

# Design Etnográfico no contexto de atendimento ao cliente em Instituições de Ensino Superior Privadas

Nayara Aires dos Santos<sup>1</sup>, Alex Sandro Gomes<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pós-Graduanda em Computação Aplicada à Educação, USP, nayara.aires@usp.br.

<sup>2</sup> Orientador, UFPE, asg@cin.ufpe.br.

## INTRODUÇÃO

Para garantir crescimento a longo prazo as organizações precisam priorizar a qualidade e garantir um relacionamento positivo com seus clientes, principalmente devido ao aumento do nível de exigência destes, a concorrência acirrada e a necessidade de respostas rápidas às demandas [NASCIMENTO, 2011].

O design etnográfico foi escolhido como método pois nele, “o pesquisador tem a oportunidade de mergulhar na realidade vivenciada pelo usuário de um serviço ou produto, olhando e identificando pontos positivos e negativos dessa experiência e oportunidades de inovação para aperfeiçoá-la” [METELLO, 2018. p. 11].

## OBJETIVOS

- Através do design etnográfico objetiva-se compreender as principais demandas dos alunos, bem como as maiores expectativas dos usuários dos canais de comunicação disponíveis;
- Investigar o contexto de atendimento da IES utilizando o call center como ambiente de pesquisa, identificando a raiz dos problemas;
- Propor soluções aderentes a necessidades dos alunos/clientes da IES;
- Gerar conhecimento para que a IES possa melhorar a satisfação dos alunos quanto ao atendimento.

## MATERIAS E MÉTODOS

A pesquisa classifica-se como explicativa e os dados levantados têm caráter qualitativo. A análise qualitativa da pesquisa aconteceu através das reclamações recebidas pelo call center da instituição.

A coleta dos dados dessa pesquisa foi realizada a partir das ligações gravadas pelo software Hubspot, entre 01 de julho e 31 de julho de 2020, casando justamente com o período de renovação de matrículas de alunos veteranos. A Hubspot é hoje uma referência em marketing digital e sales. Uma das suas principais ferramentas é o CRM - Customer relationship management.

A técnica de coleta de dados utilizada foi a análise de conteúdo dos relatos orais das ligações. Desse modo, as ligações foram salvas no software utilizado pelo call center para que fossem ouvidas posteriormente.

No período de análise, foram recebidas 64 reclamações relativas a falta de retorno de alguma solicitação realizada previamente a algum setor da instituição.. O tempo médio das ligações foi de 04 minutos e 10 segundos, tendo duas ligações ultrapassado a marca dos 10 minutos de duração.

## RESULTADOS

Foi necessário o aprofundamento da questão do problema, pois em um nível raso de discussão todas as soluções envolveriam contratação e desenvolvimento de pessoas.

Porém, analisando detalhadamente cada uma das reclamações utilizadas no estudo e após receber o retorno dos setores envolvidos nas demandas foi identificado como as principais causas raiz:

- Falta de uma ferramenta que garanta o rastreo da quantidade e natureza das solicitações;
- Ausência de script de atendimento padronizado e de triagem;
- Atendimento realizado por diversos setores, cada um com suas particularidades;;
- Falta de padronização dos processos torna a jornada do aluno mais complexa;
- Dificuldade de comunicação entre os setores para o alinhamento das demandas

Desse modo, com base na classificação e registro das solicitações, foi desenvolvido o resultado da pesquisa, constituído da proposição de um projeto de Relacionamento para a IES. Sugere-se a execução de um projeto em 5 fases, para que ao fim todos os setores convirjam para um atendimento acontecendo em um único local físico, quebrando assim a estrutura departamental do atendimento. O cronograma proposto para a realização do projeto é de 06 meses, iniciando em Janeiro/2021.

