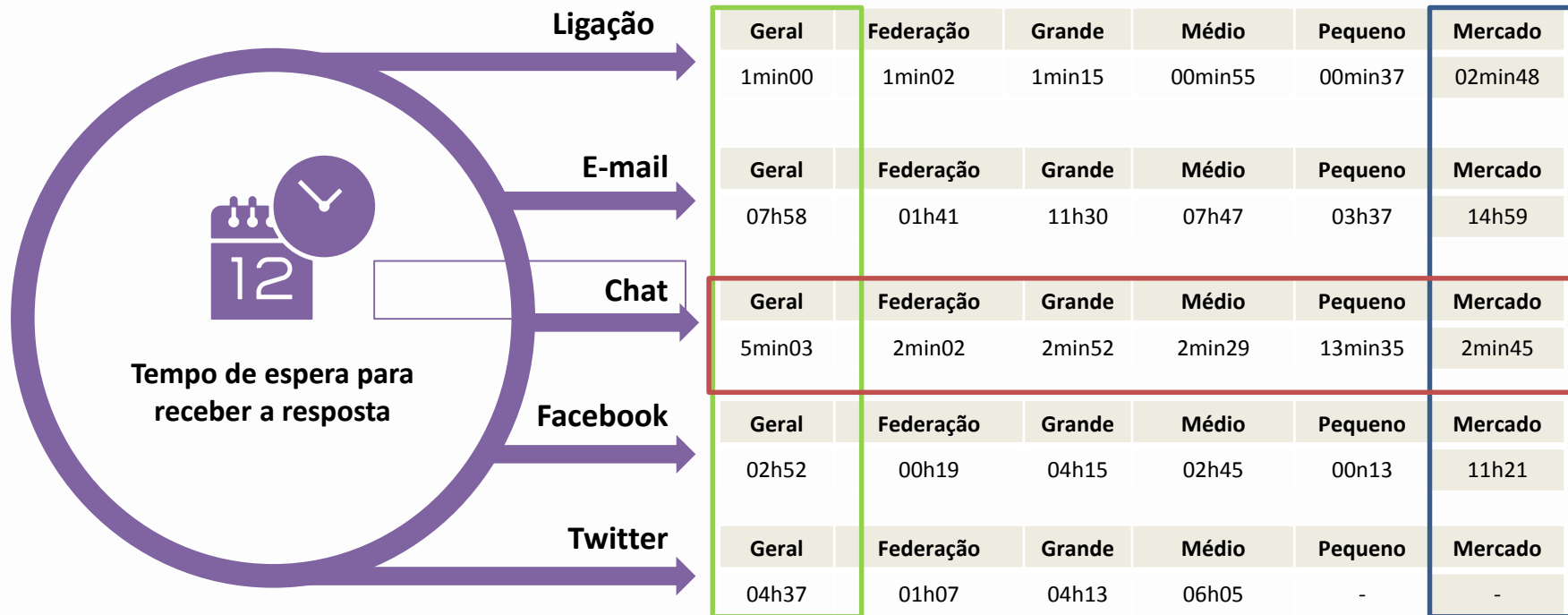
Esclarecimento da
Dúvida



**Pontos em
comum entre
todos os
canais**

TEMPO DE RESPOSTA

Embora melhores que o mercado, existe grande desalinhamento entre os tempos de resposta da Unimed.



Dúvida esclarecida: alto grau de resolutividade, atenção ao Presencial!

| | Geral | Federação | Grande | Médio | Pequeno | Mercado | |
|---|-------|-----------|--------|-------|---------|---------|--|
|  Presencial | 87% | 100% | 88% | 88% | 82% | - | |
|  Ligação | 82% | 76% | 79% | 87% | 82% | 78% |  Frente ao mercado há uma superioridade da Unimed em 4 p.p |
|  E-mail | 81% | 73% | 73% | 88% | 86% | 60% |  Frente ao mercado há uma superioridade da Unimed em 21 p.p |
|  Chat | 84% | 100% | 90% | 85% | 60% | 78% |  Frente ao mercado há uma superioridade da Unimed em 6 p.p |
|  Facebook | 97% | 100% | 100% | 100% | 75% | 100% |  O mercado possui excelência neste canal avaliado. |
|  Twitter | 64% | 100% | 60% | 80% | 0% | - | |

Oportunidades

**Federação: Satisfação de Cliente sé o único indicador que perdeu performance.
Será que os clientes são mais exigentes?**

Federação

Apesar de uma melhor performance nos canais de atendimento, **a satisfação do cliente real caiu nesse segmento em 11p.p.**

Os clientes sentem falta do **atendimento humano mais rápido do que o atendimento eletrônico.**



FOCO

**Satisfação/
Cliente Real**

**Canais de
Atendimento**

Federação

Todos os canais de atendimento ao cliente seguiram melhorando em relação ao ano passado. Com destaque para o Chat, Facebook e Fale Conosco.

“Com relação a pessoa que me atendeu, foi excelente, mas gostaria de ser atendido mais rápido por um ser humano e não uma máquina.”

“O tempo para ser atendido antes de conseguir falar com um atendente demora muito!”

Algumas Recomendações

- **Monitoramento constante de todos os canais em que o cliente é atendido, incluindo análise da concorrência para estabelecer benchmark e atingir/ manter a diferenciação**
 - **Engajamento constante das unidades de todos os portes, elevando a participação e utilização dos resultados para trabalhar em planos de ação**
- **Ajustes em processos e atitudes (treinamento), que gerem respostas rápidas e assertivas**
 - **Alinhamento de performance entre os canais: todos devem atender aos mesmos padrões**

Algumas Recomendações

- **Humanização nos processos e estrutura de atendimento: o atendimento automático parece incomodar aos clientes por dificultar o acesso a um atendente**
- **Atender bem e de uma maneira rápida em canais onde há uma exposição mais volátil: Redes Sociais**
- **Ajustes simples e forte acompanhamento ao atendimento em Chat – identificação do atendente e atendimento imediato**
 - **Plano de ação para tratativas e processos relativos ao Reclame Aqui: foco em reduzir reclamações, elevar volume de respostas, soluções e prazo e construir tratativas que elevem substancialmente a satisfação do cliente.**

RESULTADOS DO 9º PRÊMIO NACIONAL UNIMED DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

