



# **PESQUISA DE SATISFAÇÃO COM CLIENTES 2021**

**Superintendência de Marketing e Comunicação  
Ambiente de Marketing**

**Equipe do Ambiente de Marketing**

Andréa Cavalcanti Correia Lima  
Gerente de Ambiente

Célia Cristina Silva Melo  
Gerente Executivo

[www.bnb.gov.br](http://www.bnb.gov.br)



## Ficha Técnica

### **PRESIDÊNCIA**

**Presidente Interino acumulando a Diretoria de Negócios:**  
Anderson Aorivan da Cunha Possa

**SUPERINTENDÊNCIA DE MARKETING E COMUNICAÇÃO**  
**Superintendente:** Michelly Chaves Nunes Ribeiro

### **AMBIENTE DE MARKETING**

**Gerente de Ambiente:** Andréa Cavalcanti Correia Lima  
**Gerente Executivo:** Célia Cristina Silva Melo  
**Ger. Prod. e Serv.:** Thiago Menezes  
**Suporte Operacional:** Juan Viana Caetano

### **CENTRO DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E DE INFORMAÇÃO AO CIDADÃO**

**Gerente de Central e. e.:** Fabiano Pinto Gadelha



## PESQUISA DE SATISFAÇÃO COM CLIENTES

Anualmente, o Banco do Nordeste realiza pesquisa com clientes com o objetivo de mensurar o grau de satisfação com o atendimento prestado e com os produtos e serviços ofertados.

### METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa anual descritiva de natureza quantitativa sobre satisfação, com questionário estruturado com no máximo 42 perguntas, das quais 31 são gerais, e 11, condicionais, aplicado aos clientes, pela Empresa *Vanerven Solution*, contratada pelo Banco do Nordeste, e registrados na plataforma *Microsoft Forms*, no período entre 08 set. e 20 out. de 2021, em toda a área de atuação do Banco do Nordeste.

A população de 6 milhões de clientes, posição de julho de 2021, foi estratificada por segmento e por superintendência estadual, com margem de erro de 3% e índice de confiabilidade de 96%, com amostra de 1.067 clientes.

Foram avaliadas as variáveis “rede de agências”, “atendimento”, “produtos e serviços” e “canais de atendimento”, este último detalhando 4 conjuntos de indicadores referentes ao “autoatendimento”, “internet banking”, “mobile banking” e “Centro de Relacionamento”, consubstanciando-se num total de 7 conjuntos que definem o grau de satisfação do cliente do Banco do Nordeste. O grau de satisfação atribuído pelo cliente para cada pergunta avaliada é considerado numa escala de 1 a 10, o qual é utilizado para gerar uma média aritmética em cada item que serve de subsídio para o índice de satisfação geral do cliente.

Ademais, adotou-se uma pergunta nos termos da pergunta de *Net Promoter Score* (NPS) que é calculado por meio da diferença percentual entre promotores e detratores, de tal forma que o resultado será uma nota. Nesse esteio, aponta-se o NPS como importante método de avaliação de satisfação e de fidelidade dos clientes.

A análise é realizada pelo método descritivo e multivariado, com uso do *software* Excel 2016.

Segue a síntese da satisfação dos clientes nos últimos 03 anos.

### APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS DO ÚLTIMO TRIÊNIO

VARIÁVEIS	INDICADORES	2019	2020	2021
Rede de agências	■ Quantidade de agências, facilidade de encontrar, localização da agência, conforto do ambiente interno	8,4	8,2	8,1
Atendimento	■ Interesse e educação dos funcionários, facilidade de falar com o gerente, conhecimento dos produtos, quantidade de caixas, tempo de espera, agilidade dos	8,3	8,0	7,9

#### Equipe do Ambiente de Marketing

Andréa Cavalcanti Correia Lima  
Gerente de Ambiente

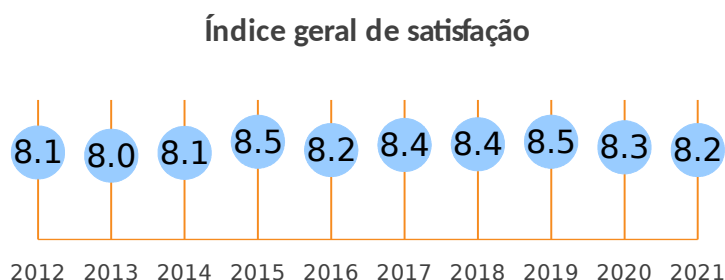
Célia Cristina Silva Melo  
Gerente Executivo

	caixas, respeito ao atendimento prioritário			
Produtos e serviços	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Adequação dos produtos, tarifas, documentação necessária, exigência de garantia, agilidade ao liberar crédito, juros em relação a outros bancos</li> </ul>	8,3	8,0	7,8
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Autoatendimento:</b> segurança das transações, quantidade de caixas eletrônicos, opções de transações disponíveis, horário de funcionamento</li> </ul>	8,2	7,9	7,6
Canais de atendimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Internet Banking:</b> Segurança das transações, facilidade de fazer consultas e transações, utilidade dos serviços</li> </ul>	9,2	8,8	8,7
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Mobile Banking:</b> Segurança das transações, facilidade de fazer consultas e transações, utilidade dos serviços</li> </ul>	9,1	8,8	8,8
	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Centro de Relacionamento:</b> atendimento telefônico, quantidade de serviços, interesse dos atendentes, tempo de resposta</li> </ul>	8,1	7,9	8,1
<b>Índice geral de satisfação do cliente</b>		<b>8,5</b>	<b>8,3</b>	<b>8,2</b>

Fonte: Ambiente de Marketing, novembro de 2021.

O índice geral de satisfação de clientes do Banco do Nordeste foi de 8,2, indicativo de que os clientes se mantiveram “satisfeitos” com o atendimento e com os produtos e serviços ofertados.

Segue quadro comparativo contendo 10 anos do índice de satisfação:



Fonte: Ambiente de Marketing, novembro de 2021.

	Índice geral de satisfação	8,1	8,1	8,0	8,1	8,5	8,2	8,4	8,4	8,5	8,3	8,2
<b>1 Rede de agências</b>		7,8	7,9	7,8	8,2	8,4	8,2	8,4	8,3	8,4	8,2	8,1
1.1	Quantidade de agências	6,9	7,5	7,3	7,7	8,3	7,9	8,2	7,9	7,9	7,8	7,6
1.2	Facilidade de visualizar	7,2	7,6	7,5	7,9	8,2	7,9	8,1	7,8	8,2	8,1	8,0
1.3	Localização das agências	8,1	8,1	7,9	8,5	8,5	8,3	8,5	8,6	8,6	8,5	8,3
1.4	Conforto do ambiente interno	8,8	8,5	8,3	8,7	8,7	8,7	8,7	8,8	8,7	8,5	8,5
<b>2 Atendimento</b>		8,1	8,2	8,1	8,2	8,5	8,2	8,5	8,4	8,3	8,0	7,9
2.1	O interesse dos funcionários na resolução dos problemas	8,5	8,3	8,2	8,3	8,8	8,3	8,7	8,7	8,5	8,2	8,2
2.2	Tratamento prestado pelos funcionários	9,0	8,9	8,9	9,1	9,2	9,0	9,2	9,4	8,8	8,5	8,5
2.3	Facilidade de falar com gerente	8,2	8,1	7,9	8,3	8,7	8,1	8,7	8,4	8,3	7,9	7,6
2.4	Conhecimento dos produtos pelos funcionários	8,1	8,3	8,2	8,2	8,6	8,1	8,6	8,7	8,2	7,9	8,0
2.5	Quantidade de caixas executivos	7,1	7,2	7,1	7,2	7,7	7,3	7,5	7,3	7,6	7,2	7,3
2.6	O tempo de espera para ser atendido no caixa	7,2	7,2	6,9	7,0	7,5	7,3	7,4	6,7	7,4	7,2	7,2
2.7	A agilidade dos caixas na hora do atendimento	8,2	8,7	8,7	8,3	8,3	8,2	8,5	8,5	8,4	8,1	8,0
2.8	O respeito ao atendimento prioritário (gestantes, idosos...)	8,7	8,9	8,6	8,9	9,1	8,9	9,2	9,2	9,1	8,9	8,4
<b>3 Produtos e serviços</b>		7,8	8,0	8,0	7,9	8,3	7,9	8,3	8,1	8,3	8,0	7,8

## Equipe do Ambiente de Marketing

Andréa Cavalcanti Correia Lima  
Gerente de Ambiente

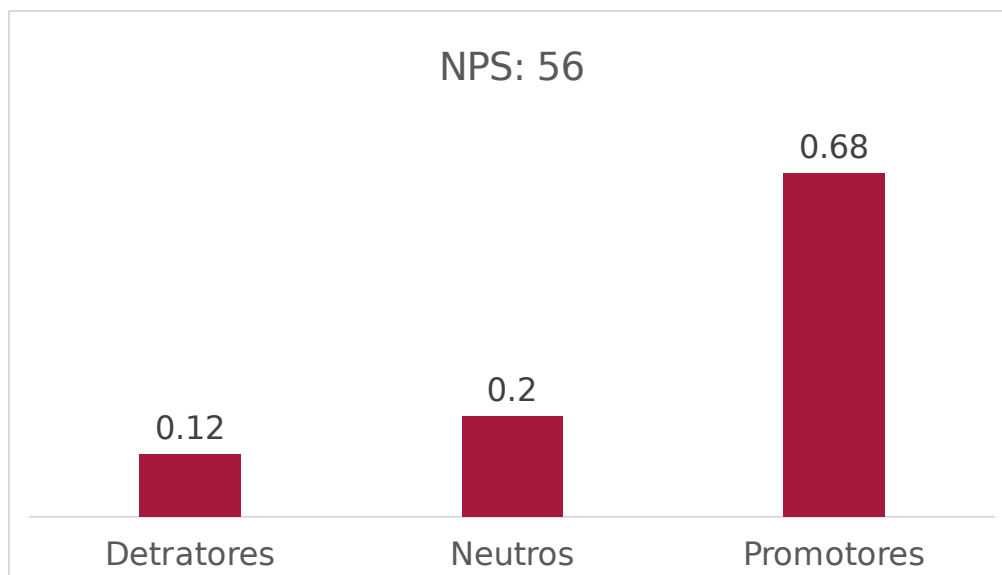
Célia Cristina Silva Melo  
Gerente Executivo

[www.bnb.gov.br](http://www.bnb.gov.br)

3.1	Adequação dos produtos do Banco à sua necessidade	7,9	8,2	7,9	8,2	8,6	8,0	8,5	8,6	8,4	8,2	8,0
3.2	As tarifas cobradas pelo Banco em comparação a outros bancos	7,2	7,9	8,0	7,8	8,1	7,8	8,2	7,6	8,5	8,1	7,9
3.3	Documentação necessária à obtenção de crédito	7,8	7,9	7,9	7,6	7,9	7,7	8,2	7,6	8,0	7,6	7,5
3.4	Pedido de garantia para obter crédito	7,9	7,7	7,6	7,5	8,1	7,5	8,0	7,6	8,0	7,8	7,5
3.5	Agilidade do Banco ao liberar crédito	7,5	7,7	7,6	7,4	8,1	7,7	8,1	7,7	8,0	7,6	7,5
3.6	Os juros do Banco em relação a outros bancos	8,2	8,8	8,8	8,6	8,8	8,7	8,9	9,3	9,0	8,9	8,6
4.1	<b>Autoatendimento</b>	7,6	7,6	7,4	7,7	8,1	7,8	8,1	8,1	8,2	7,9	7,6
4.1.1	Segurança nas transações no autoatendimento (confiança no sistema)	8,1	7,8	7,7	8,6	7,9	8,6	9,0	9,3	9,0	8,8	8,7
4.1.2	A quantidade de caixas eletrônicos disponíveis	7,4	7,3	6,9	7,1	8,9	7,2	7,5	7,2	7,5	7,3	7,1
4.1.3	Diversidade de transações possíveis nos caixas eletrônicos	7,8	7,5	7,1	7,7	7,6	7,8	8,1	8,1	8,2	7,9	7,4
4.1.4	O horário de funcionamento dos caixas eletrônicos	7,2	7,8	7,8	7,4	8,1	7,4	7,7	7,7	7,9	7,5	7,1
4.5	<b>Internet banking</b>	8,7	8,6	8,7	9,0	9,1	8,6	8,8	9,1	8,9	8,8	8,7
4.6	Segurança ao realizar transações	8,8	8,6	8,8	9,2	9,1	8,9	8,9	9,5	9,1	9,0	9,0
4.7	Facilidade de fazer consultas e transações	8,6	8,5	8,6	9,0	9,1	8,5	8,8	9,0	8,8	8,7	8,7
4.8	A utilidade dos serviços disponíveis				8,7	9,0	8,3	8,7	8,7	8,7	8,5	8,5
4.9	<b>Mobile banking</b>					9,2	8,8	8,7	8,8	8,9	8,8	8,8
4.10	Segurança ao realizar transações					9,1	8,8	9,0	9,5	9,0	9,0	9,0
4.11	Facilidade de fazer consultas e transações					9,1	8,9	8,7	8,1	8,8	8,9	8,8
4.12	A utilidade dos serviços disponíveis					9,4	8,6	8,3	8,9	8,8	8,7	8,6
4.13	<b>Centro de Relacionamento</b>	8,4	8,4	8,1	8,0	8,5	8,0	8,0	8,2	8,1	7,9	8,1
4.14	O atendimento telefônico do 0800	8,7	8,4	8,3	8,1	8,5	8,2	8,0	8,3	8,1	8,1	8,3
4.15	A quantidade de serviços disponíveis no 0800	8,4	8,5	8,0	7,8	8,5	7,8	8,1	8,8	8,2	7,8	7,9
4.16	Interesse dos atendentes em resolver seus problemas	8,4	8,4	8,1	8,2	8,6	8,3	8,1	8,1	8,3	8,2	8,3
4.17	O tempo de resposta para sua demanda pelo 0800	8,1	8,2	7,9	7,7	8,2	7,8	7,7	7,5	7,8	7,5	7,9

Fonte: Ambiente de Marketing, novembro de 2021.

A seguir é apresentado o primeiro *Net Promoter Score* (NPS) do Banco do Nordeste:



Fonte: Ambiente de Marketing, novembro de 2021.



O NPS em 2021 somou o total de 56, que implica dizer que está na zona de qualidade<sup>1</sup>.

## SINALIZAÇÃO DE MELHORIAS

É relevante destacar alguns aspectos que podem sugerir ações a serem desenvolvidas pelo Banco do Nordeste:

- **Rede de agência** - Reavaliar a quantidade, visualização, localização e conforto das agências.
- **Atendimento virtual** - Intensificar formas de atendimentos via digitalização no sentido de aproveitar abertura dos clientes.
- **Produtos e Serviços** - Analisar táticas para melhorar o nível de satisfação com o tempo de liberação e com as exigências documentais, que persistiram como principais fatores passíveis de melhorias.
- **Autoatendimento na rede de agência** - Implementar processo diagnóstico pelas áreas responsáveis para mitigar a persistência do fator de criticidade na quantidade limitada de transações nos terminais de autoatendimento, no horário limitado de funcionamento do autoatendimento e na quantidade de terminais de autoatendimento.
- **Comunicação social** - Comparar as estratégias adotadas em 2020 e em 2021, com vistas a analisar resultados comparativamente.

<sup>1</sup> De acordo com Thamara Hollanda (2019), a pontuação de NPS é qualificada em 4 (quatro) zonas, de acordo com a diferença entre o percentual de clientes promotores e de clientes detratores. Nesse esteio, são apontadas as seguintes zonas de classificação: 1) zona de excelência com pontuação de 75 a 100; 2) zona de qualidade de 50 a 74; 3) zona de aperfeiçoamento de 0 a 49; e 4) zona crítica de -100 a -1. HOLLANDA, T. Quais as zonas de classificação do NPS - Net Promoter Score®? Disponível em: <https://metricx.blog/zonas-de-classificacao-do-net-promoter-score/> Visitado em: 04/mai./2021. Publicado em: fev. 2019.