



INTELIGÊNCIA
ESTATÍSTICA

Resultados Pesquisa de Satisfação

LOGO
CLIENTE

1. Contextualização

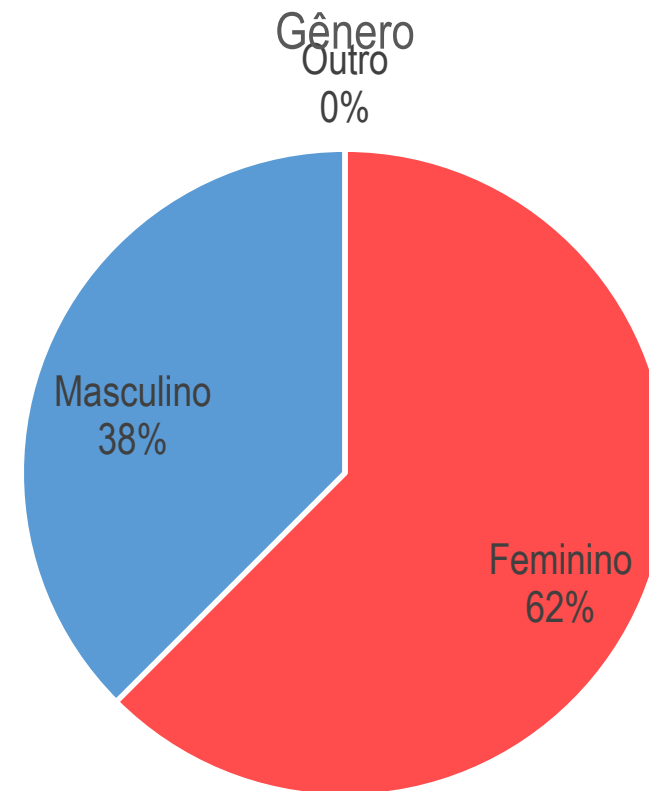
2. Aplicação da pesquisa

3. Descrição da amostra

- Composição: 16 respondentes;
- Representa 69,6% do total da população de clientes;
- Todas as pessoas responderam todas as perguntas.

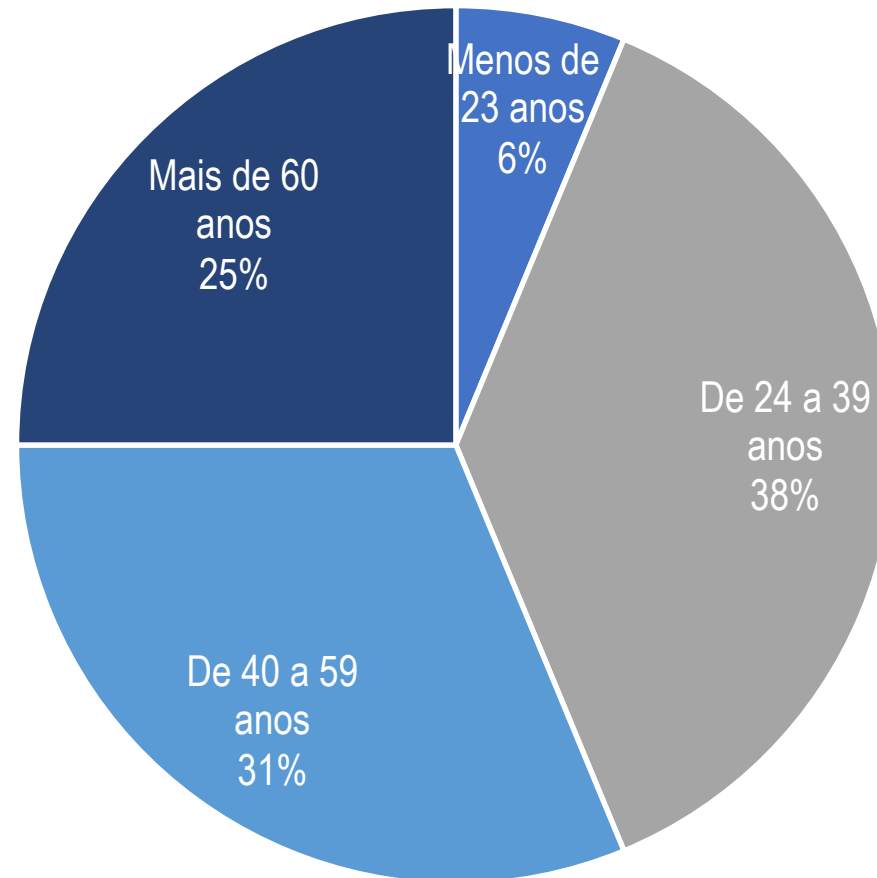
3.1. Características dos respondentes

- A maioria dos respondentes são mulheres (62% da amostra)
- Na população de usuários do serviço (69% da população).



3.1. Características dos respondentes

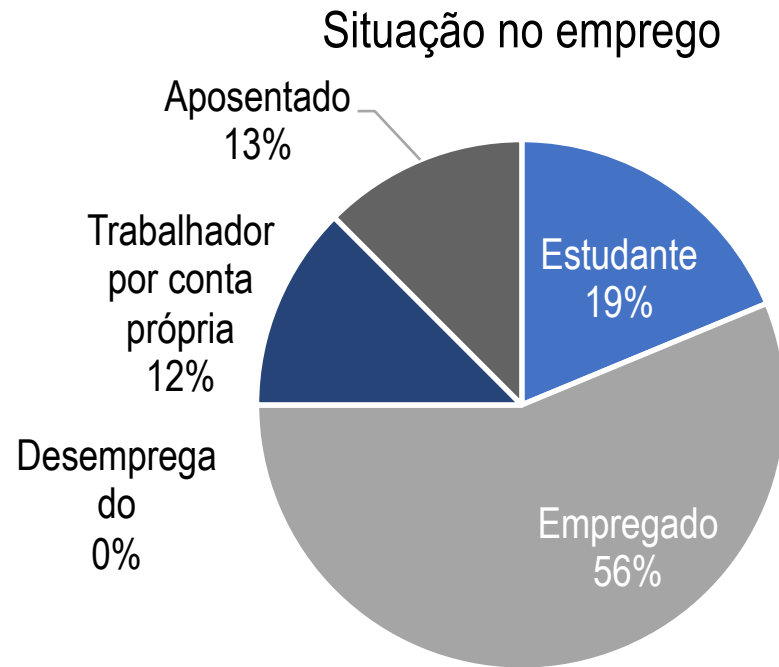
- Três grupos dominaram a amostra.



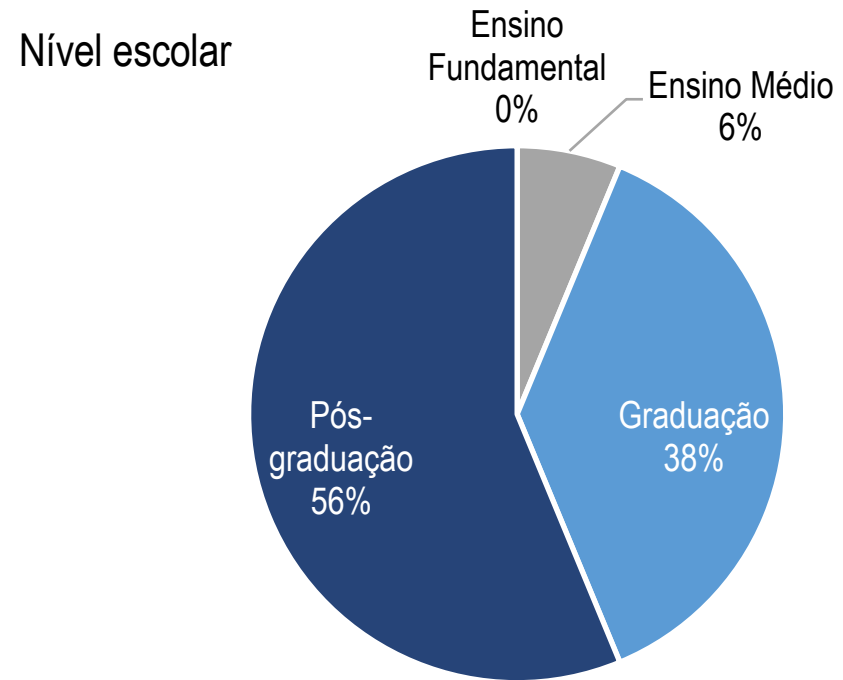
- Apenas 6% dos usuários do serviço possuem menos de 23 anos.

3.1. Características dos respondentes

Em sua maioria os respondentes são empregados (56%)

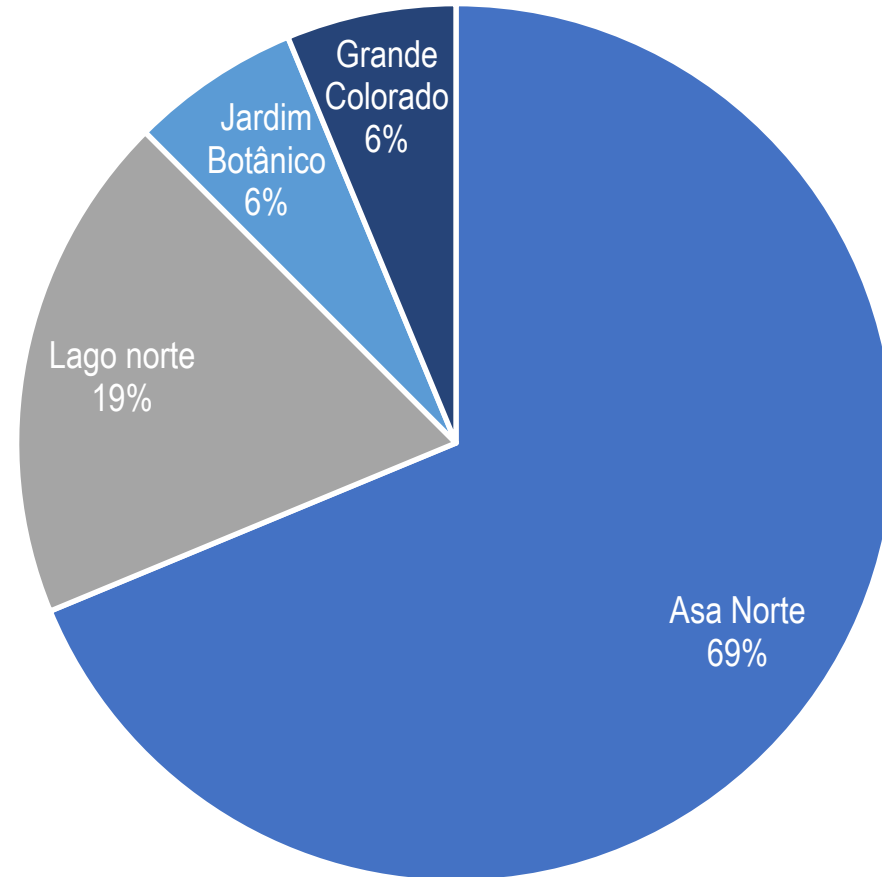


A amostra possui alto grau de instrução



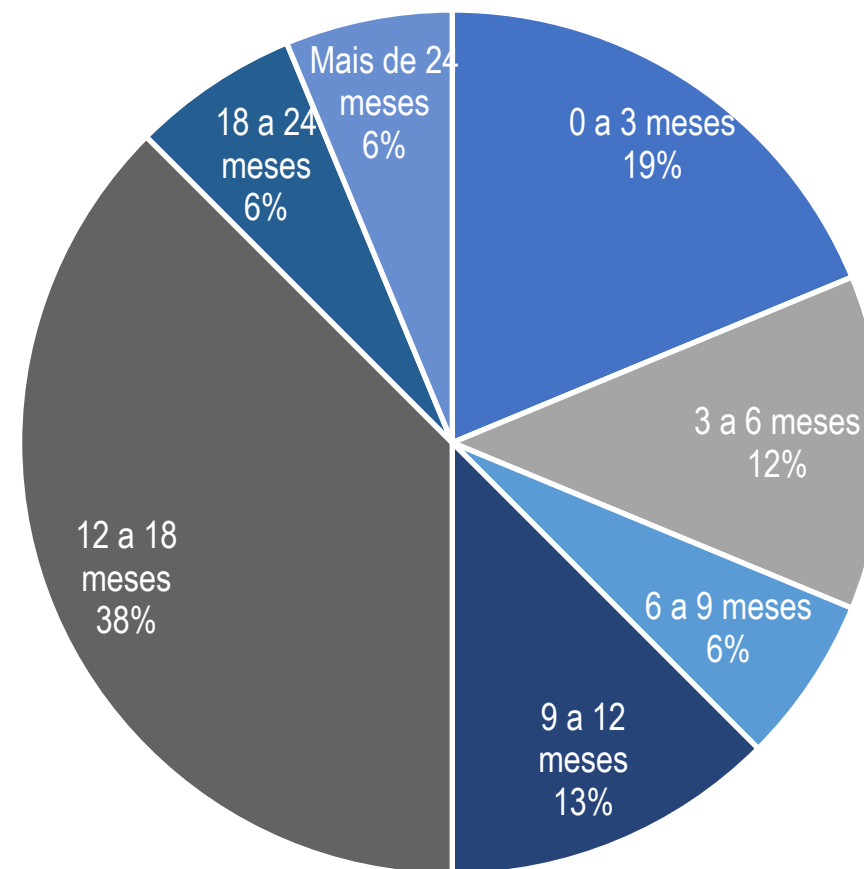
3.1. Características dos respondentes

- A grande maioria reside ou na Asa Norte (69%) ou no Lago Norte (19%).



3.1. Características dos respondentes

- 50% da amostra já havia passado da barreira de 12 meses de prática continuada;
- Aspecto importante - questão de renovação do grupo de clientes do estúdio.



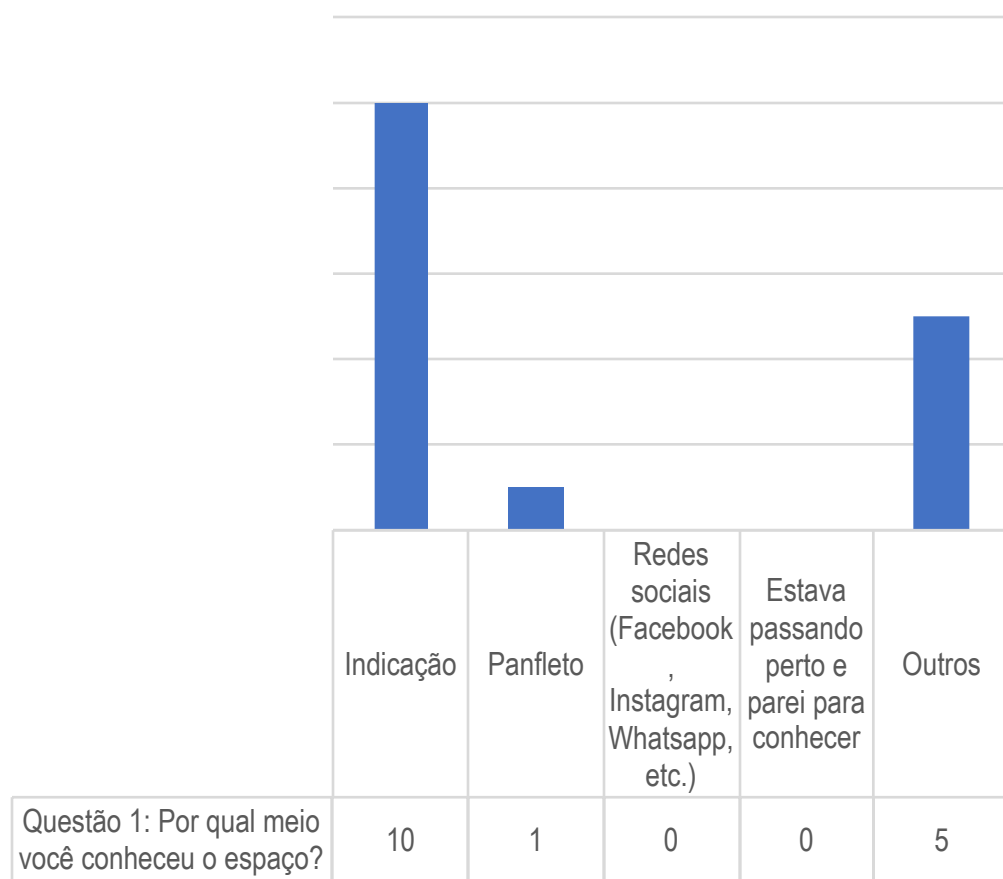
3.2. Perfil resumido

Tempo no estúdio	12 a 18 meses
Gênero	Feminino
Faixa Etária	De 24 a 39 anos
Situação no emprego	Empregado
Nível escolar	Pós-graduação
Local de residência	Asa Norte

4. Análise agregada

- **Objetivo das Partes da pesquisa:**
 - 1ª Parte – Estudar a avaliação inicial do respondente sobre o Espaço.
 - 2ª Parte – Impressão do cliente sobre a prestação do serviço.
 - Metas:
 - Impressão da etapa anterior a experiência própria do serviço;
 - Impressão sobre a execução do serviço propriamente dito;
 - Impressão posterior a prestação do serviço.
 - 3ª Parte – replicação do método de pesquisa denominado Net Promoter Score (NPS).

4.1. Parte 1 - Avaliação inicial



- 62,5% - contato por meio da Indicação;
- 31,5% dos respondentes marcaram a categoria “Outros”
- Marketing boca-a-boca - ferramenta para atração de clientes
 - Esta afirmação pode ser corroborada pelos resultados da questão 15, na qual 81,3% disseram que seria totalmente provável que recomendariam o Espaço Margem para um amigo ou colega.
- Deficiência: utilizar outros canais de promoção e atração de clientes.

Pesquisa de Satisfação

Informações sobre a pesquisa	
Cliente:	
Data da pesquisa:	06/11/2019 a 13/11/2019
Total de Questões:	25
Total de disparos:	23
Total de respondentes até 13/11/2019:	16
Percentual de retorno:	69,6%

Questão 1

Questão 7

Questão 12

Questão 17

Questão 2

Questão 8

Questão 13

Questão 18

Questão 3

Questão 9

Questão 14

Questão 19

Questão 4

Questão 10

Questão 15

Questão 20

Questão 5

Questão 11

Questão 16

Questão 21

Características dos respondentes

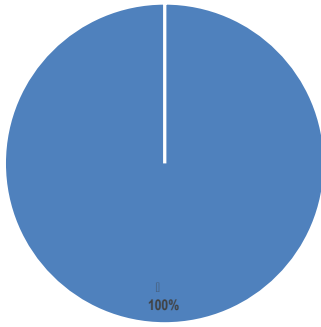
Análise por perfil dos clientes

E-mail - Recebimento de promoções

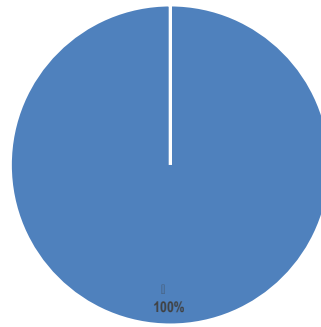
Voltar para a tela Principal

Perfil Resumido	
Tempo no estúdio	#REF!
Gênero	#REF!
Faixa Etária	#REF!
Situação no emprego	#REF!
Nível Escolar	#REF!
Local de residência	#REF!

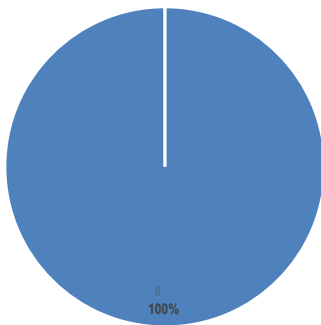
Tempo no estúdio



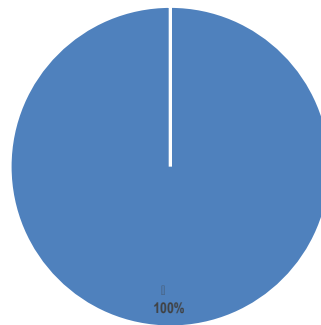
Gênero



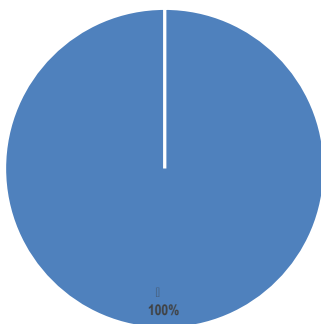
Faixa Etária



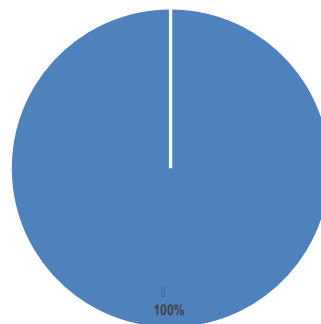
Situação no emprego



Nível escolar



Local de residência



Voltar para a tela Principal

Próxima Questão

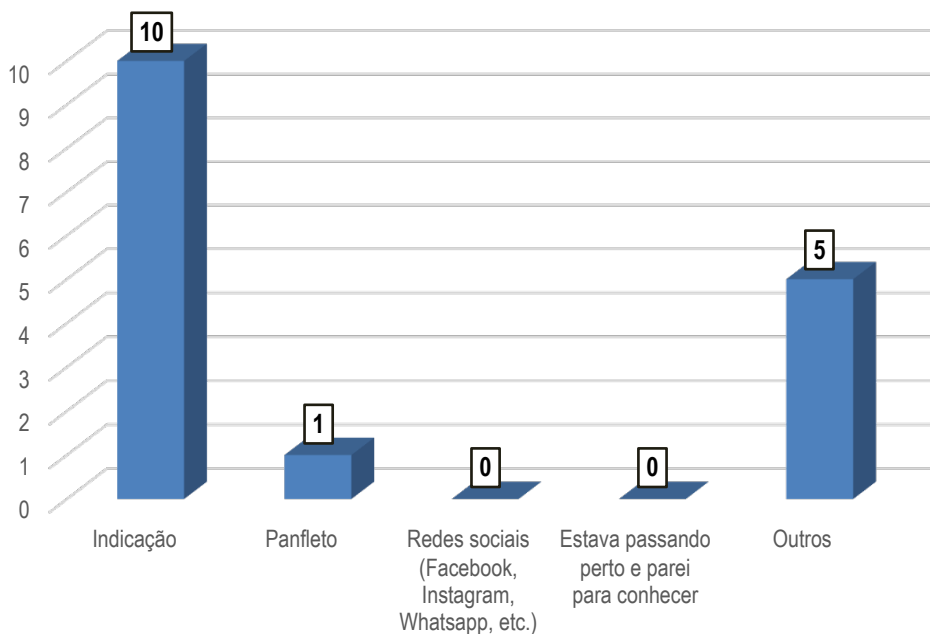
Questão 1: Por qual meio você conheceu o espaço?

Para essa questão, o respondente escolheu uma das seguintes alternativas: Indicação, Panfleto, Redes sociais (Facebook, Instagram, Whatsapp, etc.) e Estava passando perto e parei para conhecer

Respostas	Frequência	%
Indicação	10	62,5%
Panfleto	1	6,3%
Redes sociais (Facebook, Instagram, Whatsapp, etc.)	0	0,0%
Estava passando perto e parei para conhecer	0	0,0%
Outros	5	31,3%

Total de respostas	16	100,0%
---------------------------	-----------	---------------

Questão 1: Por qual meio você conheceu o espaço?





Obrigado.