

Gestão de contratos de serviços

Transcrição

[00:00] Neste terceiro vídeo da aula 3, falaremos da gestão de contratos de serviços. Como vimos nos vídeos anteriores, a questão da qualidade é crítica. É um desafio especial nesse tipo de contratação, de trabalho, que é o serviço. Assim sendo, além de acompanhar os temas usuais de contratos, tais como o escopo, o preço, condições, nós devemos dar especial atenção à questão da qualidade.

[00:33] E, o máximo possível, acompanhando indicadores, porque os indicadores tiram um pouco da questão subjetiva da qualidade, trazem a avaliação da qualidade para uma base mais objetiva, de acordo com o desempenho expresso pelo indicador.

[00:52] Indicadores clássicos para serviços são os SLAs, os Service Level Agreements. Alguns exemplos para um serviço de sustentação e suporte: o SLA de quantidade de chamados atendidos no prazo e o SLA de quantidade de chamados atendidos corretamente na primeira vez.

[01:14] Em um contrato desse tipo de serviço, eu posso e devo estipular SLAs para esses dois indicadores, por exemplo, 95% e 85% para cada um deles, respectivamente. Assim sendo, eu atingindo esses números, tenho qualidade e não atingindo não tenho qualidade. Com isso, trago a qualidade para uma discussão numa base objetiva. Essa é a ideia de utilizar indicadores na contratação de serviços.

[01:49] Outro indicador usual que eu posso colocar no meu contrato e devo acompanhar a gestão do respectivo contrato é o NPS, o Net Promoter Score. Ele é um índice para averiguar a satisfação dos clientes estimando a sua disposição em promover ou criticar o serviço.

[02:15] O NPS é composto através de notas que o cliente dá para o meu serviço. Então, eu devo fazer uma pesquisa junto aos clientes consumidores do meu serviço, obtendo deles notas de 0 a 10. Para que haja representatividade, é importante que 60% da população atendida responda a pesquisa. Se poucas pessoas responderem à minha pesquisa, isso vai prejudicar a representatividade estatística do meu NPS.

[02:51] As notas são de 0 a 10 e, com base na pesquisa que recebo, eu apuro as médias. Dentro de uma régua de nota de 0 a 10, o modelo do NPS considera o seguinte: que as notas 10 e 9 são dos clientes que tendem a ser promotores, que tendem a falar bem do meu serviço: eles estão extremamente satisfeitos e vão fazer propaganda do meu serviço para outros.

[03:27] As notas 8 e 7, por sua vez, tendem a ser de clientes passivos, que não vão falar nem bem e nem mal. Já, as notas de 0 a 6 são encaradas no modelo como sendo de depreciadores ou detratores. Ou seja, os clientes que derem notas nessa faixa tenderão a falar mal do meu serviço. Essa é a modelagem que é considerada.

[03:59] Eu apuro o NPS da seguinte forma: pego o percentual de promotores menos o percentual de depreciadores ou detratores. Então, da população que deu as notas, eu tenho x % de promotores, que deram nota 9 e 10, e y % de detratores, que deram nota 6 ou abaixo. Subtraindo um percentual do outro, eu tenho o NPS.

[04:30] O índice varia de -100% a +100%. Se eu tiver só depreciadores ou detratores, o percentual de promotores é 0, então, vai dar -100%. Por outro lado, se eu tiver só promotores, vai dar +100%. O índice varia nessa faixa.

[04:56] A interpretação do NPS é a seguinte: eu tenho excelência se o meu NPS estiver entre +76% e +100%; eu tenho uma zona de qualidade aceitável se o NPS estiver entre +61% e +75%; uma zona de oportunidade de aperfeiçoamento se

ele estiver entre +1% e +60%; e uma deficiência se ele estiver entre -100% e 0%.

[05:27] Dessa forma, eu interpreto o meu NPS. O NPS é um índice, um SLA, digamos assim, que pode ser colocado em um contrato de prestação de serviços sendo acompanhado para averiguarmos se a qualidade está sendo atendida. É uma tentativa de trazer a gestão da qualidade para uma base objetiva. E isso deve ser previsto em contrato.

[05:58] No próximo vídeo, vamos retomar o nosso Projeto de Conclusão de Curso e fazer um resumo dos conceitos que vimos na aula 3. Vejo vocês lá.